



**REPÚBLICA DE PANAMÁ**  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS.**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS PANAMEÑAS EN LA ECONOMÍA NACIONAL DURANTE EL  
PERÍODO 2008 – 2018.**

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN LOGÍSTICA Y COMERCIO  
INTERNACIONAL.**

<b>Tutor (a):</b>	<b>Prof. Martha Pérez-Montana</b>
<b>Autores:</b>	<b>Bernal, Ainabeth</b>
	<b>Espinoza, Diego</b>
	<b>Rodríguez, Iris</b>

**Ciudad de Panamá, enero de 2020**



**REPÚBLICA DE PANAMÁ  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS.**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS PANAMEÑAS EN LA ECONOMÍA NACIONAL DURANTE EL  
PERÍODO 2008 – 2018.**

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN LOGÍSTICA Y COMERCIO  
INTERNACIONAL.**

**Autores:                   Bernal, Ainabeth  
                                  Espinoza, Diego  
                                  Rodríguez, Iris**

**Ciudad de Panamá, enero de 2020**



Ciudad de Panamá, 31 de enero de 2020

Profesor (a)

Nagib Yassir

Coordinador Comité de Titulación de Estudios de Licenciatura.

Presente.

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado presentado por el (la) Bachiller Ainabeth Bernal, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_ ; Diego Espinoza, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_, e Iris Rodríguez, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_, para optar al grado de: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN LOGÍSTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL, considero que el trabajo: reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

Atentamente,

~~Prof. Martha Pérez-Montana~~

Documento de identidad Nro.



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS**

**INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA OPCIÓN DE TITULACIÓN II**

**Estudiantes:** Ainabeth Bernal, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_ ; Diego Espinoza, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_ ; e Iris Rodríguez, documento de identidad Nro. \_\_\_\_\_

**Tutor:** Prof. Martha Pérez-Montana, Cédula de identidad Nro. \_\_\_\_\_

**Correo electrónico del participante:**

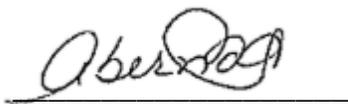
**Título tentativo del trabajo de grado (TG) y de pasantía profesional (PEOP).**  
IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA ECONOMÍA PANAMEÑA EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS.

SESIÓN	FECHA	HORA REUNIÓN.	ASPECTO TRATADO	OBSERVACIÓN
1	11/09/2019	7:00PM	Definición del problema de investigación	Determinación del período de estudio.
2	18/09/2019	7:00pm	Formulación del problema	Se simplificó la formulación.
3	26/09/2019	5:30pm	Metodología	Orientación sobre el marco metodológico.
4	02/10/2019	7:00pm	Metodología	Delimitación del tipo de investigación a "Documental Descriptiva".
5	05/10/2019	8:00pm	Revisión capítulos I, II y III	Se ajustaron los objetivos específicos.
6	16/10/2019	7:00pm	Revisión capítulos I, II y III	Se realizaron ajustes en el planteamiento del problema y la justificación.
7	11/12/2019	7:00pm	Revisión de antecedentes	Indicar el año de las exportaciones.
8	28/01/2020	<b>Virtual</b>	Revisión Final	Seguimiento por correo electrónico y WhatsApp.
9	31/01/2020	7:00pm	Firma de aprobación	Corrección en el formato de las citas textuales.

**Título definitivo:** ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS PANAMEÑAS EN LA ECONOMÍA NACIONAL DURANTE EL PERÍODO 2008 – 2018.

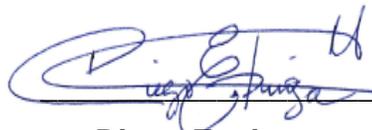
**Comentarios finales acerca de la investigación:** Declaramos que las especificaciones anteriores representan el proceso de dirección del trabajo de grado arriba mencionado.

Firma



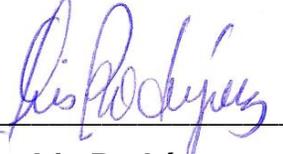
Ainabeth Bernal

Firma



Diego Espinoza

Firma



Iris Rodríguez

Firma



Prof. Martha Pérez-Montana

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Profesora **Aura López**, por orientarnos y ofrecernos un camino en la selección del tema y la oportunidad de integrar un equipo de trabajo para desarrollar el proyecto.

A nuestra asesora, la Profesora **Martha Pérez-Montana**, siempre buscando la excelencia de sus alumnos nos permitió ser parte de esta investigación sobre un tema atractivo que partió de su iniciativa; sus conocimientos en materia representaron un valor significativo en nuestro desarrollo profesional.

A nuestro tutor académico, el Profesor **Najib Yassir**, por su atención y compromiso, sus valiosos comentarios y sugerencias; su paciencia y conocimiento jugaron un papel importante para lograr guiarnos en el aspecto metodológico que necesitábamos para esta investigación.

A la **Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT)**, por permitirnos ser parte de una generación merecedora del éxito, recibiendo una formación integral que nos permitirá adquirir las competencias claves que demanda el mercado laboral.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA .....	i
PORTADA INTERNA .....	ii
CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iii
INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA .....	iv
AGRADECIMIENTOS .....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	vii
LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULOS</b>	
<b>I. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO .....</b>	<b>14</b>
1.1 Planteamiento del Problema .....	14
1.2 Formulación del Problema .....	15
1.3 Objetivos .....	15
1.3.1 Objetivo General .....	15
1.3.2 Objetivos Específicos .....	15
1.4 Justificación del Problema .....	15
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
2.1 Antecedentes .....	18
2.2 Bases Teóricas .....	21
2.2.1 Competitividad .....	21
2.2.2 Comercio Exterior .....	21
2.2.3 Exportaciones .....	22

2.2.4	Innovación .....	22
2.2.5	Cadena de Suministros .....	22
2.2.6	Administración de la Cadena de Suministros .....	23
2.2.7	Estrategia de la Cadena de Suministros .....	24
2.2.8	Características de la Cadena de Suministros .....	24
2.2.9	Importancia en la Cadena de Suministros .....	25
2.2.10	Valor de la Información e Integración .....	25
2.2.11	Logística .....	26
2.3	Definición de Conceptos y Variables .....	27
2.3.1	Estrategia .....	27
2.3.2	Tecnologías de la Información y Comunicación .....	28
2.3.3	Estructura Operativa de la Empresa .....	30
2.3.4	Relación con Proveedores .....	30
2.3.5	Procesos de Exportación .....	31
2.3.6	Entorno Empresarial .....	31
2.4	Descripción del Estudio Económico de Panamá .....	32
2.4.1	Índice de Competitividad .....	32
2.4.2	Resultados Mundiales .....	33
2.4.3	Resultados para Panamá .....	33
2.4.4	Índice de Competitividad Global 4.0 (ICG 4.0) .....	36
2.4.5	Desafíos para Panamá .....	38
2.4.6	Empresas Exportadoras Registradas en Panamá .....	39
2.4.7	Producto Interno Bruto (PIB) .....	43
2.4.8	Importancia del Crecimiento del PIB .....	44
2.4.9	Comportamiento del PIB de Panamá en los Últimos Años .	45
2.4.10	Barreras Externas de Impacto a la Economía .....	45
2.4.11	Valores de la Inversión China en Latinoamérica .....	49
2.5	Oportunidades de Mercado .....	52
2.5.1	Mercado de la República Popular de China .....	52
2.5.2	Economías de Escala y la Internacionalización .....	54

