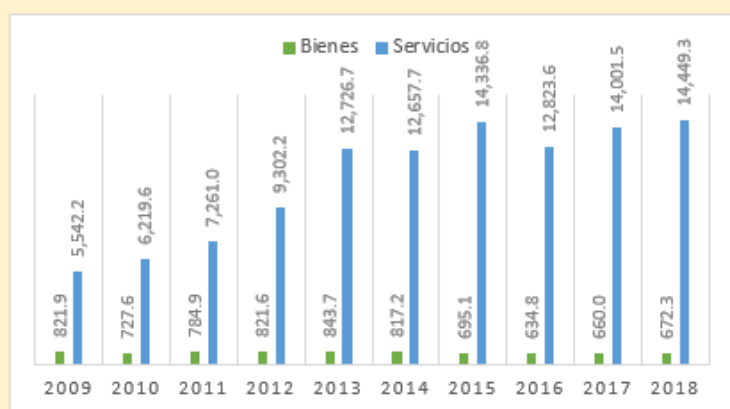


## Exportaciones Panameñas de Bienes

Las exportaciones multiplican los ingresos de las economías y son un motor importante para el crecimiento de éstas. Un país enfocado en el servicio no debe perder la oportunidad que existe en las exportaciones de bienes. Para ello, debe potenciar su capacidad de producción aportando innovación y/o transformación, aumentando así su participación en la cadena de valor del comercio mundial.

Panamá tiene una estructura económica con énfasis en actividades del sector servicio, donde participan la Zona Libre de Colón, el Centro Bancario y el Canal de Panamá, aprovechando su posición geográfica y posicionándose en el comercio mundial. Esta estructura con fortaleza en los servicios se refleja en las exportaciones panameñas, en el que las de servicios representan el 95.5% de las exportaciones totales (B/. 14,449.3 millones), mientras que se evidencia una baja participación de las exportaciones de bienes (B/.672.3 millones). Esta característica, no es necesariamente negativa pero no hay que desestimar las oportunidades existentes en la exportación de bienes que pueden servir como impulsores del crecimiento económico y social del país.

Gráfica 1 Exportaciones de Bienes y Servicios. Años 2009-2018



Fuente: Elaboración propia con datos del INEC

Las exportaciones son un factor muy importante en la economía de los países de todo el mundo, puesto que con un alto nivel de exportaciones se multiplican los ingresos de la economía en general, además de los ingresos de las empresas que participan en el proceso. En Panamá, mientras las exportaciones de servicios se incrementan, las de bienes pierden fuerza, aunque se ha visto cierta recuperación en los años 2017-2018. Además, al relacionar las exportaciones de bienes/PIB, también ha perdido importancia relativa en la economía: en el año 2009 representaba el 3% del PIB Nominal, disminuyendo hasta ubicarse en 1% en el año 2018, una reducción de 2 puntos porcentuales.

Por otro lado, los principales socios comerciales de las exportaciones panameñas de bienes son: Países Bajos, Estados Unidos, China, India y Costa Rica. Es importante señalar que históricamente Estados Unidos ha sido nuestro principal socio comercial; sin embargo, las exportaciones de bienes con destino a Estados Unidos han ido disminuyendo de B/. 157.3 millones para el año 2014 a B/. 112.9 millones para el año 2018 (-28.2%). Mientras que las exportaciones hacia los Países Bajos (Holanda) se han incrementado al pasar de B/. 42.9 millones en el año 2014 a B/. 114.4 millones para el 2018, mostrando un alza impresionante de 166.7%. Eso le permitió colocarse como el principal de destino de las exportaciones de bienes superando a Estados Unidos por B/. 1.5 millones.

¿Por qué no se exportan más bienes? Se realizaron consultas a empresarios con experiencia en la industria y en la exportación. Ellos indicaron que existen variables que han afectado las exportaciones de bienes y que se convierten en obstáculos directos para exportar más. Entre ellos:

- Costo laboral: el Salario Mínimo se ha incrementado en los últimos años, sin considerar la productividad laboral posicionándose como uno de los más altos de la región.

