

# Competitividad al día

## Sector Agropecuario y Agroindustrial: Diagnóstico y Estrategias de Competitividad

La economía panameña se caracteriza por su dualidad en los sectores productivos, cuenta con sectores internacionales altamente competitivos con altas tasas de crecimiento y adquisición de nueva tecnología, y otros sectores más tradicionales como el agropecuario, menos productivo y poco competitivo, por lo que requiere de una estrategia integral que provoque grandes transformaciones para poder competir con los productos importados y para exportar más. Durante décadas el sector agropecuario de Panamá se caracterizó por su gran dinamismo en los productos agrícolas tradicionales, específicamente en el café, banano y azúcar. Posterior al año 2000, los sectores de productos tradicionales han disminuido considerablemente su participación y crecimiento.

En el periodo 2004-2008, el valor agregado en el Producto Interno Bruto (PIB) del azúcar y el café decreció en -0.23%, mientras que los productos no tradicionales, como las frutas y productos hortícolas, han crecido en promedio 30%. El crecimiento en el 2004 fue de 2%, creciendo hasta el 2006 con su punto más alto de 7.9% y disminuyendo después (Ver gráfico 1), en el primer trimestre del año 2009 en -17.8%.

**Gráfico 1: Crecimiento del sector agropecuario, años 2004-2008.**



El Sector Agropecuario en promedio desde el 2004 ha representado el 4.3% del Producto Interno Bruto (PIB), disminuyendo considerablemente su participación en el 2008, con un 3.9% del Producto Interno Bruto (Ver gráfico 2).

**Gráfico 2: Porcentaje de participación del Sector Agropecuario en el Producto Interno Bruto (PIB), años: 2004-2008.**



La ocupación promedio del sector en el empleo nacional es del 13% de la población económicamente activa. En el 2008 existían 176,536 personas ocupadas en las actividades propias del sector agropecuario (Ver gráfico 3).

**Gráfico 3: Población Económicamente activa no indígena ocupada en el sector agropecuario y porcentaje con respecto al total.**



El 37.4% de la producción del sector es pecuaria (ganado, cerdos y aves) y la agricultura y silvicultura comprenden el otro 62.6%. La producción se utiliza para suplir parcialmente el mercado local, donde se dirige el 49% de la producción y el otro 51% se exporta, siendo esta última actividad más competitiva porque el mercado internacional es mucho más amplio que el local y está siempre en constante crecimiento.

### Las Exportaciones Agropecuarias

Las exportaciones son el motor del sector. Los productos panameños son diferenciados, se dirigen a mercados líderes, el Sector Público ejerce un papel facilitador y las barreras arancelarias y no arancelarias se ajustan a los estándares internacionales producto de

los varios Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados con los principales socios comerciales. Las exportaciones contribuyen a la generación de riquezas del país; expertos han señalado que para que nuestra economía crezca en promedio 5% anual, es necesario que las exportaciones crezcan entre 7% y 10% aproximadamente. El mercado externo es más grande que el local, siempre y cuando la producción panameña sea competitiva, el mismo puede agregar más dinamismo a la producción agropecuaria, es por ello que es importante mantener una economía lo más abierta posible, que no imponga más medidas proteccionistas sobre el sector; ya que las mismas han ido disminuyendo después que Panamá ingresó a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1998.

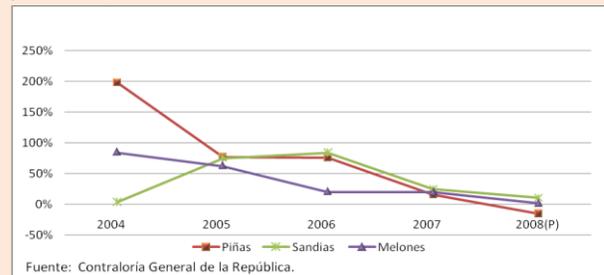
En el periodo 2004-2007 las exportaciones de productos tradicionales como el café, azúcar y el banano crecieron anualmente en 9%, 20% y 0.0% respectivamente, mientras que las exportaciones de los productos no tradicionales como la piña crecieron en promedio 91%, y las sandías y melones en 47%. El alto crecimiento que presentaron las exportaciones fue el claro resultado de acciones tomadas para aumentar la competitividad de los productos y aprovechar las ventajas de nuestra posición geográfica, por ejemplo, el fortalecimiento de las Zonas Procesadoras para la Exportación, el respaldo a la política comercial de negociación de Tratados de Libre Comercio (TLC) con varios países, el Programa Compite Panamá que también ayudó a focalizar las exportaciones agropecuarias, organizando clusters y beneficiando la producción de frutas no tradicionales, el Programa Panamá Exporta que promueve las exportaciones de productos no tradicionales hacia nuevos mercados y los diferentes incentivos creados para respaldar las exportaciones como la renovación y modernización del Certificado de Abono tributario (C.A.T.), entre otros. Recientemente se ha puesto en ejecución el proyecto de cumplimiento de los requisitos ambientales, sanitarios y fitosanitarios para facilitar el acceso a los mercados de Estados Unidos, Europa y Asia a las cadenas exportadoras panameñas constituidas por PYMES de los sectores

**De acuerdo con el Informe Doing Business 2009 del Banco Mundial en Panamá el costo de exportar es de 729 dólares por contenedor y el tiempo promedio que se toma para exportar un producto es de 9 días, con estos indicadores nuestro país alcanza la posición número 8 en el ranking mundial de comercio transfronterizo.**

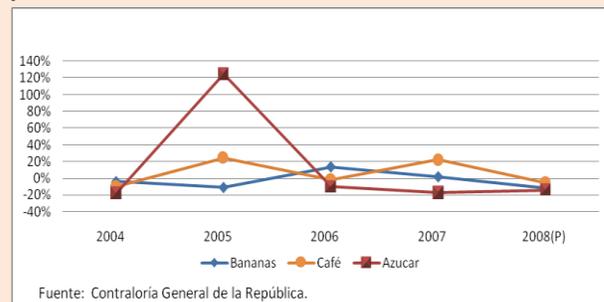
de productos del mar y acuicultura y agroindustria.