<b>III. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>57</b>
3.1 Tipo de Investigación .....	57
3.2 Diseño de la Investigación .....	58
3.3 Métodos y Técnicas de Recolección de Información .....	59
3.4 Métodos y Técnicas de Análisis de la Información .....	60
3.5 Procedimientos de la Investigación .....	61
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>65</b>
<b>LISTA DE FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>67</b>

## LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

### CUADRO Nro.

	<b>Pág.</b>
1 Índice de Competitividad Global (2018) .....	33
2 Índice Global de Competitividad de Panamá (2013 – 2017) .....	35
3 Índice Global de Competitividad de Panamá (2014 – 2018) .....	36
4 Índice Global de Competitividad de Panamá 4.0 (2018 – 2019) .....	38
5 Distribución por Sector Económico .....	40
6 Inversiones chinas por país y sector en América Latina y Caribe (2017) .....	50
7 Plan de Acción del Equipo de Investigación .....	58

### GRÁFICO Nro.

	<b>Pág.</b>
1 Evolución del Índice de Competitividad Global de Panamá, período 2008 – 2018 .....	34
2 Empresas por Sector Económico .....	40
3 Exportaciones de Panamá, período 2008 – 2018 .....	41
4 Exportaciones por Sector Económico (2017) .....	42



**REPUBLICA DE PANAMÁ**  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
EMPRESAS EXPORTADORAS PANAMEÑAS EN LA ECONOMÍA  
NACIONAL DURANTE EL PERÍODO 2008 – 2018.**

Autor (a): Ainabeth Bernal;

Diego Espinoza;

Iris Rodríguez.

Tutor (a): Prof. Martha Pérez-Montana

Año: 2020

**RESUMEN**

El objeto principal de este estudio fue analizar el impacto de la competitividad de las empresas exportadoras panameñas en la economía nacional durante el período 2008 – 2018. Para desarrollar el tema, se describió el entorno económico internacional de Panamá, se mostró el desempeño de la economía de Panamá de ese mismo período y finalmente se interpretó la evolución de las exportaciones de las empresas panameñas en la última década. La investigación cumple un camino de carácter Documental puesto que la misma se nutre de los estudios y análisis ya realizados y viene a unificar los diversos criterios que se manejan en las Ciencias Económicas y que son relativos a la economía panameña. De acuerdo con los objetivos de la investigación se califica descriptiva, buscando señalar sistemáticamente las relaciones de asociación que se presentan entre la Competitividad y la Economía de Panamá. El principal método utilizado fue el Método de Análisis Documental para garantizar la objetividad a la hora de interpretar los resultados extraídos. Como fuentes de información se utilizaron principalmente diferentes informes de la Contraloría General de la República de Panamá y del Foro Económico Mundial, así como las publicaciones periódicas de los noticieros nacionales.

Descriptores: competitividad; análisis; exportaciones; empresas; desarrollo; economía.



**REPUBLICA DE PANAMÁ**  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
EMPRESAS EXPORTADORAS PANAMEÑAS EN LA ECONOMÍA  
NACIONAL DURANTE EL PERÍODO 2008 – 2018.**

Autor (a): Ainabeth Bernal;

Diego Espinoza;

Iris Rodríguez.

Tutor (a): Prof. Martha Pérez-Montana

Año: 2020

**ABSTRACT**

The main purpose of this study was to analyze the impact of the competitiveness of Panamanian exporting companies on the national economy during the period 2008 – 2018. To develop this issue, the international economic environment of Panama is described, also the performance of the economy of Panama of that same period is shown and finally the evolution of the exports of Panamanian companies in the last decade was interpreted. The research meets a path of Documentary character since it is based on the studies and analyzes already carried out and comes to unify the various criteria that are managed in the Economic Sciences related to the Panamanian economy. In accordance with the objectives of the research, it is descriptive, expecting to systematically indicate the association relationships that arise between the Competitiveness and the Economy of Panama. The main method used was the Documentary Analysis Method to identify objectivity when interpreting the extracted results. Sources of information mainly used where from different reports of the Comptroller General of the Republic of Panama and the World Economic Forum, as well as the periodic publications of national news.

Descriptors: competitiveness; analysis; exports; companies; development; economy.

## INTRODUCCIÓN

Lo que para algunas naciones son necesidades, para otras son oportunidades que, en el marco de la globalización, permite ver y tener acceso al estudio de nuevos mercados y su comportamiento, conocer nuevas culturas y gustos que facilitan la creación de ideas que cubran sus menesteres; el comercio internacional, permite una interacción y relación abierta a través del intercambio de bienes y servicios entre las distintas naciones del mundo, aprovechando la existencia de los mercados globales y el acceso a ellos a través de los diferentes medios u oportunidades presentes en el mundo interconectado.

Ahora bien, la globalización es un fenómeno que conlleva un cambio significativo, mediante el desarrollo de procesos económicos, tecnológicos, políticos y culturales a nivel mundial, facilitando así el comercio internacional ¿De qué manera se da esto?, debido a que ningún país cuenta con todos los recursos que necesita, el efecto de la globalización ha permitido que se tenga acceso a ellos, sin importar las distancias o diferencias sociales, culturales o políticas.

Gracias a la globalización, el comercio internacional, como sistema económico interdependiente que busca la integración de los recursos de otros países, ha expandido su alcance definiéndolo como pieza clave para la economía mundial. El comercio exterior está en continuo cambio, en gran medida gracias a los avances tecnológicos, así como las diferentes demandas de los consumidores. En los tiempos actuales, donde la globalización es una realidad, el comercio internacional es cada vez más intenso, sobre todo en productos perecederos con alto impacto económico.

Cada vez más empresas de todo el mundo están dedicadas al comercio internacional, los indicadores económicos de inversiones a nivel mundial son más representativos con lo de la globalización internacional. La competitividad logística es uno de los pilares en los que se apoya el comercio internacional, siendo éste un factor fundamental en el desarrollo de las economías.

## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

#### 1.1 Planteamiento del Problema.

Cuando los países compiten por alcanzar una posición superior, generalmente el esfuerzo es mayor y como consecuencia se obtienen mejores resultados. En este contexto, para el año 2018, Panamá se ubica en la posición 64 entre 140 países que destacan en el Índice de Competitividad Global de acuerdo con el Foro Económico Mundial.

Dada la importancia que día a día tiene el desempeño económico del país en la población, es que se requiere iniciar una investigación que permita conocer el impacto de la competitividad en Panamá sobre su principal indicador de desempeño: el Producto Interno Bruto (PIB) y; el entorno económico internacional.

