



Importancia de las Zonas Francas Exclusivas de Servicios en el Valle del Cauca

Luisa Fernanda Jaramillo Agudelo

Código: 20701828241

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Cali, Colombia

2022

Importancia de las Zonas Francas Exclusivas de Servicios en el Valle del Cauca

Luisa Fernanda Jaramillo Agudelo

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Director (a):

Cristian Alberto Corrales Ramírez

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias económicas y administrativas

Cali, Colombia

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado

_____, Cumple con

los requisitos para optar

Al título de _____.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Cali , agosto 2022

Tabla de Contenido

Resumen.....	10
Abstrac	11
Introducción	12
1. Objetivos de la investigación.....	13
1.1. Objetivo General.....	13
1.2. Objetivos Específicos	13
2. Justificación	14
3. Marco Referencial.....	16
3.1. Estado del Arte	16
3.2. Marco Teórico	18
3.3. Marco Conceptual.....	20
3.3.1. ¿Qué son las zonas francas?.....	20
3.3.2. Tipos de Zonas Francas	21
3.3.3. Objetivo de las zonas francas.....	24
3.4. Marco Legal.....	24
3.4.1. Normatividad de las Zonas Francas.....	24
3.4.1.1.Diferencias entre Zona Franca Permanente y Zona Franca Permanente Especial.	26
4. Metodología de la investigación	29
4.1. Estudio de Caso	29
4.2. Población y Muestra	30
4.3. Operacionalización de Variables	31
5. Resultados.....	33
5.1.Funcionamiento de las Zonas Francas para el sector de servicios en el Valle del cauca ...	33

5.1.1. Llegada de Zonamerica a Colombia.....	34
6. Conclusiones y Logros.....	44
Referencias.....	46
Anexos	49

Lista de Tablas

Tabla 1. Instrumentos de promoción Zonas francas	21
Tabla 2. Zonas Francas Existentes en la Actualidad.....	27
Tabla 3. División de Zonas Francas por departamentos	28
Tabla 4. Operacionalización de Variables	31

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de ubicación para Zonamerica de la ciudad de Cali	35
Figura 2. Edifica A Zonamerica.....	36
Figura 3. Creación de zona Franca Zonamerica (Línea de tiempo).....	37
Figura 4. Beneficios obtenidos desde que está en una zona franca de servicios	40
Figura 5. Desventajas obtenidas desde el ingreso a Zona Franca Zonamerica.....	41
Figura 6. Que lo motivo a establecer su empresa en Zonamerica	42
Figura 7. Planea continuar en el régimen franco como Usuario de Servicios	43

Lista de Anexos

Anexo A. Encuesta trabajo de grado “importancia de las zonas francas de servicios	49
---	----

Dedico mi trabajo a dos seres importantes para mi vida,

Seres que fueron promotores principales para encaminarme en este viaje,

Seres de luz que han guiado mis pasos y han dado todo de sus vidas, los seres que más creyeron en mí y me brindaron su apoyo incondicional, a los que les prometo que esto acaba de empezar,

Este no es el fin de un logro más, este es el inicio al paso de grandeza

Y éxito que me brinda y brindará la vida.

Este va a ser uno de tantos logros, marcando este como el más importante,

Porque fue en este en el que hicieron parte,

Gracias por ser ese faro de luz que me alumbraba en la oscuridad,

Gracias por enseñarme, por guiarme y hacer de mi lo que soy y seré hoy y siempre.

A ellos dedico este libro a mi Abuelo y mi madre.

Luisa Fernanda Jaramillo Agudelo

Agradecimientos

El presente trabajo investigativo le agradezco principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

Gracias a mi abuelo Héctor Francisco Agudelo, a mi madre Erica Agudelo y a mi hermana Salome Rivera, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Agradezco a todos mis docentes de la Universidad Antonio Nariño, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi carrera profesional, de manera especial, agradezco a mi director de trabajo de grado Cristian Corrales, quien con su experiencia, conocimiento y motivación me oriento en la investigación para llevar a cabo tan importante trabajo de grado, a mi jurado Uldarico quien con sus correcciones me ayudo a poder darle más objetivo a mi trabajo de grado, y por último a la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que me acompañaron en el recorrido laborioso de este trabajo a mi Jefe Luis Alfredo Muñoz por ser la primer persona que creyó en mí, en mis capacidades, por tenerme paciencia y por enseñarme todo sobre esta profesión y por permitirme seguir creciendo laboral y personalmente.

Luisa Fernanda Jaramillo Agudelo.

Resumen

La concesión de una Zona Franca aumenta la posibilidad de que varios empresarios, emprendedores o con experiencia en el mercado, puedan ampliar su portafolio de servicios y/o productos a nivel internacional, lo cual posiciona a cualquier país como un exportador de bienes y servicios que puede potenciar su economía.

Actualmente, se puede observar un crecimiento exponencial en las empresas que ofrecen servicios a otras empresas en el extranjero y ZONAMERICA siendo la única Zona Franca de servicios ha anunciado la construcción de su segundo edificio con aspiraciones para la aprobación del tercer edificio, acercándose de esta manera a la meta final que serán 14 edificios.

Por lo anterior, esta investigación promueve la ampliación de Zonas Francas, especialmente las de servicio que pueden potenciar el desarrollo de un país como Colombia, dónde los servicios hacen parte importante del PIB y la economía del territorio nacional. Una Zona Franca de servicios ampliará las oportunidades para pequeños y medianos empresarios que estén iniciando y puedan proyectar ventas internacionales.

Palabras Claves: Zonas Francas, Sector Servicios, Comercio Internacional, Beneficios Tributarios

Abstrac

The concession of a Free Trade Zone increases the possibility that several businessmen, entrepreneurs or already experienced in the market, can expand their portfolio of services and / or products internationally, which positions any country as an exporter of goods and services that can boost its economy.

Currently, we can observe an exponential growth in companies that offer services to other companies abroad and ZONAMERICA being the only Free Trade Zone of services has announced the construction of its second building with aspirations for the approval of the third building, thus approaching the final goal of 14 buildings.

Therefore, this research promotes the expansion of Free Trade Zones, especially those of services that can enhance the development of a country like Colombia, where services are an important part of the GDP and the economy of the national territory. A Free Trade Zone of services will expand the opportunities for small and medium entrepreneurs who are starting up and can project international sales.

Key words: Free Trade Zones, Service Sector, International Trade, Tax Benefits

Introducción

Durante años la humanidad ha buscado diversos mecanismos para la evolución de los mercados, la industria y el empresariado de su país. Una de las técnicas más usadas, se basa en el apoyo por parte del gobierno como promotor principal del impulso para el crecimiento personal y colectivo de una compañía.

Una de las ideas que ha surgido como estrategia para los pequeños y medianos empresarios que apenas inician, son las Zonas Francas. Estas tienen diferentes beneficios tributarios que son muy importantes para las empresas que apenas inician sus operaciones.

Las zonas francas son la delimitación de cierto espacio físico-geográfico que permite la conexión de empresas de diferentes sectores de la economía, que tienen como objetivo desarrollar actividades industriales, comerciales y de servicios, bajo una normatividad especial en materia cambiaria, tributaria, aduanera y de comercio exterior; con la finalidad de que estos complejos industriales favorezcan la generación de empleo y las obras sociales.

Durante la pandemia de 2020, el mundo experimentó un impacto económico muy fuerte que obligó a los empresarios a reinventarse para continuar sus operaciones. El sector servicios fue el más beneficiado y ayudó al sostenimiento de cada país, creando nuevas oportunidades para que más personas logaran acceder a productos y servicios no presenciales.

El objetivo de este trabajo de grado se basa en mostrar la importancia de una Zona Franca de servicios y los beneficios que conlleva como sociedad.

Durante la investigación se aplican diferentes técnicas para la recolección de datos y el posterior tratamiento de la información. También se puede observar que muchas personas desconocen los beneficios tributarios, entre otros.

1. Objetivos de la investigación

1.1. Objetivo General

Analizar si las Zonas Francas exclusivas de servicios han generado beneficios para las empresas del sector servicios de Cali en el periodo comprendido entre 2018 a 2022.

1.2. Objetivos Específicos

- Describir el funcionamiento de las Zonas Francas para el sector de servicios en el Valle del Cauca.
- Determinar las ventajas y desventajas de la Zona Franca exclusiva de servicios para las empresas del Valle del Cauca
- Analizar las experiencias de los usuarios calificados de la Zona Franca exclusiva de Servicios que operan en el Valle del Cauca

2. Justificación

De acuerdo con información del DANE, el 45% de las empresas en Colombia tienen como actividad económica la oferta de servicios, lo cual nos puede generar un indicador relevante para tener en cuenta a futuros empresarios, emprendedores e inversionistas extranjeros (Clavijo, 2021).