En el 2008 las exportaciones de estos productos presentaron una disminución significativa producto de la reducción en la demanda de productos agrícolas por parte de mercados como Estados Unidos de América y la Unión Europea. Los productos con crecimiento positivo fueron el melón y la sandía, las sandías en 11% mientras que los melones crecieron en 1.9%, muy inferior al promedio logrado anteriormente desde el 2004. (Ver gráficos 4 y 5).

**Gráfico 4: Crecimiento de las exportaciones de piñas, sandías y melones, años 2004-2008.**



**Gráfico 5: Crecimiento de las exportaciones de bananas, café y azúcar, años 2004-2008.**



Hasta mayo último, las exportaciones de algunos productos agropecuarios continúan en disminución debido a la reducción en la superficie sembrada; dicha reducción se relaciona con las menores expectativas de venta por parte de los productores debido a la crisis internacional, ya que la demanda por los productos ha disminuido en aquellos países que se encuentran más afectados por la crisis, como Estados Unidos donde se destina un 38% de las exportaciones panameñas, Europa (36%), Centroamérica (11%), el Caribe (3.7%) y algunos países Asiáticos (6%). Los rubros que se han visto más afectados por la

actual coyuntura son las sandías que disminuyeron sus exportaciones en -12.8%, el melón en -10.5%, banano en -6.4% y piña -4.1%. Los únicos productos agrícolas que mostraron un leve crecimiento fueron el azúcar (1%) y la carne de ganado bovino (1.5%).

### **Competitividad en el Sector Agropecuario y Agroindustrial**

El mayor dinamismo de las exportaciones requiere de una política de comercio exterior integral y consistente junto con políticas complementarias que faciliten el proceso de exportaciones. Según el Foro Económico Mundial, Panamá tiene *costos de política agropecuaria* muy elevados, es decir que las políticas que se implementan para proteger el sector generan costos económicos que recaen sobre toda la sociedad, no hay un balance entre los intereses de los consumidores y el de los productores, según este indicador estamos en el puesto número 91 de 134 países, estando por debajo del promedio y siendo superados por Chile (3), Guatemala (21), El Salvador (54), Honduras (62) y Colombia (67).

El mercado agropecuario y agroindustrial, fuente de exportaciones, ha estimulado una orientación hacia el mercado local que crece lentamente y trabaja con ciertos rubros protegidos, lo cual incide en el costo de los productos exportables. La mayor parte del sector agropecuario ha estado protegida con aranceles relativamente altos. Durante el período 1970-98, antes que Panamá ingresara a la Organización Mundial del Comercio (OMC), se tenían altos aranceles que no contribuyeron al crecimiento del sector. La producción del sector creció sólo 2.1%, 1.0% y 1.4% anual en promedio durante la década de los 70-80, 81-90 y 91-2000, respectivamente.

La principal razón de ese bajo crecimiento, a pesar de la protección, ha sido que el mercado nacional aumenta lentamente. Por otro lado, el consumidor nacional paga precios más altos de los que pagaría si los productos importados tuviesen un arancel más bajo, ocasionándole un costo significativo que se traduce en una transferencia de ingresos al productor. También se ocasiona un costo a la economía en su conjunto, porque esos recursos (tierra, mano de obra, etc.), pueden aplicarse con más eficiencia para producir

productos exportables y para el consumo nacional de menor costo y más competitivos. La protección no ha servido para agregar dinamismo al sector y llevar mayores ingresos y oportunidades al productor rural. *De acuerdo al indicador de la existencia de barreras al comercio exterior del Foro Económico Mundial*, Panamá se encuentra en la posición 84 por debajo de Chile (5), Honduras (51), México (55), Perú (59), El Salvador (67), pero superamos a Costa Rica (93) y a Colombia (111).

Según el Informe *Doing Business 2009* del Banco Mundial, en Panamá el costo de exportar es de 729 dólares por contenedor y el tiempo promedio que se toma para exportar un producto es de 9 días, con estos indicadores nuestro país alcanza la posición número 8 en el ranking mundial de comercio transfronterizo. Según este informe, Panamá supera a algunos países de la región como Chile, donde se toma 21 días para exportar con un costo de 745 dólares por contenedor, Colombia toma 14 días para exportar con un costo de 1,690 dólares por contenedor y Costa Rica toma 18 días a un costo de 1,050 dólares por contenedor.

### **Algunas estrategias a considerar**

Aumentar la productividad del sector y hacerlo más competitivo tanto en el mercado local como en el internacional, se puede lograr tomando en cuenta algunas consideraciones:

- ✓ *Mayor apertura comercial.*
- ✓ *Reorientar la producción hacia rubros exportables.*
- ✓ *Aumentar y fortalecer la capacitación, la asistencia técnica, el crédito y el control de calidad.*
- ✓ *Fomentar "clusters" entre los productores, proveedores, procesadores y distribuidores.*

**Competitividad al día** es producido por la Unidad de Monitoreo y Análisis de la Competitividad (UMAC) del Centro Nacional de Competitividad (CNC) de Panamá como un aporte a la concienciación nacional sobre la importancia, métodos y cultura de la competitividad.