En la actualidad los niveles de exportación panameña aportan un estimado del 36.27% a la economía nacional según los datos reflejados en el informe del Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República, para mejorar ese porcentaje es necesario comprender los factores que estimulan la exportación. Uno de ellos es la competitividad existente entre las empresas exportadoras panameñas por lo que, en esta investigación, se evaluará si este factor genera un impacto positivo o negativo en la economía del país.

Otro aspecto relevante, según el Informe de Competitividad Global 4.0 suministrado por el Centro Nacional de Competitividad de Panamá, refleja que el país, para el año 2018, ocupa la posición 64 entre 141 economías participantes, quedando 24 posiciones menos en comparación con los años 2012 y 2013 donde obtuvo su mejor puntuación ubicándolo en el puesto 40, incluso se encuentra por debajo de su escala habitual definida por una tendencia en la posición 50.

Dado que Panamá ha ido mejorando en su nivel competitivo año tras año, fue menester estudiar el ámbito de la competitividad y su impacto en la economía panameña, para lo cual los investigadores se plantearon los objetivos que enmarcan la investigación estudiada.

## **1.2 Formulación del Problema.**

¿Es la economía panameña dependiente del factor competitividad de las empresas exportadoras para su crecimiento?

## **1.3 Objetivos.**

### **1.3.1 Objetivo General.**

Analizar el impacto de la competitividad de las empresas exportadoras panameñas en la economía nacional durante el período 2008 – 2018.

### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

- Describir el Entorno Económico Internacional de Panamá.
- Mostrar el desempeño de la economía de Panamá durante el período 2008 – 2018.
- Interpretar la evolución de las exportaciones de las empresas panameñas en la última década.

## **1.4 Justificación del Problema.**

Un país competitivo demuestra su capacidad de crecimiento a través de distintos agentes económicos que integran su cadena productiva, numerosas empresas alineadas a las nuevas tendencias y necesidades que surgen en el mercado ejercen sus actividades comerciales y estimulan la economía nacional a través de la reinversión y su potencial humano; su nivel productivo define su salud económica y el bienestar social de la población que representa.

Por su parte, la globalización como pieza clave para la internacionalización y dimensión económica de las empresas ha creado en ellas

una dinámica competitiva y diferenciadora obligándolos a rediseñar la manera tradicional de gestionar sus negocios. En este escenario, la logística toma un valor importante como medio estratégico orientada a la cadena de suministros.

Ahora bien, el éxito del negocio de una empresa depende de la satisfacción del cliente. Para ello debe contar con una cadena de suministros bien definida bajo elementos claves y procesos que determinen su sistema operativo, entre estos elementos, están distintas empresas proveedoras y distribuidoras alineadas que trabajan en conjunto con el objeto de situar sus productos en los lugares, cantidades y tiempos correctos al menor costo posible, siempre buscando complacer las necesidades del consumidor favoreciendo además el cumplimiento de los objetivos del negocio.

Las nuevas prácticas permiten alcanzar un mejor desempeño logístico con un único objetivo, optimizar sus procesos para lograr clientes satisfechos. Esto puede ayudar a desarrollar mejoras significativas que den como resultado una mayor participación en el mercado, rentabilidad económica, crecimiento del negocio y aportar valor directamente al PIB, como indicador clave de la producción activa de las empresas que integran la estructura económica de Panamá y vivo reflejo del nivel competitivo que desarrollan en el mercado.

Analizar el Impacto de la Competitividad de las Empresas Exportadoras Panameñas en la Economía Nacional, llamará la atención para evaluar soluciones que permitan disminuir las brechas entre el Estado y estas empresas, priorizar nuevas medidas para acelerar e incrementar su nivel productivo, crear nuevas ideas participativas bajo un enfoque estratégico, medir y trabajar en las oportunidades de mejora que hoy en día pudiesen presentar.

De esta manera, el aporte de esta investigación facilitará comprender estos factores y determinará el enfoque en el que Panamá debe proyectarse. Además, está orientada desde una posición de formación académica. Si bien es cierto que cumple un requisito exigido por la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICyT) como parte del proceso para la opción de titulación, también representa una investigación que quedará para los diferentes ámbitos socioeconómicos panameños para su continuación y toma de decisión.

Aunado a ello, se define como una investigación que dirige sus acciones a la construcción de conocimiento sobre las realidades sociales, dando mayor protagonismo a los miembros de la comunidad UNICYT con el objeto de concederles la oportunidad de colaborar y participar de forma integral en el proceso de la investigación y sirva de insumo a otras investigaciones relacionadas con esta temática.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes.

Los antecedentes de la presente investigación constituyeron un verdadero reto para los investigadores, en primer lugar, por la escasa literatura que existe y aborde el tema específico de Panamá, y segundo, porque es un tema de data reciente. Para este trabajo pudimos constatar que, según Roger Durán del periódico La Estrella de Panamá:

Las exportaciones son un factor muy importante en la economía de todos los países del mundo puesto que el nivel de exportación multiplica los ingresos de la economía.

En el caso de Panamá las exportaciones de bienes y servicios totalizaron B/.15,121.6 millones para el cierre del año 2018 en los que predominan las exportaciones de servicios representando el 95.5%.

En retrospectiva, para el año 2009 la proporción es diferente, donde también predominaba el servicio con un 87.1%, mientras que las exportaciones de bienes representaron un 12.9%.

Aunque en términos generales se registró un incremento, particularmente existe un decrecimiento en las exportaciones de bienes en la última década.

Si bien es cierto que, Panamá es uno de los países con mayor exportación de servicio gracias a la ampliación del canal, aumentando el rendimiento logístico e incrementando la productividad del sector financiero, por otro lado, en relación con el PIB, las exportaciones de bienes han perdido importancia en la economía, por ejemplo, “para el 2009 resultaba el 3% del PIB Nominal, hasta llegar al 1% en el 2018, una caída del 2%.” Roger Durán (2019).

Ahora bien, las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Panamá y la República Popular China han dado un paso a numerosas oportunidades de mejora e inversión. Panamá juega un papel no sólo bilateral, puede esparcir la cooperación con la región. Distintos instrumentos de

cooperación bilateral buscan fortalecer diferentes ámbitos como, por ejemplo, economía y comercio, turismo, tecnología, educación, cooperación marítima, infraestructura, entre otros aspectos. Por su parte, el sector bancario chino, ha sido uno de los más interesados en ampliar sus operaciones en Panamá.

Sin embargo, según declaraciones de Rosmer Jurado, presidente de la Asociación Panameña de Exportadores (APEX), en un reportaje del periódico digital “El Capital Financiero” (2018), indica que: “las negociaciones de un TLC entre ambas naciones han despertado la preocupación de algunos sectores productivos de Panamá por la importación que se generaría y por la posibilidad de un bloqueo de la exportación por falta de estándares fitosanitarios que exige China.”

Es importante resaltar que, en materia de bienes, los alimentos representan para Panamá más del 50% de sus exportaciones, no obstante, el país carece de un sistema integral de inocuidad alimentaria, un requerimiento base e importante para iniciar actividades comerciales con China, un país considerado como un productor mundial bajo una economía de escala que define su alta competitividad en sus costos de producción.