La pandemia de Covid-19 afectó particularmente las actividades terciarias, al estar éstas relacionadas con un intensivo contacto físico, lo que hizo que se vieran afectadas la oferta como la demanda, a causa de las restricciones de operación y movilidad que el Gobierno nacional ha implementado (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi, 2020, p.4)). Como consecuencia, los sectores con mayor impacto fueron el comercio, reparación, transporte y alojamiento, además de las actividades profesionales, científicas y técnicas, junto con las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, las cuales representaron cerca del 25,2 % del (Zapata Bedoya y Álvarez López, 2021)

Según el Ministerio de Comercio -Mincomercio-(2021). El sector terciario representó el 68% en el 2021 del PIB con importancia de los servicios, en especial, de la dinámica del turismo.

El sector de los servicios actualmente aporta el 53% de la riqueza total generada en Colombia, un monto que asciende a unos \$530 billones. Si bien es una cifra relevante, el profesor Gómez indicó que los servicios deben migrar a las soluciones que exige una sociedad cada vez más digitalizada (El Colombiano, 2022)

La creación de nuevas empresas del sector terciario ha aumentado en las economías de todo el mundo, por lo que el estudio de esta área es una necesidad actual debido a la globalización. El sector servicios es fundamental para el desarrollo económico de un país, pero a pesar de que se resalta la importancia del sector servicios, los estudios académicos dirigidos hacia la internacionalización de servicios son pocos, la investigación se enfoca en el sector de producción

y manufacturas, pero el sector de servicios tiene unas características que lo diferencian, y por tanto requiere estudios que expliquen su composición y operación.

Una zona franca de servicios ofrece múltiples beneficios tributarios a las empresas que hacen parte de esta, por lo cual, invertir en la creación de estas zonas francas, se puede convertir en un atractivo que fortalecerá la inversión extranjera en Colombia.

Es importante mencionar que el sector servicio ha aumentado en las economías de todo el mundo y se constituye como un aporte importante en la economía de cada país, pero no podemos dejar a un lado que la internacionalización se enfoca en la industria que produce productos. Lo anterior se convierte en la oportunidad de convertir a Colombia en un Hub (El espacio conocido como Hub ó coworking son oficinas compartidas en las que profesionales autónomos, teletrabajadores y empresarios trabajan) de servicios internacionales que puede ser usado como puente internacional de economías emergentes para emprendedores, empresarios antiguos y modernos que promueven el empleo y el crecimiento económico de una región y un país.

Se tiene como fin único realizar una evaluación de las consecuencias económicas que tiene la creación y el funcionamiento de las zonas francas de servicio en Colombia, con el objetivo de determinar su efectividad como estrategia de desarrollo para las regiones.

3. Marco Referencial

A continuación, se encontrará el estado del arte, en el cual se documentará sobre las evidencias en materia de la importancia de las Zonas Francas Industriales de bienes y de servicios ya que hasta el momento no se cuenta con trabajos investigativos sobre las Zonas Francas Exclusivas de Servicios, Seguidamente, se expondrá el marco teórico, en donde se desarrollan las líneas teóricas que guían esta investigación, así como los conceptos más relevantes en el marco conceptual. Posteriormente, se pondrá en contexto al lector sobre el lugar y tiempo en el que se desarrolla esta investigación y finalmente se abordarán los documentos legales que tienen relación con los propósitos del documento

3.1. Estado del Arte

En este apartado se detallan las investigaciones previas que se han llevado a cabo sobre la necesidad de las zonas francas industriales de bienes y de servicios.

Rivas (2008) escribió sobre la importancia de **la Zona Franca de Bogotá como herramienta gerencial de gestión logística para las empresas colombianas** destacando que las zonas francas se constituyen elementos de vital importancia para la logística de las empresas debido a que en el transcurso de su investigación pudo observar los múltiples beneficios que las empresas pueden aprovechar para la disminución de sus costos e impuestos. Rivas basó su investigación en la zona franca de Bogotá y determinó que las empresas que opten por establecerse dentro de la zona franca ya mencionada cuentan con una ventaja frente a las demás empresas que aún no se encuentran dentro de él régimen franco, y esto es debido a que en vez de pagar un 35% de impuesto a la renta, solo están pagando un 15% lo que marca una diferencia porcentual de 20 puntos, y que resulta muy elevada depende del nivel de utilidades que las empresas generen en el año contable.

Por otro lado, Medellín y Zambrano (2002), hacen referencia, de manera superficial, en su texto **Zonas francas como estrategia internacional para el desarrollo de las empresas**, al identificar que las zonas francas aportan grandes beneficios y ventajas para los tratados comerciales como lo son el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) y el Tratado de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA), debido a que la combinación entre las Zonas Francas y estos tratados surgen ventajas competitivas para las empresas grandes y en desarrollo que en algún momento de su trayectoria ejecutaran un plan exportador. En ese orden de ideas las zonas francas son bases del desarrollo industrial, comercial, turístico y tecnológico de bienes y servicios, guían potencialmente hacia la globalización.

Cortes y Romero (2018) realizaron un estudio donde crearon un **Análisis comparativo comercial entre las Zonas Francas Permanentes y las Zonas Francas Permanentes Especiales, Colombia 2013 al 2018** y llegaron a la conclusión de que el régimen de las zonas francas que fue establecido por el gobierno nacional de Colombia, se encuentra dividió en Zonas Francas Permanentes y Zonas Francas Permanentes Especiales y donde se realizó una comparación entre importaciones y exportaciones para establecer la diferencia del valor de las operaciones, evidenciando que las Zonas Francas Permanentes Especiales tienen mayor operaciones tanto importaciones como exportaciones esto debido a que estas son las que mueven la industria en Colombia por el gran flujo de capital que poseen pero por el contrario las Zonas Francas Permanentes tienen menor flujo de capital lo que hace que el valor en las operaciones de importaciones y exportaciones sea menor al de las Zonas Francas Permanentes Especiales.

Por otro lado, se llegó a la conclusión de que las Zonas Francas Permanentes Especiales realizan muy pocas operaciones como: industriales de bienes y servicios pero dichas operaciones tienen más valor económico por que estas se enfocan directamente en la industria del país

específicamente estas grandes empresas traen maquinaria que tiene un más valor en comparación con las mercancías traídas por las Zonas Francas Permanentes, dicho esto por otro lado las Zonas Francas Permanentes realizan operaciones pero están van de la mano directamente con el flujo del mercado, es decir que, estas importan o exportan a medida que el mercado lo requiere , haciendo que estas realicen más operaciones en un mismo periodo de tiempo.

De acuerdo con la revisión de literatura se pueden encontrar diferentes artículos que muestran la importancia de las zonas francas, pero el grueso de esta literatura se encuentra enfocada en el sector primario y de manufacturas, pero se encuentran muy pocos enfocados en el sector servicios. Este trabajo de grado pretende aportar a la literatura analizando la importancia de las zonas francas del sector servicios.

3.2. Marco Teórico

Si se analiza la teoría de la ventaja competitiva de Porter (1987) que nos explica en su marco teórico sobre una esquema grafico conocido como “el diamante de Porter” en el cual se relacionan los indicadores a nivel microeconómico que intervienen a que un país, una región, una comunidad o en este caso una empresa sea realmente competitivos; se puede observar que el diamante de Porter tiene una aplicación directa a las Zonas Francas; por una parte pueden existir dentro de la zona industrial unidas a la producción o a los proveedores de la materia primas indispensables, asimismo existen facilidades para traer sin pagar los impuestos arancelarios del exterior los componentes del producto terminado y además, existe un soporte para los insumos económicos y se ahorran costos por la contratación de los servicios de las empresas ubicadas dentro del territorio delimitado como Zona Franca.

De acuerdo con los planteamientos de Krugman (1979). La competencia en los mercados internacionales no sólo se da por la disponibilidad de factores de producción sino también por la

asimilación y adaptación de los nuevos elementos. Teniendo en cuenta la preparación, manipulación, evolución y desarrollo de la mano de obra que pertinentes al manejo de los fenómenos macroeconómicos los cuales intervienen en la valoración de los capitales financieros, lo cual se puede representar en herramientas que contribuyen a compensar los flujos de caja lo que hace verdaderamente competitivas las economías internacionales. Teniendo en cuenta lo anterior y de acuerdo con diversas teorías económicas internacionales, se puede afirmar que la tecnología aporta en gran medida al desarrollo sostenible de un país, otorgándole ventajas comparativas.