- Tipo de cambio: las variaciones de los tipos de cambio afectan profundamente a la producción, al empleo y a la inflación. El comportamiento de las divisas de los principales socios comerciales de Panamá refleja que el dólar se ha fortalecido en comparación a éstas, encareciendo nuestras exportaciones y favoreciendo a las importaciones.
- Trámites: existen trámites previos a la exportación, como certificaciones y permisos, donde los empresarios indican estar confrontando mayores inconvenientes por los costos y las demoras en los procesos.
- Incentivos: el país cuenta con incentivos para la exportación, pero no se entregan de forma oportuna, dilatándose hasta por más de tres años. Esto afecta las operaciones de las empresas y desincentiva la exportación.
- Productividad: no se cuenta con la fuerza laboral capacitada que permita elevar la productividad de las empresas, la producción no sufre una transformación (entendiéndose ésta como el agregar valor a los productos) por lo que se mantiene una limitada oferta exportable.

Los expertos consultados también mencionaron: la falta de política pública dirigida al desarrollo industrial, el enfoque de la industria hacia el mercado local y los pocos incentivos para su desarrollo. Estos obstáculos o limitantes deben ser solventados para mejorar el entorno y los resultados de las exportaciones de bienes de Panamá y lograr así aprovechar las oportunidades que se le presentan al país. Tal es el caso del establecimiento de relaciones comerciales con una gran potencia como lo es China (primer proveedor de mercancías de la ZLC). Para ello el país debe corregir sus deficiencias para que la producción sea competitiva y alcance los mercados deseados en los niveles esperados. Se estima que para el 2025 China representará el 40% del gasto de los consumidores del mundo, lo que se traduce en un mercado atractivo con la demanda suficiente para captar bienes de otros destinos, generando la posibilidad de beneficios económicos.


Algunos empresarios consultados ven las relaciones comerciales con China como una oportunidad ya que es un mercado con gran demanda. Mientras que los que piensan que no es favorable, ven desventajas en los precios, distancias, capacidad de producción y alarmas en cuando a la situación comercial entre China y Estados Unidos. Sin embargo, no se puede ignorar que China es el tercer país al que Panamá exporta mercancías, y el 7.3% de las exportaciones totales de bienes se dirigen a ese país. Existen oportunidades que solo lograremos mejorando la productividad y la competitividad.

Para lograr mayores y mejores espacios en el comercio internacional, es importante que las empresas incursionen en actividades de valor agregado, permitiéndole al país contar con mayor participación en la cadena de valor de los bienes que se comercializan a nivel mundial, eliminando los obstáculos administrativos y de políticas públicas que impidan un mayor desarrollo de las exportaciones de bienes en el país. Aunado a ello, también existen situaciones internas de las empresas que deben subsanarse para lograr ampliar sus mercados y competir internacionalmente.

Es necesario, para apoyar al sector exportador y fortalecer la institucionalidad que lo respalda, promover la vinculación correcta de todos los actores, la agilización de los trámites (utilizando más la tecnología, por ejemplo), eliminar la burocracia, mayor orientación de la institucionalidad pública al servicio del exportador (inteligencia competitiva, aprovechamiento de los tratados, etc.). Lo anterior ayudaría a facilitar las exportaciones panameñas. Existe potencial, pero la industria debe prepararse para responder a las demandas de los mercados actuales, con mayor competitividad y aplicando la innovación.

**Nota:**

Este documento es un extracto del **Estudio de Caso: Exportaciones Panameñas de Bienes**, cuya realización fue posible con el apoyo del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Se agradecen los aportes de Rosmer Jurado, presidente de APEX; Roy Rivera, presidente del Sindicato de Industriales de Panamá (SIP); Ricardo Sotelo, expresidente del SIP; Andy Espinosa, economista del SIP y Hernando Llorente. Asimismo agradecemos a los empresarios de APEX y el SIP que atendieron nuestras consultas para el estudio. Para leer el documento completo visite el sitio [www.cncpanama.org](http://www.cncpanama.org).

	Competitividad al Día (CaD) es una publicación del Centro Nacional de Competitividad, Panamá, Rep. de Panamá.	
	<b>Director General:</b> Ing. Gaspar García De Paredes <b>Subdirectora:</b> Lic. Rosemary Piper	<b>Analistas:</b> Lic. Roger Durán, Lic. Ninotshka Tam
Pag. 2 - CaD No. 380 – 5 de julio de 2019		<b>Exportaciones Panameñas de Bienes</b>