Otra preocupación latente es que, a pesar de los 20 tratados comerciales que han concretado, no se ha visto un crecimiento en las exportaciones como sí se ha evidenciado en las importaciones, dejando como resultado un decrecimiento en la balanza comercial de bienes. Un extracto de ello se refleja en las exportaciones al país asiático, las cuales no cumplen las expectativas comerciales, solo representan un 6.5% del total de exportaciones de bienes.

De acuerdo con el Centro Nacional de Competitividad (CNC), Panamá es el mejor país de Latinoamérica que tiene una gran capacidad de innovar y trabajar con esmero para incidir positivamente en su competitividad fortaleciendo los planes concretos que permitan el desarrollo eficiente y constante de la mano de la inversión.

Por otro lado, naciones como Estados Unidos, China, Países Bajos, India y Costa Rica son los principales socios comerciales de Panamá en materia de

exportaciones de bienes. No obstante, retomando la fuente del periódico digital La Estrella de Panamá, por Roger Durán (2019):

Las exportaciones de bienes con destino a Estados Unidos han ido disminuyendo de \$157.3 millones para el año 2014 a \$112.9 millones para el año 2018 (-28.2%). Mientras que las exportaciones hacia los Países Bajos (Holanda) se han incrementado al pasar de \$42.9 millones en el año 2014 a \$114.4 millones para el 2018, mostrando un alza impresionante de 166.7%. Eso le permitió colocarse como el principal destino de las exportaciones de bienes superando a Estados Unidos por \$1.5 millones en 2018.

Bajo este contexto, con las oportunidades y condiciones que tiene Panamá, ¿Por qué las exportaciones de bienes siguen representando un aporte muy bajo para la economía nacional? Estudios externos y consultas a empresarios experimentados en la industria de la exportación, señalan distintas variables que dificultan estas actividades comerciales e impiden aumentar el número de exportaciones, entre estos factores tenemos:

- Costo laboral: la determinación de los aumentos salariales no estima la productividad.
- Tipo de cambio: las variaciones de las divisas de los principales países que comercian con Panamá indican que el fortalecimiento del dólar debilita su moneda, lo que favorece más a las importaciones y encarece las exportaciones.
- Tramitación: los procedimientos necesarios para exportar; la gestión de permisos y certificaciones, representan un costo elevado y altos tiempos en el proceso.
- Incentivos: existe un incumplimiento en la entrega efectiva de los incentivos, llegando a prolongarse hasta por más de 3 años.
- Productividad: el país carece de mano de obra calificada que contribuya al incremento de la productividad de las empresas.

En definitiva, Panamá tiene la capacidad de elevar sus exportaciones de bienes; se requiere atender las oportunidades de mejora, integrar al país bajo un concepto innovador y con una mayor participación en la cadena de valor, contribuir con los distintos sectores económicos unificando las instituciones involucradas, automatizar los procesos administrativos y brindar un servicio público bajo un concepto competitivo.

## **2.2 Bases Teóricas.**

### **2.2.1 Competitividad.**

Jones y Treece (1988) definen la competitividad como el “grado por el cual un país, en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfagan las exigencias del mercado internacional, y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales”.

Se puede interpretar que la competitividad es la capacidad que tiene una organización (pública o privada, lucrativa o no) para ofrecer un producto o servicio en el mercado cumpliendo o superando las expectativas de sus clientes. ¿Cómo? A través del manejo eficiente de sus recursos en relación con otras empresas del mismo sector, donde deberá obtener y mantener las ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en su entorno socioeconómico.

Aunado a ello, según el Foro Económico Mundial, “la competitividad no solo se relaciona con mayores ingresos, sino también con mejores resultados socioeconómicos, incluida la satisfacción con la vida”.

### **2.2.2 Comercio Exterior.**

“Es el acto de comercio celebrado entre residentes de un país (exportador) con los de otro estado extranjero (importador), revestido de los recaudos y solemnidades administrativas, bancarias y fiscales que ambas legislaciones exigen respecto a la materia” (Bancomex, 1995, p.8).

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno ellos pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y buscar cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

### **2.2.3 Exportaciones.**

Es el suministro de productos y/o servicios dentro de las distintas actividades comerciales que suceden fuera del territorio nacional con el objetivo de satisfacer las necesidades en mercados internacionales y de esta manera lograr estimular la economía del país exportador. Entre algunos ejemplos de servicios, se tienen los servicios financieros, de transporte y seguros, donde Panamá lidera a nivel regional concentrando su participación como exportador de estos servicios.

### **2.2.4 Innovación.**

Un punto muy importante que impulsa la competitividad de las empresas es la innovación, la cual “es la transformación de conocimiento en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes”. 1001 Ways to Take Initiative, Bob Nelson (1997).

Innovar es hacer del conocimiento un instrumento para crear soluciones que sumen valor a la sociedad; es hacer algo diferente con creatividad que permita ser más productivos y competitivos. Tener apertura al cambio y darle entrada a un posible pensamiento disruptivo es la clave para escalar a nuevas oportunidades dentro el mercado.

### **2.2.5 Cadena de Suministros.**

La cadena de suministros, como pieza clave para la operación del negocio, es el ciclo de vida que cumple un producto tras una serie de pasos

sincronizados que permiten obtenerlo, prepararlo y distribuirlo a través de alianzas estratégicas con los distintos proveedores del negocio.

Cuando una empresa cuenta con este sistema bien definido, mejora la competitividad y permite escalar nuevos mercados. Facilita un mejor control, saber en tiempo real en qué parte del proceso de la cadena se encuentra el producto, hacer seguimiento de las fechas de entradas de suministros, producción, fechas de distribución, entre otros datos necesarios para medir el nivel de desempeño de las áreas involucradas, reduciendo en gran medida el margen de error operativo.

Una buena implementación de la cadena de suministro genera excelentes resultados para una organización, haciendo de su modelo un negocio escalable. Sin embargo, los clientes juegan un papel determinante para la empresa, si ellos deciden elegir la propuesta de valor como su favorita, serán referencia promotora de la marca dentro del mercado.

Como resultado, el negocio tiene a su alcance la satisfacción del cliente, reflejándose en la fidelidad obtenida a través de su experiencia de compra. Gracias a la eficiencia en los procesos productivos, el servicio de atención al cliente mejora en el tiempo de entrega o las condiciones de compra. Esto origina que los clientes tengan en mente la marca cuando piensen en estos determinados productos. Aunado a ello, el negocio logra reducir los costos operativos de la cadena de suministro y obtiene una mayor rentabilidad.

#### **2.2.6 Administración de la Cadena de Suministros.**

La administración de la cadena de suministro integra todas las actividades internas y externas de la compañía necesarias para cumplir la demanda en el mercado. Una característica clave de la Cadena de Suministro es la sincronización, cualquier error o incidente causaría un efecto en cadena creando un cuello de botella y/o estancamiento de los procesos.

Esta gestión consiste en formular una estrategia que permita organizar los recursos, así como controlar los procesos, elementos o agentes involucrados en el sistema. Contempla además un proceso de medición y

control del desempeño, necesario para conocer y trabajar en las oportunidades de mejora que permitan optimizar la operación del negocio, todo esto con un único objetivo, lograr clientes satisfechos.