Teniendo en cuenta que se presume que la movilidad sufre menos fricción (considerando especialmente la migración de la mano de obra) evidenciando con mayor exactitud los fenómenos de aglomeración predichos por él en su modelo en 1979. De esta forma, toma relevancia el hecho de centrarse en las regiones de un país como centros de comercio que permitan unir otras regiones y posteriormente al país con el mundo entero, globalizando así sus bienes y servicios, además de mostrar la importancia que tiene para los países, concentrar sus esfuerzos por regiones para maximizar el trabajo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, quienes finalmente serán los impulsores del trabajo y la internacionalización de los bienes y servicios.

Esto, sin ayuda del estado, se convierte en retos casi imposibles de lograr, ya que el estado es el medio por el cual se canalizan los proyectos en cada región y para lograr llevarlo a feliz término, es indispensable el apoyo político, económico y social de un país completo. El estado juega un papel muy importante en el comercio internacional ya que es quien establece las reglas, leyes, decretos y ofrece herramientas para lograr aplicar cada una de estas teorías que han sido probadas por años y han demostrado que aportan sustancialmente al crecimiento económico de los países. Finalmente, Krugman busca un nuevo marco permitiendo una mejor comprensión de la realidad, conectando diferentes teorías que parecían desconectadas, pero que a la final hacen

referencia a fenómenos complementarios. Lo anterior se ha convertido en una integración entre planteamientos clásicos del comercio, el comercio intraindustrial y la localización de la actividad económica. Lo que nos plantea una teoría que permite evidenciar la importancia de infraestructuras como las zonas francas como plataformas que impulsan el comercio internacional de un país, el apoyo del estado para la creación de estas zonas francas que permitan conectar países teniendo en cuenta factores como capital y trabajo como insumo para la exportación e importación de bienes y servicios que permiten el crecimiento económico de una región en particular y se extiende a todo el país.

3.3. Marco Conceptual

A continuación, en el marco conceptual se explican los conceptos más importantes que sustentan el trabajo de grado, y además se expone el marco legal donde se muestran las leyes y normas relacionadas con las zonas francas.

3.3.1. *¿Qué son las zonas francas?*






En un concepto general las Zonas Francas se definen como áreas perfectamente delimitadas del territorio nacional, rodeadas por unas divisiones naturales o artificiales y son vigiladas por inspectores de Aduana, generalmente cerca de una plataforma logística, que a su vez cuenta con una infraestructura necesaria para ser entregada en arrendamiento, básicamente a empresas extranjeras y nacionales con proyección exportadora, para que desarrollen su actividad bajo unas condiciones especiales, donde se puede introducir bienes de capital, materias primas, bienes de uso final, insumos y componentes extranjeros sin que sea necesario someterlos a los usuales requisitos por parte de la Aduana, los cuales pueden ser destinados al consumo en el interior del territorio aduanero nacional, o para exportarlos preferiblemente a mercados internacionales. Se pueden distinguir dos clases de Zonas Francas, las cuales son Comercial, industrial y de servicios.

(Equipos de redactores LEGI, 2021) por lo anterior mencionado es importante conocer con antelación un conjunto de conceptos básicos que ayuden a contextualizar logrando con esto profundizar en mayor grado el conocimiento implícito a raíz de la presente investigación.

En las Zonas Francas no se pueden introducir armas, explosivos, residuos nucleares, desechos tóxicos, sustancias para transformación, procesamiento o fabricación de narcóticos o drogas. (Alcaldía de Bogotá, 2016) y son un instrumento de promoción del Gobierno Nacional para:

Tabla 1.

Instrumentos de promoción Zonas francas

				
<i>Generar encadenamiento s productivos</i>	<i>Generar empleo formal y calificado</i>	<i>Consolidar plataformas logísticas</i>	<i>Captar nuevas inversiones de capital</i>	<i>Apoyar el desarrollo económico de las regiones y el país</i>

Nota: La tabla muestra los instrumentos de promoción que se utilizan en las zona franca. Fuente: Autoría Propia

3.3.2. *Tipos de Zonas Francas*

Existen principalmente tres tipos de zonas francas que se explicaran a continuación:

- ***Zona Franca Permanente:***

Es aquella donde en un área determinada varias empresas (usuarios) desarrollan sus actividades industriales, comerciales o de servicios. Se asimila a un parque industrial. (También conocidos como zona franca de parque o multiempresariales). Actualmente en Colombia existen alrededor de 31 zonas francas permanentes con más de 500 usuarios en todo el país.

Según Diego Gaitán, gerente de la Zona Franca de Bogotá, en entrevista para Legiscomex.com, las Zonas francas permanentes son áreas geográficas que no pueden tener un área menor a 20 hectáreas, para que dentro de estas se instalen empresas. También son denominadas parques industriales y deben ser dotadas de la infraestructura necesaria para que allí se instales compañías y ejecuten su actividad industrial. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

- ***Zona Franca Permanente Especial:***

Es aquella que está autorizada para que una empresa desarrolle sus actividades industriales o de servicios en un área determinada por la misma, siempre y cuando se trate de proyectos de alto impacto económico y social para el país, que cumpla con los requisitos de inversión y de empleo que establece el Gobierno.

Gaitán afirma, que dentro de las Zonas Francas Permanente Especial se califica una sola compañía para desarrollar su actividad industrial y que solo pueden tener Usuarios Industriales de Bienes o Usuarios Industriales de Servicios. Dentro de esta clase de Zona Franca no pueden existir Usuarios Comerciales. (Legis editoriales S.A, 2018)

Se trata de proyectos de alto impacto económico y social para el país y admite, entre otras, las siguientes modalidades:

- De bienes.
- De servicios
- De servicios de salud.
- De proyectos agroindustriales
- De sociedades portuarias.
- De reconversión de empresas existentes

Actualmente en Colombia existen alrededor de 71 zonas francas permanentes especiales. (Asociación nacional de empresarios de Colombia, 2017)

- **Zona Franca Transitorias:**

La existencia y regulación de las Zonas Francas Transitorias (ZFT) se rige mediante el Decreto 1552 de 1992. Con este régimen se le otorga de manera temporal el tratamiento de Zona Franca comercial a los terrenos donde se celebren ferias, exposiciones, congresos y seminarios de carácter internacional, con el fin de permitir el ingreso de mercancías procedentes del exterior libres de aranceles e IVA. El tiempo máximo de permanencia de las mercancías en la Zona Franca Transitoria incluye la duración del evento más dos períodos adicionales; uno de tres meses antes de su iniciación y otro de seis meses después de su terminación. Según Diego Gaitán, éstas se declaran para un evento específico. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

Según el equipo de redactores de Legis (1998) existen tres tipos de zonas francas en el país las cuales son:

- **Zona franca industrial de servicios tecnológicos:** Se caracteriza por promover el desarrollo de mínimo diez empresas de base tecnológica, cuya producción se destine al mercado internacional de manera subsidiaria al nacional. (Equipos de redactores LEGI, 2021)
- **Zona franca industrial de servicios turísticos:** su objetivo primordial es promover la prestación de servicios de la actividad turística -alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, servicios de transporte; destinados al turismo receptivo y de manera subsidiaria al nacional. (Equipos de redactores LEGI, 2021)
- **Zona franca industrial de bienes y servicios:** su objetivo principal e incentivar el desarrollo en procesos de industrialización de bienes y prestación de servicios destinados

a mercados externos y de manera subsidiaria al mercado nacional. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

3.3.3. *Objetivo de las zonas francas*

La secretaria de prensa de la presidencia de la República dice que el objetivo principal de las zonas francas es promover la inversión nacional y extranjera, considerada ésta como el aporte de recursos financieros que realiza una empresa, en nuevos activos fijos reales productivos y terrenos que se vinculen directamente con la actividad productora de la zona franca.

También busca generar empleo directo y formal, es decir, bajo contratos de trabajo que exigen la vinculación de personal permanente y por tiempo completo, en los que el empleador cumpla con los aportes parafiscales y las obligaciones del sistema general de seguridad social. (PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, s.f.)