### **2.2.7 Estrategia de la Cadena de Suministros.**

Está enfocada en posicionar la empresa dentro del mercado como resultado de la ejecución de las distintas actividades del sistema que definen al negocio con una operación diferenciadora del resto, ¿cómo? A través de la entrega eficiente de productos y servicios sujetos a un concepto de valor único para los clientes. La idea es crear una ventaja competitiva que sea sostenible en el tiempo y cuya propiedad sea compleja de copiar por la competencia.

Como estrategia, es un elemento importante que permite gestionar de forma eficiente cada una de las piezas claves que impactan directamente a la cadena de valor, esto con el objeto de lograr una cadena de suministro sólida que permita ejecutar el plan estratégico del negocio. Ahora bien, si una empresa implementa o cuenta con una cadena de suministro eficientemente adecuada a la operación del negocio, será decisivo para minimizar los costos, optimizar el uso de los recursos y obtener un servicio de calidad que la distinga dentro del mercado.

### **2.2.8 Características de la Cadena de Suministros.**

- Es una red compleja que demanda buenos recursos y requiere de alianzas estratégicas, una preparación y calificación para implementarla y administrarla.
- Este proceso parte de conocer las necesidades de la demanda para poder definir las estrategias adecuadas.
- Es un sistema dinámico, los cambios están sujetos a las necesidades de la demanda y al movimiento del mercado debido a la interconectividad global, el escenario político, económico, entre otros factores.
- Permite la optimización del inventario, la cual está sujeta a las previsiones necesarias en base a la demanda y su historial de compra.

### **2.2.9 Importancia en la Cadena de Suministros.**

La globalización ha dado paso a un mercado amplio, integrado y altamente competitivo, donde distintas empresas se ven en la necesidad de crear nuevas ideas innovadoras que les permita alimentar y mejorar los procesos de su cadena productiva y de esta manera alcanzar una ventaja competitiva a través de un concepto diferenciador. ¿Cuál es el punto de inicio para su desarrollo? Se tiene que, en la gestión de inventarios, los almacenes deben contar con las cantidades necesarias para la producción y/o la venta.

Por su parte, en el diseño de las redes y sistemas de distribución, definir los canales que se utilizarán para entregar o distribuir el producto, si se implementará y realizará con recursos propios o se hará una alianza estratégica con proveedores de este servicio para delegar esta actividad.

El uso de tecnologías de la información es pieza clave para alcanzar el éxito de una cadena de suministros, gracias a ella se puede conocer la capacidad de producción, la rotación del inventario, los costos y los tiempos empleados en la operación del negocio. Esta fuente de información suministra indicadores que facilita la toma de decisión eficiente.

La integración de todos los miembros que definen la cadena de suministros es fundamental para hacer posible la sincronización de cada uno de los procesos involucrados.

### **2.2.10 Valor de la Información e Integración.**

La cadena de suministros está ligada a los distintos vínculos que suministran información clave para el desarrollo de la operación. Si bien es cierto que el activo más importante para cualquier empresa es su información, cuando se habla de la cadena de suministros, la integridad, disponibilidad, confidencialidad y seguridad de sus datos es esencial y debe estar respaldada por la mejor tecnología y gestionada con las mejores prácticas y políticas administrativas que permita minimizar el riesgo operativo. Es importante contar con un sistema de integración funcional y organizacional que involucre el

proceso de relación con proveedores y clientes para mantener la operatividad del negocio.

Interactuar constantemente con el cliente permitirá conocer sus necesidades, expectativas acerca el producto y su experiencia de compra. De esta manera facilitará realizar una proyección de las ventas y medir la eficiencia operativa del negocio.

### **2.2.11 Logística.**

La logística es un proceso integral que tiene como objetivos planificar, implementar y controlar el flujo eficiente de los productos, servicios e información que se define desde el punto de origen hasta el punto de consumo. La idea es garantizar que la logística, a través del servicio de compra, almacenamiento y distribución, aporte un valor importante como medio estratégico orientada a la cadena de suministros con el enfoque de lograr satisfacer las exigencias que demanda el cliente.

Para operar en la economía internacional que se vive en la actualidad, representa un reto para disponer el servicio en el lugar y momento adecuado y con la calidad que demanda el mercado; situar los productos en los lugares, cantidades y tiempos correctos al menor costo posible, siempre buscando complacer las necesidades del consumidor favoreciendo además el cumplimiento de los objetivos del negocio.

Principalmente Panamá se caracteriza por una posición geográfica privilegiada, una infraestructura innovadora que permite la conectividad y movilidad a escala mundial que une competitivamente distintos mercados de Norteamérica, Suramérica, Europa y Asia, definiéndola como un centro logístico y de transporte multimodal gracias a sus excelentes comunicaciones, así como facilidades de transporte aérea, marítima y terrestre.

Esta característica, define a Panamá en una fuente clave para el comercio internacional al conectar el Océano Pacífico con el Atlántico permitiendo al tránsito marítimo un ahorro en tiempo y dinero al acortar las rutas y un impacto económico positivo para los países del mundo.

También suma importancia por el volumen de tránsito que tiene el cual aumenta diariamente, por el tipo productos que transporta como alimentos, minerales, entre muchísimos otros productos, favoreciendo el desarrollo de las naciones.

Ahora, con el Canal ampliado, aumentó su capacidad de carga y logística para atender las necesidades que demanda el comercio marítimo al utilizar barcos de mayores dimensiones, lo que permite definir una escalabilidad de la economía mundial.

## **2.3 Definición de Conceptos y Variables.**

### **2.3.1 Estrategia.**

Las estrategias de una organización determinan cómo crearán valor al negocio; están representadas por los objetivos a largo plazo donde se evalúa la dimensión financiera, comercial, operativa, tecnológica, humana y su rendimiento a través de unos indicadores de gestión que miden su capacidad productiva y su nivel competitivo dentro del mercado.

Las estrategias como instrumento o medio de canalizar el pensamiento y visión comercial definen la dirección de la empresa permitiéndoles encontrar una forma diferente de competir; es encontrar un lugar distinto para que la organización dé valor a través de una propuesta diferenciadora; observar la industria en la que se compite y pensar en cómo generar rentabilidad, qué detalles afinar para ganar una mejor posición y ventaja competitiva en el mercado.

Nuevas oportunidades de negocio experimentan las empresas, nuevos canales de servicio y distribución, distintos medios de comunicación y estrategias sujetas a conceptos disruptivos que impulsan el valor del negocio y alimentan su cadena de valor. Las nuevas tendencias tecnológicas permiten al cliente vivir nuevas experiencias a través de plataformas de comercio electrónico que ofrecen diversidad de productos y disponibilidad de su servicio las 24 horas del día los 365 días del año y dando al consumidor un ahorro de tiempo en la gestión de compra, encontrar con facilidad el producto deseado

que quizás no se comercializa en su país de origen, brindan información clave para poder comparar con otros proveedores y encontrar el mejor precio.

El uso de las tecnologías de la información son pieza clave para el crecimiento del negocio, más allá comunicar, permite conocer las necesidades del cliente, sus observaciones, opiniones, una retroalimentación que fortalece la propuesta de valor, estar en constante interacción con ellos a través de los distintos medios que ofrece el mundo interconectado.

Para el Prof. Roberto Espinosa, especialista en Marketing y Digital Business, en una de sus publicaciones (2014):

Cualquier empresa que quiera obtener éxito debe plantearse en las estrategias de marketing mix y trabajar bajo un escenario donde el cliente sea protagonista ante el producto.

El nuevo enfoque del marketing mix replantea las preguntas como: ¿Cuáles son las necesidades de mis clientes?, ¿Cuál es el costo de su satisfacción y que retorno obtendré por ello?, ¿Qué canales de distribución favorecen a nuestros clientes? ¿Cómo y en qué medios lo comunico?

Actualmente no es factible crear un producto y sacarlo al mercado, ahora es necesario, en primer lugar, estudiar las necesidades de los clientes y luego desarrollar el producto adecuado a su demanda.

### **2.3.2 Tecnologías de la Información y Comunicación.**

Las tecnologías de la información y comunicación están conformadas por un conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de la información; es considerada pieza clave para el emprendimiento de nuevos conceptos, estimular o cambiar la dinámica operacional como, por ejemplo, a través del desarrollo del comercio electrónico, la comunicación y relación activa con los clientes, el trabajo colaborativo online o teletrabajo, el marketing digital, los sistemas de información, entre otros recursos tecnológicos que impulsan la transformación positiva del negocio de una empresa u organización.

Actualmente los negocios se han ido moviendo de una forma tradicional a una tecnológica, es decir, mediante el uso de la tecnología (como el Internet y los dispositivos móviles) ha sido más fácil la comunicación entre clientes, proveedores, socios comerciales y la empresa.

Diariamente numerosos negocios se suman a la Internet, la tendencia apunta al uso de nuevos sistemas de información que prometen valor y alimentan su cadena operativa como, la plataforma digital móvil emergente, el crecimiento del software en línea como un servicio y el crecimiento de la computación en la nube, lo que facilita su paso a extenderse y explorar en otros mercados.

De esta manera, el uso de las tecnologías ha provocado que nuevas industrias surjan, otras se vean negativamente impactadas hasta el punto de desaparecer del mercado, mientras que terceros se integran e implementan correctamente estos sistemas de información, permitiendo beneficiarse con el empleo de estos recursos, minimizando el costo de las horas hombre, aumentando la productividad a través del trabajo a distancia o de conexión remota como, por ejemplo, el nuevo método BYOD (Bring Your Own Device); una tendencia que facilita esta oportunidad y demanda la disponibilidad de los sistemas de computación en la nube.

Por otro lado, la automatización de los procesos ha permitido que los negocios definan un mayor alcance, un ejemplo de ello son los dispositivos de almacenamiento o computación en la nube que, como instrumento tecnológico, generan un impacto positivo en los negocios, atendiendo diferentes necesidades en diferentes entornos; van de lo tradicional a las tendencias tecnológicas, permitiendo a la empresa tomar decisiones con el respaldo de la información que los sistemas le suministran para mejorar la eficiencia y aumentar su ventaja competitiva dentro del mercado.

Los sistemas de información juegan un papel muy importante para las organizaciones, por ser una herramienta altamente potencial, de apoyo para la toma de decisiones ante situaciones críticas, así como también, proveen a la alta dirección monitorear el desempeño de su negocio e identificar problemas

estratégicos y oportunidades en la cadena de valor, relacionadas con el cliente y la planeación ante los distintos escenarios que se presenten.

En definitiva, los sistemas de información modifican profundamente la manera en la que una empresa, industria o negocio se desenvuelve en el mercado; define su comportamiento estratégico cuando los recursos son bien gestionados. Su efectividad, simplicidad de procesos y productividad describen la calidad de su operación dentro del mercado.

### **2.3.3 Estructura Operativa de la Empresa.**

La estructura operativa hace referencia a los diferentes procesos de transformación (manufactura y/o producción) de los distintos insumos que se llegan a utilizar para obtener un servicio o producto satisfactorio, y que son identificados como un área de producción dentro del mismo organigrama. Esta estructura representa el esquema operacional de la cadena de suministros de una empresa y define el comportamiento del sistema que la determina.

¿Cómo se logra? Bajo la eficiente administración operacional que permita agregar valor en la producción de bienes y servicios, cuyo objetivo es alcanzar un nivel óptimo de productividad a través de la calidad y la satisfacción del cliente a bajos costos, como consecuencia se obtiene una ventaja competitiva sustentable para la empresa.

### **2.3.4 Relación con Proveedores.**

Una relación sana y transparente entre empresas y sus proveedores es uno de los factores más importantes a la hora de conseguir ventajas competitivas, ya que impacta directamente en la calidad del producto y servicio que se ofrece al cliente final. Por su parte, el marketing relacional considera a los proveedores como los aliados perfectos para cualquier organización.

La selección y determinación de una cartera de proveedores debe estar respaldada por buenas referencias y un análisis minucioso sobre su comportamiento, tiempos y capacidad de respuesta ante la demanda, visión, fidelidad, responsabilidad, entre otros aspectos claves para considerarlo como

un aliado estratégico. Cada proveedor debe tener claro la posición que ocupa y cómo debe moverse dentro de la red que compone el negocio; debe existir sincronización entre las partes involucradas de la cadena, con una precisión y anticipación bien definida, siempre buscando minimizar el riesgo operativo.

Una mala estimación en los tiempos de respuesta por parte de un proveedor fácilmente puede causar una interrupción grave en toda la cadena de suministro y tener consecuencias financieras para el negocio.

### **2.3.5 Procesos de Exportación.**

Forma parte del sistema logístico de una empresa que involucra una serie de procedimientos y un conjunto de políticas que se deben seguir al momento de gestionar el envío legal de mercancías nacionales para su uso o consumo en el mercado exterior, el cual está respaldado por una institución aduanera, quienes especifican las condiciones que se requieren para permitir la entrada de la carga efectivamente.

Existen variables sujetas al tipo de producto, servicio y lugar donde se destina la mercancía que describen. Por ejemplo, el tipo de empaque y embalaje, la clasificación arancelaria, certificaciones de carga, la logística adecuada tomando en cuenta el tipo de transporte, ruta y conexiones a utilizar en base a una relación de tiempo y costo, el tipo de seguro, los términos de comercio internacional (Incoterms).

### **2.3.6 Entorno Empresarial.**

El contexto donde se desenvuelve una empresa influye en alto grado en su operación. No solo interactúa con clientes, colaboradores, proveedores y empresas competidoras; su participación, dentro del sector que desarrolla para la economía nacional, lo vincula directamente con el Estado quedando sujeto a las políticas internas y externas que este ejerza, entre ellas, las relaciones comerciales con otros países, la administración eficiente de la economía nacional, etc.