3.4. Marco Legal

3.4.1. *Normatividad de las Zonas Francas*

En 1958 bajo la Ley 105 se determinó que las zonas francas establecidas en Colombia serían establecimientos públicos nacionales dirigidos a agilizar, simplificar y facilitar el comercio internacional, y Según Gaitán, a partir de la Ley 1004 del 2005 se cambió el objeto de creación y funcionamiento de las Zonas Francas (ZF). La Ley buscó enmarcar las ZF dentro de los convenios internacionales que Colombia había suscrito, particularmente con la Organización Mundial del Comercio (OMC). El Régimen de ZF se creó como incentivo para las exportaciones sin pagar renta sobre las ventas al mercado externo. Con esta Ley, el objeto de las ZF cambió, dejaron de ser un instrumento para incentivar las exportaciones y pasaron a ser un mecanismo para generar empleo, atraer Inversión Extranjera Directa (IED), retener inversión nacional, generar centros de

desarrollo, mejorar los procesos y dar transferencia tecnológica. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

En el marco jurídico definido por una Ley expedida por el Congreso de la República de Colombia (Ley 1004 de 2005) que contiene las finalidades de las Zonas Francas y están resumidas en 5 puntos los cuales son : Ser instrumento para la creación de empleo y para la captación de nuevas inversiones de capital, Ser un polo de desarrollo que promueva la competitividad en las regiones donde se establezca, desarrollar procesos industriales altamente productivos y competitivos, bajo los conceptos de seguridad, transparencia, tecnología, promover la generación de economías de escala, Simplificar los procedimientos del comercio de bienes y servicios, para facilitar su venta. (Zona franca metropolitana , 2022)

Actualmente rige el Decreto ley 278 de 2021 que modifico el Decreto 2147 de 2016 que esperaba simplificar la normativa sobre la materia, agilizar los procedimientos, facilitar el acceso al régimen y delimitar las entidades intervinientes en el proceso de declaratoria de existencia de las zonas francas. Luego siguieron otras modificaciones empezando por decreto 1945 de 2018 por el cual se designa a un delegado del presidente de la república ante la comisión intersectorial de zonas francas por consiguiente surgió el Decreto 1054 de 2019 por el cual se adiciona el Capítulo XII al Título I del Decreto 2147 de 2016, para reglamentar la prórroga del término de la declaratoria de existencia de las zonas franca que quedo para 30 años.

Debido al horrible episodio que pasamos y que aún estamos pasando por la llegada de la pandemia gracias a el surgimiento del virus COVID-19 se modificó la ley y surgió el Decreto 411 de 2020 Por el cual se toman medidas transitorias debido a la emergencia sanitaria relacionada con el COVID-19 con respecto al régimen de zonas francas pero este no fue suficiente y se modificó para crear el Decreto 686 de 2020 Por el cual se adoptan disposiciones transitorias en materia de

sistemas especiales de importación - exportación, consumidor, turismo y zonas francas, para mitigar los efectos causados por la emergencia sanitaria provocada por el coronavirus COVID-19. (Zona franca metropolitana , 2022)

3.4.1.1.Diferencias entre Zona Franca Permanente y Zona Franca Permanente Especial

En la Zona Franca Permanente se permite que operen diferentes empresas, como por ejemplo zona franca de Bogotá, zona franca del Pacifico, etc. pero en cambio, las Zonas Francas Permanentes Especiales pueden ser un empresariales ejemplo Zona franca Especial Colcauca Colombina del cauca, zona franca especial cervecería del valle, Sociedad Puerto Industrial Aguadulce S.A, Salud para el Cauca Zona Franca S.A.S. IPS etc.

El decreto contempla la posibilidad de que se declare Zona Franca Permanente Especial, el territorio ocupado por sociedades ya creadas que estén desarrollando actividades que generen un impacto positivo en industrial y tecnológica. Por ejemplo, proyectos agroindustriales o de prestación de servicios de salud, call centers, consultorías etc. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

Revisando la historia económica del país encontramos como con la constitución de la Zona Franca Industrial y Comercial de Barranquilla se dio inicio en el año 1959 al régimen de Zonas Francas en Colombia, bajo un enfoque de administración pública. Sin embargo, por diversas razones de tipo político, económico y legal, hasta el 2005 solo se contaba con un número reducido de Zonas Francas declaradas en todo el territorio nacional, por lo que fue necesario realizar un cambio de enfoque en cuanto a la finalidad perseguida por este instrumento, el cual se materializó con la Ley 1004 del 2005, pasando así las Zonas Francas de tener una vocación eminentemente exportadora, para convertirse en un polo de atracción de nuevas inversiones y generación de empleo, lo que conllevó entre otros beneficios a poder cumplir con los compromisos supranacionales adquiridos por el país ante la Organización Mundial del Comercio – OMC, en lo

referente al desmonte de las subvenciones fiscales atadas a las exportaciones realizadas en estas zonas especiales. (Equipos de redactores LEGI, 2021)

El cambio de enfoque permitió encauzar el rumbo de las Zonas Francas, incrementar exponencialmente las áreas declaradas en todo el territorio nacional y posicionarlas como uno de los principales vehículos de inversión al momento de estructurar modelos de negocios locales y extranjeros. Su detonación tuvo como principal soporte el equilibrio alcanzado entre los beneficios otorgados a los usuarios del régimen franco y el impacto positivo que el desarrollo de la figura generó en la economía local y por ende en el conglomerado social.

Actualmente existen según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT) un total 120 zonas francas en 22 departamentos, compuestas de la siguiente manera:

Tabla 2.

Zonas Francas Existentes en la Actualidad

Zonas Declaradas Antes de la Ley 1005 del	10
2009	
zonas Francas Permanentes	31
Zonas Francas Permanentes Especiales	79
TOTAL	120

Nota: La tabla muestra las zonas francas existentes. Fuente: Autoría Propia

Las zonas francas están divididas por departamentos divididas de la siguiente manera:

Tabla 3.*División de Zonas Francas por departamentos*

DEPARTAMENTO	N°	ZONA	FRANCA	N°	ZONA	FRANCA
		PERMANENTE			PERMANENTE ESPECIAL	
ANTIOQUIA	3			7		
ATLANTICO	3			6		
BOLIVAR	5			12		
BOYACA	1			N/A		
CAUCA	2			3		
CESAR	1			N/A		
CORDOBA	3			N/A		
CUNDINAMARCA	8			14		
EJE CAFETERO	2			3		
GUAJIRA	1			1		
HUILA	1			N/A		
MAGADALENA	4			3		
META	N/A			2		
NARIÑO	N/A			2		
NORTE DE SANTANDER	1			2		
SANTANDER	1			5		
VALLE DEL CAUCA	5			7		
TOTAL	31			79		

Nota: En la tabla se muestra la división de las zonas francas que hay por departamentos.. Fuente:

Elaborada bajo la referencia de LegisComex (2021)

4. Metodología de la investigación

Para la realización de esta monografía se utilizaron diferentes metodologías:

4.1. Estudio de Caso

Con el objetivo de analizar los beneficios de las Zonas Francas Exclusivas de servicios se propone realizar un estudio de caso para Zonamerica. Los estudios de caso confrontan las realidades de los sujetos y gestionan los procesos a los cuales estos están adjuntos por ende es crucial mencionar que son relevantes en este tipo de investigación debido a que parte de la opinión y de las experiencias de los nuevos actores con la intención de generalizar los resultados y todos los conocimientos obtenidos.

Actualmente, el estudio de las políticas públicas está en pleno esplendor, el caso específico de las políticas enfocadas hacia las Zonas Francas Exclusivas de Servicios presenta muchos vacíos teóricos y empíricos, por lo que hace importante el uso de esta metodología. El banco Interamericano de Desarrollo – BID, define la metodología como:

Un estudio de caso sistematizado a lo largo de un periodo de tiempo una o varias experiencias o procesos, sus momentos críticos, actores y contexto con el fin de explorar sus causas, y entender por qué las experiencias o procesos objeto de estudio se desarrolló como lo hizo, obtuvo los resultados que obtuvo, y que aspectos merecen atención particular en el futuro. (banco interamericano de desarrollo (BID), 2011)

Para la preparación de un estudio de caso se necesitan los siguientes pasos:

- Diseño del Estudio de Caso
- Recopilación de la información
- Análisis de la información
- Redacción del informe

- Diseminación

La metodología utilizada en el presente estudio es la siguiente:

- **Tipo de Fuentes:** Estudio Cualitativo.
- **Unidad de análisis:** Zonamerica (población total 9 empresas)
- **Actividades:** a continuación, se describen las actividades, las técnicas y los instrumentos que se utilizaron en el proceso del estudio de caso.
- **Participación:** 9 empresas con la participación de sus 9 gerentes, revisión de páginas web, artículos.
- **Técnicas:** Encuestas directas (9)
- **Instrumentos:** Encuestas Virtuales (9)

4.2. Población y Muestra

La unidad de análisis de esta investigación es Zonamerica la cual se analiza a través de los Usuarios calificados, se tiene información de 9 empresas activas presencialmente por lo tanto los instrumentos de investigación se enfocaron a estas 9 empresas por lo que no se obtuvo tamaño de la muestra ya que se aplicó la encuesta a toda la población total.

- **Criterios de Inclusión:**
 - Empresas que estén dentro del régimen franco de Zonamerica
 - Empresas activas presencialmente
- **Criterios de Exclusión:**
 - Empresas que no estén como Usuarios Calificados de Zonamerica
 - Empresas cuya actividad económica es diferente a prestar un servicio

4.3. Operacionalización de Variables

Tabla 4.

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICION	DEFINICION OPERACIONAL	
	CONCEPTUAL	PREGUNTA	POSIBLES RESPUESTAS
Conocimiento de la Zona Franca	Hace referencia a identificar las características de la empresa	Nombre	Pregunta Abierta
		Empresa	
Ventajas	Hace referencia a identificar los beneficios obtenidos desde el punto de vista de los Usuarios Calificados	Cargo	a) Atracción de clientes. b) Comodidad y confort para sus empleados. c) Disminución de carga tributaria. d) Posibilidad de compra de equipos Exentos de IVA. e) Aumento de ventas f) Disminución de costos
		# de empleados	
		¿Cuáles de estos beneficios le ha traído estar en una zona franca de servicios?	a) Beneficios Tributarios.
		¿Qué lo motivó a establecer su empresa o marca en una zona franca?	b) Por locación. c) Ubicación geográfica. d) Otro. ¿Cuál?

Desventajas	<p>Hace referencia a identificar los perjuicios obtenidos desde el punto de vista de los Usuarios Calificados</p>	<p>¿Qué desventajas o aspectos negativos ha podido percibir desde que hace parte de una zona franca de servicios?</p>	Pregunta Abierta
Apreciación de los Usuarios calificados	<p>Hace referencia a identificar las perspectivas futuras de los Usuarios Calificados frente a Zonamerica</p>	<p>¿Planea continuar en el régimen franco?</p> <hr/> <p>¿Recomendaría a otras empresas a calificarse como usuario de servicios dentro de esta zona franca?</p>	<p>a) Si. b) No. c. Justifique su respuesta:</p> <hr/> <p>a) Si. b) No. c. Justifique su respuesta</p>

5. Resultados

A continuación, se presentan los resultados del presente trabajo de grado; primero se mostrará el funcionamiento de las Zonas Francas para el sector de servicios en el Valle del Cauca después se mostrarán las ventajas y desventajas de la Zona Franca exclusiva de servicios para las empresas del Valle del Cauca y finalmente para concluir los resultados se mostrarán las experiencias de los usuarios calificados de la Zona Franca Exclusiva de Servicios que operan en el valle del Cauca.

5.1. Funcionamiento de las Zonas Francas para el sector de servicios en el Valle del Cauca

Zonamerica inicia sus acciones en Uruguay en 1990 como el primer proyecto de zona franca privada del Uruguay (nombrada originalmente como Zona Franca de Montevideo), utilizando la ley N° 15.921 de Zonas Francas. El contexto histórico de ese momento generó una avidez hacia la búsqueda de nuevas condiciones y herramientas que permitieran inversiones y competitividad para el país. En sus orígenes Zonamerica comenzó siendo una Zona Franca cuya principal actividad era la logística y la distribución. Sin embargo, el concepto de parque tecnológico que actualmente caracteriza a Zonamerica ya existía desde sus comienzos cuando era una zona franca con pocos edificios y menos infraestructura. A partir del año 2000, Zonamerica inicia un proceso de adquisición de terrenos adyacentes a su localización principal en Uruguay con el objeto de implantar un proyecto inmobiliario llamado Jacksonville, el cual se encuentra en proceso de aprobación por las autoridades correspondientes. (Zona franca Zonamerica, 2018)

En los últimos años, Zonamerica ha iniciado un proceso de internacionalización trasladando su know-how y procesos de negocio a su primera locación internacional en Colombia, consolidando su visión de operar una red de plataformas en el mundo. (Zona franca Zonamerica, 2018)

5.1.1. Llegada de Zonamerica a Colombia

Según el censo Nacional de población y vivienda realizado por el DANE Colombia tiene más de 48 millones de habitantes, teniendo dentro de su población 38 millones que se encuentran en edad para trabajar (Departamento Administrativo Nacional de Estadística: www.dane.gov.co.) Colombia cuenta con una ubicación privilegiada para atender diferentes mercados internacionales. Un mercado emergente con gran disponibilidad de talentos y bajos costos en la región. Es la 4ta economía de Latinoamérica y la 37 a nivel mundial. Además, Colombia tiene una creciente clase media, con 14.2 millones de personas, 30,5 % del total de la población. De acuerdo con Procolombia y el Ministerio de Educación, entre el año 2015 y el 2017, Colombia presentó el mayor avance en los indicadores de localización para Servicios Globales, ascendiendo 33 posiciones. Dentro del país se cuenta con grandes ciudades con infraestructura sólida, tarifas inmobiliarias competitivas e instituciones gubernamentales y gremiales, para atraer y apoyar actividades de desarrollo de servicios globales. (ZONA FRANCA ZONAMERICA, 2018)

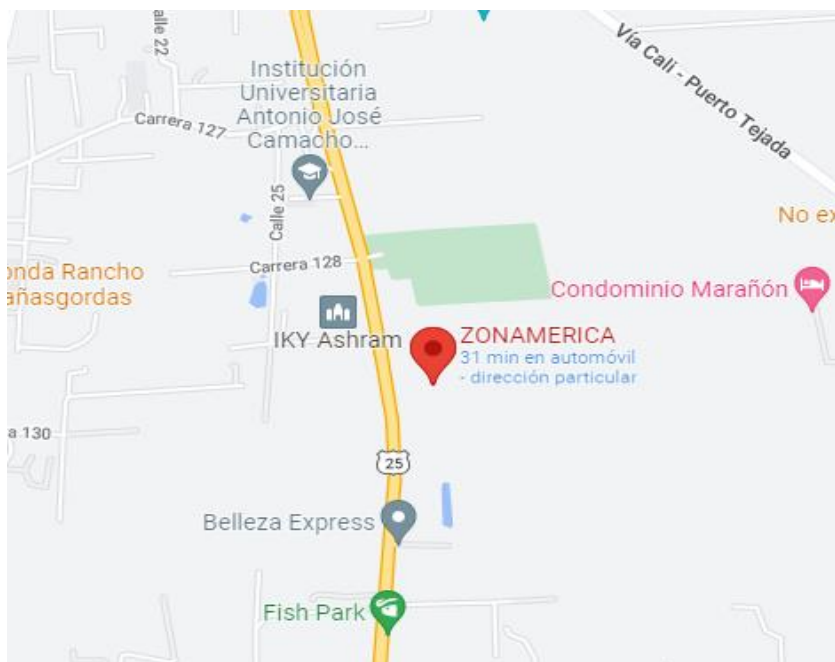
Criterio Cali es la capital del Valle del Cauca, tiene una población de 2.420.114 habitantes, es la 3era ciudad más importante de Colombia y aporta el 5% del PIB.VEI. 40% de la población Valle Cauca está entre 18 y 35 años, 19% son jóvenes entre 18 y 28 años y su tasa de desempleo es de 11,9%. Está en el top 10 de las ciudades más costo-eficiencia del mundo y cuenta con la mejor estrategia de atracción y 4 de las principales 10 compañías de software del país y la más grande en BPO. En el sur de la Ciudad, se concentran 6 Universidades certificadas por el Ministerio de Educación, que gradúan a más de 7000 profesionales por el año. La ciudad se encuentra conectada por más de 80 vuelos semanales a destinos internacionales, vuelos directos

internacionales a más de 5 destinos y cerca de 40 vuelos diarios a Bogotá. (Zona franca Zonamerica, 2018).

5.1.2. De selección de la ciudad de Cali como ubicación para Zonamerica

Figura 1.

Mapa de ubicación para Zonamerica de la ciudad de Cali



Nota: En la figura se muestra el mapa de ubicación para Zonamerica de la ciudad de Cali. Fuente: Google Maps. (2022)

Zonamerica Colombia se plantea como objetivo estratégico ser el lugar más atractivo para trabajar en el país, ofreciendo al talento local una experiencia laboral muy atractiva. El Campus cuenta con más de 7.000 metros de fibra óptica instalada con una capacidad para atender hasta 35.000 usuarios con redundancia. Dentro de la red de telecomunicaciones hay 272 puestos GPON con una infraestructura capaz de soportar hasta 100G. Adicionalmente, cuenta con ingreso de operadores desde tres centrales (Holguines, Parcelaciones y Limonar a través de Alférez). Sumado

a esto, posee una amplia red de multiservicios (video, voz y datos) y que, además, soporta diferentes protocolos en capa 2. (Zonamerica, 2018)

Por otro lado, para acceder fácilmente a Zonamerica, se cuenta con más de 10.000 metros cuadrados de zona de parqueo para vehículos y motos, y una parada del MIO frente a la entrada al campus.

Figura 2.