Otros factores determinantes son los ambientales y medioambiental. No se debe confundir los factores ambientales de un proyecto con las consideraciones sobre el impacto del cambio del medio ambiente en las actividades de una organización.

Dentro de los factores ambientales se tienen, el clima organizacional, la estructura organizativa, tecnología, métodos y procedimientos, etc. Mientras que los factores medioambientales se relacionan con el estado de la naturaleza, esta variación climática afecta particularmente a los sectores productivos incluyendo a la fuente principal de ingresos: el Canal de Panamá.

Por su parte, el factor tecnológico es muy importante, toda empresa debe estar alineada a las nuevas tendencias, observar el poder y comportamiento del cliente, proveedor, los nuevos competidores, la posible amenaza de productos sustitutivos y la naturaleza de la rivalidad. Esto define el potencial de rentabilidad de una empresa.

En cualquier escenario, es fundamental que cada organización conozca cuáles son los factores internos y externos que definen su entorno y condicionan sus actividades operativas y estratégicas.

## **2.4 Descripción del Estudio Económico de Panamá.**

### **2.4.1 Índice de Competitividad.**

El Índice de Competitividad Global (ICG), es una investigación analítica y comparativa de 141 economías activas en el mundo; países que su participación y desarrollo interno frente al resto a través de ciertos indicadores pilares que determinan su posicionamiento y nivel competitivo. Los resultados que obtienen les permite identificar, desde otra perspectiva, las oportunidades de mejora de impacto en la competitividad.

El Foro Económico Mundial define la competitividad como el “conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”; bajo este contexto, las empresas que integran las economías del mundo deben fortalecer su nivel de competitivo como elemento clave para sostener el crecimiento y desarrollo económico de las naciones.

El informe del ICG elaborado por el Foro Económico Mundial, compara la competitividad de 141 economías a través de la medición de un número importante de indicadores agrupadas en 12 pilares: Instituciones, Infraestructura, Adopción de TIC, Estabilidad macroeconómica, Salud, Educación y habilidades, Mercado de productos, Mercado de trabajo, Sistema financiero, Tamaño de mercado, Dinamismo de los negocios y Capacidad de innovación.

#### 2.4.2 Resultados Mundiales.

El informe del ICG indicó que la clasificación mundial la lideran Estados Unidos, Singapur, Alemania, Suiza, Japón, Países Bajos, Hong Kong, Reino Unido, Suecia y Dinamarca, quienes se han mantenido por varios años dentro de los 10 primeros lugares de competitividad. Por su parte, Panamá ocupa el puesto 64 con 61 puntos sobre 100, encontrándose entre los 10 países más competitivos de América Latina. (Ver Cuadro Nro.1)

**Cuadro Nro.1 Índice de Competitividad Global (2018):**

Los 10 países más competitivos del mundo (2018)			Los 10 países más competitivos de Latinoamérica (2018)		
PAÍS	POSICIÓN	VALOR	PAÍS	POSICIÓN	VALOR
Estados Unidos	1	85,6	Chile	33	70,3
Singapur	2	83,5	México	46	64,6
Alemania	3	82,8	Uruguay	53	62,7
Suiza	4	82,6	Costa Rica	55	62,1
Japón	5	82,5	Colombia	60	61,6
Países Bajos	6	82,4	Perú	63	61,3
Hong Kong SAR	7	82,3	<b>Panamá</b>	<b>64</b>	<b>61,0</b>
Reino Unido	8	82,0	Brasil	72	59,5
Suecia	9	81,7	Trinidad y Tobago	78	57,9
Dinamarca	10	80,6	Jamaica	79	57,9

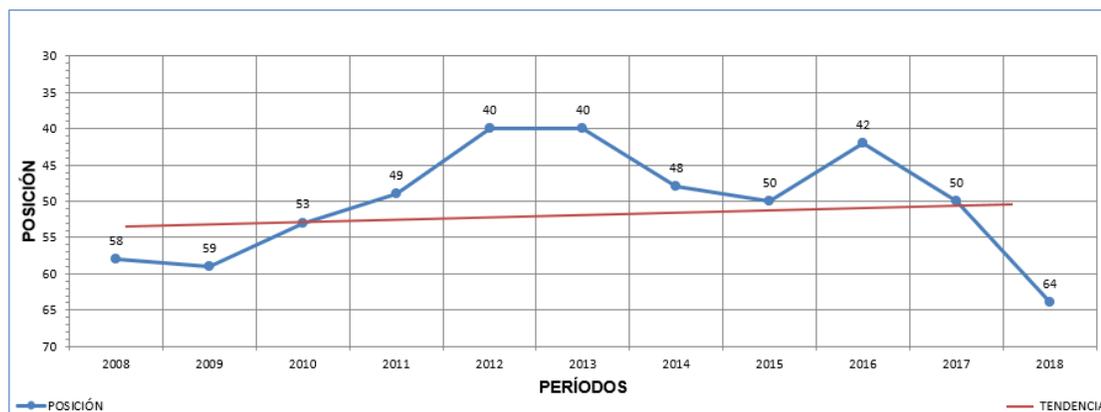
**Fuente:** Foro Económico Mundial, Informe de Competitividad Global (2018).

#### 2.4.3 Resultados para Panamá.

Panamá continúa entre las primeras 50 economías más competitivas del mundo, sin embargo, en un período de 10 años ha mostrado una variación importante que; aunque su tendencia refleja estar en la escala de la posición

50, su rendimiento ha desmejorado considerablemente en los últimos 2 años. (Ver Gráfica Nro.1)

**Gráfica Nro.1. Evolución del Índice de Competitividad Global de Panamá, período 2008 – 2018:**



**Fuente:** Foro Económico Mundial, período 2008 – 2018.

El comportamiento de Panamá entre el año 2009 – 2012 mostró una superación constante logrando escalar 19 posiciones; el país evidenció el puntaje más alto para la medición del 2012 y 2013 donde obtuvo la posición 40. No obstante, entre los años 2014 – 2015 y 2017 – 2018 reflejó un fuerte decrecimiento llevándolo a la posición 64 (24 posiciones menos), incluso por debajo de su escala habitual.