Edifica A Zonamerica



Nota: La figura muestra la ilustración de Zonamerica. Fuente: Zonamerica (2020)

Figura 3.

Creación de zona Franca Zonamerica (Líneas de tiempo)





Nota: Se muestra la línea de tiempo para la creación de la zona Francia Zonamerica. Fuente:

Zonamerica (2020)

5.1.3. Describir las ventajas y desventajas de la Zona Franca Exclusiva de servicios para las empresas del Valle del Cauca.

5.1.3.4. Descripción de beneficio que aporta el Régimen De Zona Franca Para Servicios. de donde se obtiene la información , fuentes? .

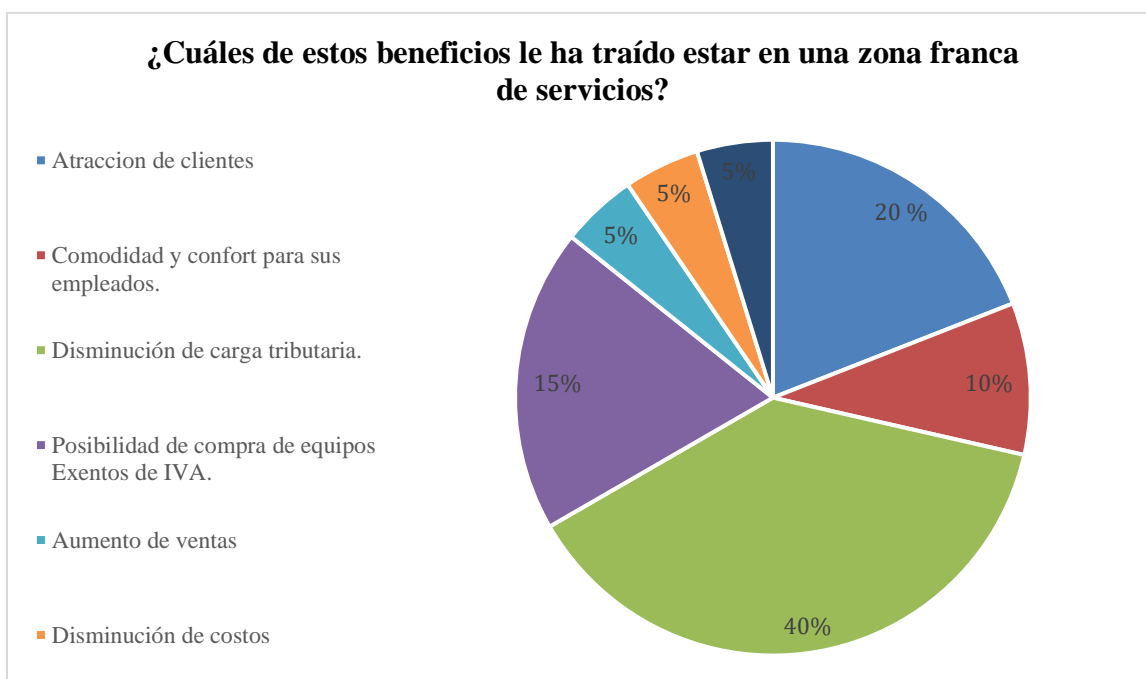
Los clientes de Zonamerica al calificarse como Usuarios Industriales de Servicios, obtienen los beneficios tributarios que otorga la Ley de Zonas Francas Colombiana, a saber:

- Tarifa reducida de impuesto a la renta – 20%: El impuesto sobre la renta es un impuesto que grava los beneficios económicos, obtenidos por las empresas o personas y en Colombia es del 35% para las empresas que no están dentro de una Zona Franca por lo tanto es un descuento bastante significativo e importante para las empresas calificadas como U.C dentro de Zonamerica. (ZONAMERICA, 2018)
- Telecomunicaciones, Internet, Firewalling, soporte técnico dedicado. También cuenta con Zonamerica Cloud, almacenamiento y escritorios virtuales, administración de la red, fibra óptica al puesto de trabajo con posibilidad de diferenciación de ancho de banda, colocación, manos remotas y Data Center certificado TIER IV en Colombia lo que significa que cuenta con un centro de procesamiento de datos con seguridad ante desastres naturales y robo cibernético. (ZONAMERICA, 2018)
- 0% de Arancel en importación de Activos Fijos Reales Productivos (AFRP)
- 0% IVA en importaciones de Activos Fijos Reales Productivos (AFRP)
- 0% IVA en compras de Activos Fijos Reales Productivos (AFRP)
- Aplicabilidad de tratados internacionales con Colombia

Para poder determinar las ventajas y desventajas que ha traído Zonamerica se realizó una encuesta (ver anexo 1), donde se preguntó sobre qué ventajas o beneficios les ha traído estar en Zonamerica observar en la figura 1 y la mayoría de respuesta concluyeron que ayudaba a la atracción de clientes, la comodidad y confort para los empleados, la posibilidad que tenían de comprar equipos exentos de IVA y esto significaba una gran disminución en la contabilidad; por lo cual fundamenta y apoya el por qué es importante esta zona franca para el sector terciario que es uno de los sectores más fuertes de Colombia.

Figura 4.

Beneficios obtenidos desde que está en una zona franca de servicios



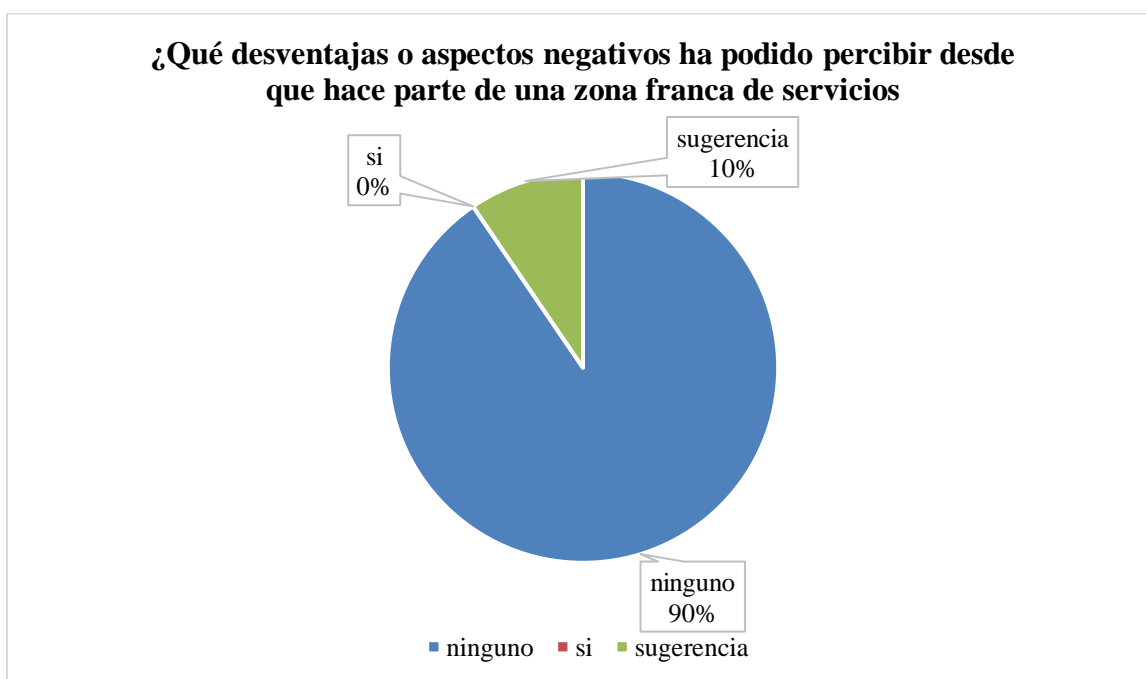
Nota: La figura muestra la grafica de los Beneficios obtenidos desde que está en una zona franca de servicios. Fuente: Autoría propia

Por otra parte para determinar las Desventajas se le pregunto a las empresas encuestadas que aspectos negativos han podido percibir desde que hacen parte de una zona franca de servicios y como se expresa en la Figura 2 la respuesta final no fue una desventaja sino más bien un pequeño

problema ya que la mayoría de encuestados decían que el sistema interno de inventario de la Zona Franca Zonamerica llamado LORENZO era muy complejo en especial para las empresas en las que sus actividades económicas eran totalmente diferentes a conocimiento de comercio exterior; por esto mismo surgen empresas de apoyo como la empresa INVEST IN S.A.S que no es una Empresa Calificada como Usuario de Servicios y que sirve para apoyar en temas tributarios y aduaneros a las empresas y así tercerizar la responsabilidad y de alguna manera generar más empleos.

Figura 5.

Desventajas obtenidas desde el ingreso a Zona Franca Zonamerica



Nota: La figura muestra la gráfica de Desventajas obtenidas desde el ingreso a Zona Franca Zonamerica. Fuente: Autoría Propia

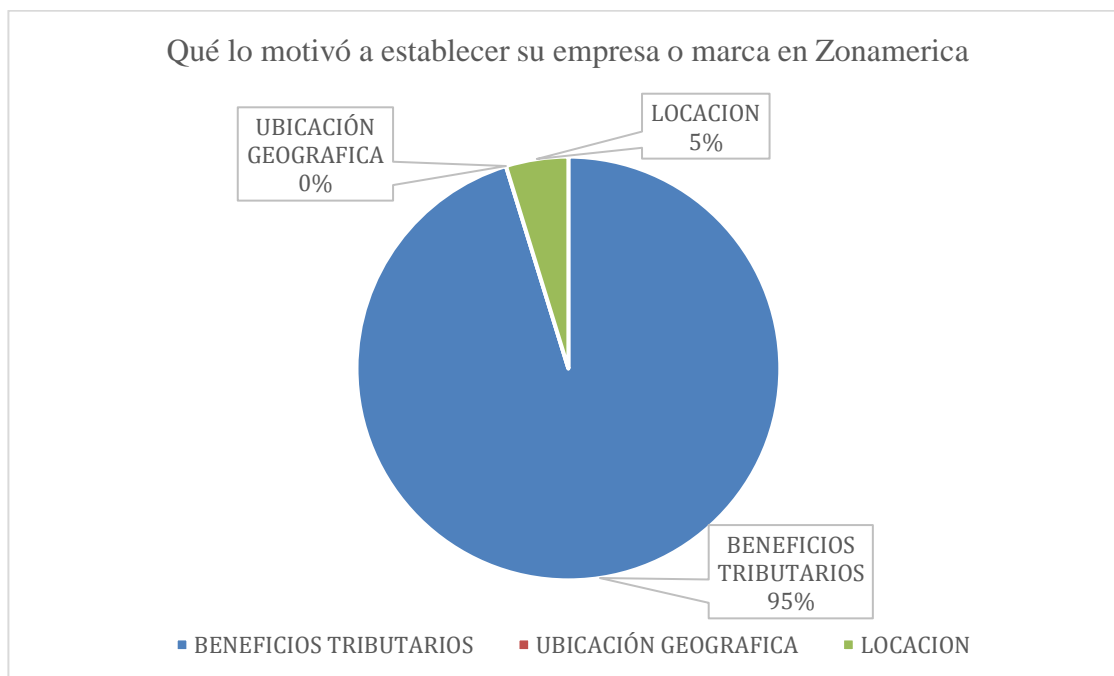
Se realizó una encuesta a algunas empresas de la Zona Franca Zonamerica (ver anexo 1), para poder medir la experiencia de los UC (usuarios calificados) y poder identificar los motivos por los cuales los empresarios buscan una Zona Franca Exclusiva de servicios o no;

Adicionalmente se intentó mostrar la importancia de las Zonas Francas Exclusivas de servicios y como impulsa la economía del país creando nuevos empleos y oportunidades para las personas de la región

Primeramente, para identificar cómo decidieron estar dentro del régimen franco se les pregunto de qué manera se dieron cuenta de la existencia de Zonamerica y las respuestas en su mayoría fueron por medio de un boletín informativo de la Cámara de Comercio y por medios publicitarios; Por consiguiente se indago sobre el motivo por el cual los llevo a establecer su empresa o marca dentro de una zona franca. Como se observa en la Figura 2 el 95 % de las respuestas arrojaron que habían tomado la decisión por los beneficios tributarios que podían obtener y solo el 5 % dijo que era por la buena locación y espacio que Zonamerica les ofrece.

Figura 6.

Que lo motivo a establecer su empresa en Zonamerica

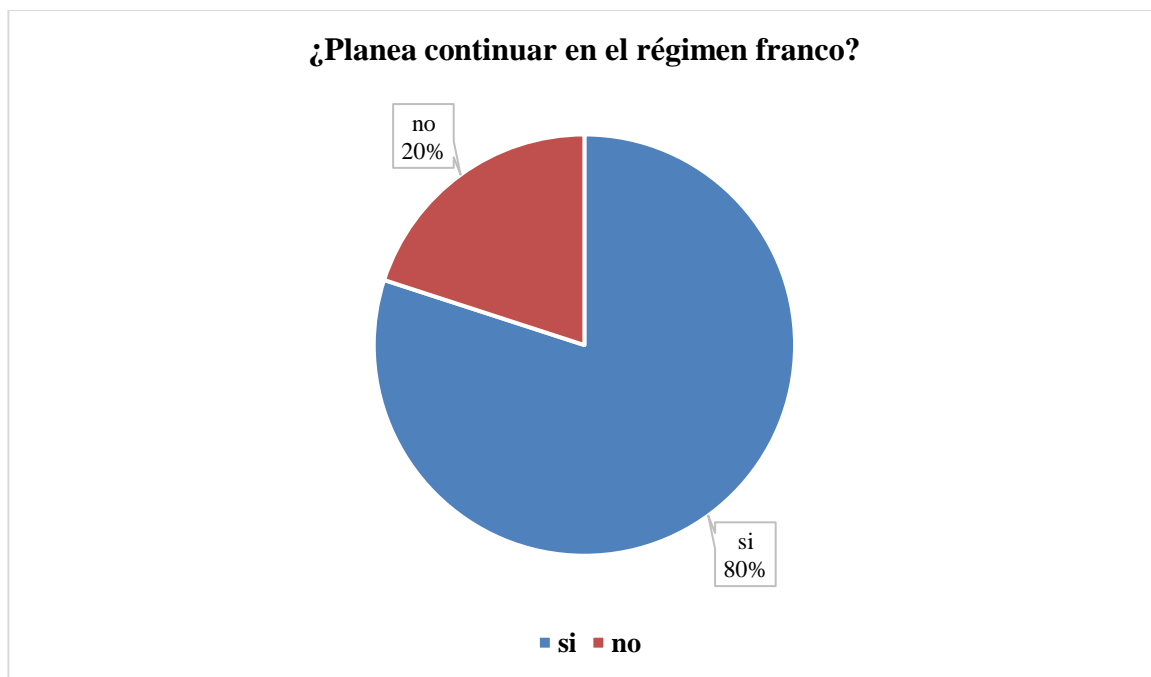


Nota: La figura muestra la gráfica Que lo motivo a establecer su empresa en Zonamerica. Fuente Autoría Propia

Por otro lado se les pregunto si planeaban continuar dentro del régimen franco como se muestra en la Figura 4, de las 9 empresas encuestadas 7 respondieron que Si, argumentando que Zonamerica era un proyecto de expansión a escalas gigantes y que a futuro se beneficiarían aún mas y la empresa que respondió que No , argumento que debido a que pertenece a el sector de la construcción no se siente muy beneficiado dentro de una zona franca de servicios porque su verdadero mercado se encuentra en el TAN y por último se preguntó si recomendaría a otras empresas a calificarse como usuario de servicios dentro de esta zona franca y la respuesta fue “Si” por qué han visto muchos beneficios y un fuerte crecimiento en sus empresas por lo tanto si lo recomendaría.

Figura 7.

Planea continuar en el régimen franco como Usuario de Servicios



Nota: La figura muestra el gráfico Planea continuar en el régimen franco como Usuario de Servicios

Fuente: Autoría Propia

6. Conclusiones y Logros

Después de haber terminado esta investigación, es pertinente destacar que los objetivos planteados fueron logrados en su totalidad. Con respecto a los resultados esperados, el estudio nos permite afirmar las siguientes conclusiones:

1. las Zonas Francas desde sus comienzos se fundamentaron para su consecución en la intención de los países para conseguir empleos, divisas y desarrollo en general de la industria mediante la atracción de inversiones extranjeras que vieron en las Zonas Francas una oportunidad de expandir sus recursos y conquistar de manera más ventajosa los diferentes mercados.
2. Las Zonas Francas se constituyeron como una alternativa y opción en las diferentes empresas para incentivar el comercio exterior, representándoles beneficios en materia aduanera y tributaria, transformado en menores costos e impuestos para su funcionamiento.
3. Colombia ocupa el primer lugar en mayor cantidad de zonas francas en Latinoamérica; sin embargo, no lo es así en número de empleos directos comparado con otros países de la región.
4. Cada vez se están abriendo más zonas francas en las diferentes regiones del país incluyendo la apertura de la primera Zona Franca de exclusiva de servicios en Colombia llamada Zonamerica, lo cual demuestra la confianza de los inversionistas y representa también una oportunidad y opción que está en la mirada de las empresas, de acuerdo con los nuevos desafíos que debe afrontar el país en materia de comercio exterior a nivel internacional.
5. En lo que respecta a servicios y oferta las zonas francas son muy competitivas, y las diferencia son pocas en cuanto a las tecnologías instaladas, operatividad, procesos de logística, seguridad y control, cuentan con una constante atención durante todo el año y

todas tienen un objeto social bien sea por ley o por misión. Lo que permite observar que la diferencia consiste en su infraestructura, posición geográfica y las ventajas que ofrecen de acuerdo con cercanías con puertos.

6. Dentro de la búsqueda incansable de las empresas de generar mejores situaciones en materia aduanera y tributaria, es posible determinar que las zonas francas son un eje fundamental para conformar una prioritaria alternativa dentro de las posibles elecciones empresariales, en términos de expansión o creación.
7. En condiciones como las que se están sufriendo en la actualidad en los mercados internacionales y con la reciente crisis a la que nos llevó el COVID-19, con respecto a la crisis económica actual, tasa de cambios altas y la crisis de contenedores, las Zonas Francas se convierten en una estrategia que le permite al empresario generar productos más competitivos y servicios con mayores ventajas en costo puesto que se pueden valer de todas y cada una de las ventajas que le otorga el Régimen de las Zonas Francas en cuanto se refiere a lo aduanero, cambiario y tributario, y se este modo ir a la delantera frente a las industrias que se encuentren fuera de este territorio. Además de ello, puede el empresario aprovechar en mayor medida todos los acuerdos comerciales que celebre nuestro país con el resto del mundo.

Referencias

- Alonso, W. (1964). *Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*, Cambridge, Harvard University Press.
- Asociación nacional de empresarios de Colombia. (2017). *Proyectos*. Andi. <http://proyectos.andi.com.co/es/GAI/GuiInv/ActExt/RegZonFra/Paginas/TZF.aspx>
- Chamberlin, E. H. (1933). *A Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge, Harvard University Press.
- Christaller, W. (1966). *Central places in Southern Germany*, Jena, Ed. Fischer. (Edición original en alemán de 1935)
- Clavijo, S. (06 de 12 de 2021). *¿El sector servicios cuan viable para Colombia?* la República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/el-sector-servicios-cuan-viable-para-colombia-3272314>
- Decreto 2147 de 2016 (2016) Alcaldía de Bogotá. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma_temas.jsp?i=67953
- Dixit, A y Stiglitz, J.E. (1977). 'Monopolistic Competition and Optimal Product Diversity, *American Economic Review*, 67(3) 297-308.
- Equipos de redactores LEGI. (19 de 07 de 2021). *¿Cuántas zonas francas hay en Colombia?* LEGIS. <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/cuantas-zonas-francas-hay-en-colombia>
- Harris, C. D. (1954). The Market as a Factor in the Localization of Production. *Annals of the Association of American Geographers*, 44, (1), 315-348
- Herrera, J. A. H. (2016). *Importancia económica de las zonas francas*. Alcaldía mayor de Bogotá. Geraadpleegd. <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-exterior/importancia-economica-de-las-zonas-francas#:~:text=Conclusiones,e%20impuestos%20para%20su%20funcionamiento>.
- Laboral, R. E. (2019). *La primera zona franca exclusiva de servicios en Colombia*. Revista Empresarial & Laboral. Geraadpleegd. <https://revistaempresarial.com/actualidad-empresarial/novedades/primera-zona-franca-exclusiva-servicios-colombia/>
- Legis Editoriales S.A. (2018). *Clases de zonas francas*. Legiscomex. <https://www.legiscomex.com/Documentos/clases-zonas-francas-rci278>
- Legis, E. D. R. (2021, 29 juli). *¿Cuántas zonas francas hay en Colombia?* LEGISCOMEX. Geraadpleegd op 6 mei 2022, van <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/cuantas-zonas-francas-hay-en-colombia>

- Legiscomex. (2018). *¿Que es una zona franca?* Legiscomex. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/documentos/definiciones-zonas-francas-rci304>
- Legiscomex. (2022).. *Sistema de Inteligencia Comercial*. LegisComex https://www.legiscomex.com/Documentos/definicion_zonasfrancas
- Ley 105 de 1958 (1958, 31 de diciembre) Congreso de la República. <https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1958/10105de1958>
- Medellín Abueta, Y. A., y Zambrano Sánchez, J. F. (2002). *Zona franca como estrategia internacional para el desarrollo de las empresas* [Tesis de pregrado Corporación Universitaria tecnológica de Bolívar] <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0007088.pdf>
- Mincomercio. (2021). *contexto macroeconomico de Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx>
- Pacific, I. (2020). *Cali inauguró la primera zona franca de Servicios del país: Zonamerica*. Invest Pacific. <https://www.investpacific.org/noticias-y-eventos/servicios-globales/cali-inauguro-la-primera-zona-franca-de-servicios-del-pais-zonamerica/>
- Pinzón Álvarez, E., y Lora Suarez, J. E. (2015). La generación de beneficios sociales y económicos de las zonas francas en Colombia. *Face*. 15 (2) 1-59. https://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/FACE/article/view/1907/0
- Presidencia de la república. (s.f.). *ABC, nuevo histórico de zonas francas de* http://historico.presidencia.gov.co/especial/zona_franca/index.html
- Presidencia de la república. (s.f.). *ABC del nuevo régimen de zonas francas* http://historico.presidencia.gov.co/especial/zona_franca/index.html
- Ramírez, J. C. Q. (21 de enero de 2022). *En Colombia se crearon más empresas en el sector de servicios, pero son poco modernas*. El colombiano www.elcolombiano.com. <https://www.elcolombiano.com/negocios/sector-de-servicios-sigue-siendo-poco-tecnologico-KD16401469>
- Rivas Mena R.D. La importancia de la zona de franca de Bogotá como herramienta gerencial de gestión logística para las empresas colombianas (2008). [Tesis de pregrado Pontificia Universidad Javeriana] <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9609/tesis104.pdf?sequence=3&isAllowed=n>.
- Roztocki, N y Kim La Scola, N. (2008). *EVA® for Small Manufacturing Companies*, University of Pittsburgh, Department of Industrial Engineering.

Anexos

Anexo A. Encuesta trabajo de grado “importancia de las zonas francas de servicios “

El presente instrumento de investigación hace parte de la propuesta de trabajo de grado titulado “Importancia de las zonas francas de servicios en Colombia” del programa Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño. El objetivo es recolectar información relevante que permita identificar los motivos por los cuales los empresarios buscan una zona franca de servicios o no. Adicionalmente intenta mostrar la importancia de las zonas francas de servicios y cómo impulsa la economía del país creando nuevos empleos y oportunidades para las personas de la región. Esta encuesta está dirigida a gerentes y líderes de área de las empresas que hacen parte de ZONAMERICA, la primera zona franca del país ubicada en la ciudad de Cali, Colombia.

Comedidamente le solicitamos diligencie el presente instrumento de evaluación. Sus opiniones serán consolidadas estadísticamente, garantizando el anonimato de sus respuestas.

Nombre: _____

Empresa: _____ # de Empleados: _____

Cargo: _____ Antigüedad : _____

1. ¿Cómo se dio cuenta de la existencia de la zona franca de servicios?
 - a. Internet.
 - b. Un amigo.
 - c. Medios publicitarios (Prensa, Tv, Radio).
 - d. Por medio de un boletín informativo de la Cámara de Comercio u otro ente empresarial.
 - e . Otro. ¿Cuál? _____

2. ¿Qué lo motivó a establecer su empresa o marca en una zona franca? (Marque más de una opción)

a. Beneficios Tributarios.

b. Por locación.

c. Ubicación geográfica.

d. Otro. ¿Cuál? _____

3. ¿Cuáles de estos beneficios le ha traído estar en una zona franca de servicios? (Marque más de 1 opción)

a. Atracción de clientes.

b. Comodidad y confort para sus empleados.

c. Disminución de carga tributaria.

d. Posibilidad de compra de equipos Exentos de IVA.

e. Aumento de ventas

f. Disminución de costos

d. Interacción con otras empresas relacionadas con su actividad económica

e. Otro. ¿Cuál? _____

4. ¿Qué desventajas o aspectos negativos ha podido percibir desde que hace parte de una zona franca de servicios?

a. _____

5. ¿Planea continuar en el régimen franco?

a. Si.

b. No.

c. Justifique su respuesta: _____

6. ¿Recomendaría a otras empresas a calificarse como usuario de servicios dentro de esta zona franca?

a. Si.

b. No.

c. Justifique su respuesta: _____

¡Muchas gracias por tomarse el tiempo para completar la encuesta!

- *Luisa Fda Jaramillo A.*