Desde otro punto de vista, un extracto de la evolución competitiva panameña, tomando el rango donde tuvo un fuerte decrecimiento (2013 – 2017), se observa los puntos débiles y las oportunidades de mejora en los pilares que definen su índice de competitividad. (Ver Cuadro Nro.2)

**Cuadro Nro.2 Índice Global de Competitividad de Panamá (2013 – 2017):**

Descripción de los Indicadores	Posición 2013 (148 países)	Posición 2017 (137 países)	Variación de la Posición
<b>Índice Global de Competitividad</b>	<b>40</b>	<b>50</b>	 <b>-10</b>
<b>Requisitos Básicos</b>	<b>46</b>	<b>37</b>	 <b>9</b>
Pilar 1: Instituciones	66	74	 <b>-8</b>
Pilar 2: Infraestructuras	37	37	 <b>0</b>
Pilar 3: Estabilidad Macroeconómica	57	11	 <b>46</b>
Pilar 4: Salud y Educación Primaria	68	79	 <b>-11</b>
<b>Factores que Incrementan Eficiencia</b>	<b>50</b>	<b>57</b>	 <b>-7</b>
Pilar 5: Educación Superior y Capacitación	68	88	 <b>-20</b>
Pilar 6: Eficiencia del Mercado de Bienes	35	41	 <b>-6</b>
Pilar 7: Eficiencia del Mercado Laboral	75	76	 <b>-1</b>
Pilar 8: Sofisticación de Mercado Financiero	16	14	 <b>2</b>
Pilar 9: Disponibilidad Tecnológica	47	63	 <b>-16</b>
Pilar 10: Tamaño de Mercado	81	79	 <b>2</b>
<b>Factores de Innovación y Sofisticación</b>	<b>43</b>	<b>48</b>	 <b>-5</b>
Pilar 11: Sofisticación de Negocios	42	44	 <b>-2</b>
Pilar 12: Innovación	36	55	 <b>-19</b>

**Fuente:** Foro Económico Mundial (2013 – 2017).

El detalle de los resultados para Panamá cayó en 8 de los 12 pilares, en 1 se mantuvo y solamente en 3 aumentó. Además, de acuerdo con los subíndices muestra que, en los requisitos básicos, el país avanzó 9 posiciones gracias a la “Estabilidad Macroeconómica” (aumentó 46 posiciones).

En cuanto a los factores que incrementan la eficiencia, el país retrocedió 7 posiciones; donde, entre los más bajos, se encuentra el Pilar de Disponibilidad de Tecnológica que bajó 16 puestos y el Pilar de Educación Superior y Capacitación el cual perdió 20 puestos.

Panamá se mantiene en la etapa de transición de una economía basada en la eficiencia hacia una apoyada en la innovación y tecnología, etapa de desarrollo objetivo de todos los países.

Desde otra perspectiva, observando la variación de los pilares en los años 2016 y 2017, se puede apreciar el cambio negativo que ha presentado el país en este período. (Ver Cuadro Nro.3)

**Cuadro Nro.3 Índice Global de Competitividad de Panamá (2014 – 2018):**

Descripción de los Indicadores	Posición 2016 - 2017 (138 países)	Posición 2017 - 2018 (137 países)	Variación de la Posición
<b>Índice Global de Competitividad</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	↓ -8
<b>Requisitos Básicos</b>	<b>34</b>	<b>37</b>	↓ -3
Pilar 1: Instituciones	70	74	↓ -4
Pilar 2: Infraestructuras	36	37	↓ -1
Pilar 3: Estabilidad Macroeconómica	16	11	↑ 5
Pilar 4: Salud y Educación Primaria	67	79	↓ -12
<b>Factores que Incrementan Eficiencia</b>	<b>51</b>	<b>57</b>	↓ -6
Pilar 5: Educación Superior y Capacitación	86	88	↓ -2
Pilar 6: Eficiencia del Mercado de Bienes	40	41	↓ -1
Pilar 7: Eficiencia del Mercado Laboral	67	76	↓ -9
Pilar 8: Sofisticación de Mercado Financiero	12	14	↓ -2
Pilar 9: Disponibilidad Tecnológica	53	63	↓ -10
Pilar 10: Tamaño de Mercado	79	79	→ 0
<b>Factores de Innovación y Sofisticación</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	↓ -4
Pilar 11: Sofisticación de Negocios	38	44	↓ -6
Pilar 12: Innovación	49	55	↓ -6

**Fuente:** Foro Económico Mundial. Informe de Competitividad Global (2014-2018).

Solo el pilar de Estabilidad Macroeconómica subió 5 posiciones, mientras que el pilar de Tamaño de Mercado se mantuvo en la posición 79.

#### 2.4.4 Índice de Competitividad Global 4.0 (ICG 4.0).

Esta herramienta permite analizar los fundamentos microeconómicos y macroeconómicos de la competitividad nacional. Su objetivo es “capturar la complejidad de la competitividad nacional, la cual puede ser mejorada únicamente a través del enfoque en áreas que impacten la productividad a largo plazo de un país, siendo un impulsador clave para el crecimiento económico”. Foro Económico Mundial.

El ICG 4.0 es una nueva edición bajo una metodología actualizada que aplica a partir del 2018 y que permitirá comprender el impacto de la Cuarta Revolución Industrial (4IR). En un ángulo más reciente, “de acuerdo con la última versión del Informe de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, la adaptación de los países a la 4IR determinará si “prosperarán” o “se estancarán”. Kate Whiting (2018).

Esta nueva metodología refleja que, el recurso humano, la dinámica, la apertura al cambio, la capacidad de mejorar y la innovación son factores determinantes.

El nuevo formato mide 140 economías bajo 98 indicadores agrupado en 12 pilares, para definir el estado de la economía y su distancia del margen competitivo. En un extracto, Thierry Geiger, Jefe de Análisis e Investigación Cuantitativa del Foro Económico Mundial, alega que: "La productividad es el motor de crecimiento más importante en 2018. Con la 4IR en plena marcha, hay una necesidad de repensar los motores de la competitividad y, por tanto, del crecimiento a largo plazo". Kate Whiting (2018).

Desde un punto de vista más detallado, el ICG 4.0 está compuesto por 4 subíndices que contienen 12 pilares, y estos a su vez agrupan 103 indicadores, de los cuales 47 (43.9%) corresponden a información que se recoge de la opinión de distintos ejecutivos de negocios proveniente de instituciones encuestadoras asociadas, mientras los 60 restantes (56.1%) son datos estadísticos suministrados por fuentes externas. Bajo esta nueva estructura, el 70% de los resultados del indicador dependen de datos duros, los cuales provienen de fuentes nacionales de cada economía e instituciones internacionales como, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Unión Internacional de Telecomunicaciones, Organización Mundial de Salud, entre otros.

La investigación solo cubre hasta el año 2018, sin embargo, debido al cambio en la metodología, no es posible comparar eficientemente los pilares con los períodos anteriores. Es por ello, por lo que los investigadores se ven en la necesidad de aprovechar los resultados del año 2019 comunicados por el Foro Económico Mundial y comparar la evolución de Panamá bajo este nuevo esquema de medición. (Ver Cuadro Nro.4)

**Cuadro Nro.4 Índice Global de Competitividad de Panamá 4.0 (2018 – 2019):**

Descripción de los Indicadores	Posición 2018 (141 países)	Posición 2019 (141 países)	Variación de la Posición
<b>Índice Global de Competitividad</b>	<b>64</b>	<b>66</b>	 <b>-2</b>
<b>Entorno</b>			
Pilar 1: Instituciones	83	80	 <b>3</b>
Pilar 2: Infraestructura	66	59	 <b>7</b>
Pilar 3: Adopción de TIC	81	86	 <b>-5</b>
Pilar 4: Estabilidad Macroeconómica	50	43	 <b>7</b>
<b>Capital Humano</b>			
Pilar 5: Salud	33	32	 <b>1</b>
Pilar 6: Habilidades	85	88	 <b>-3</b>
<b>Mercado</b>			
Pilar 7: Mercado de Bienes	52	43	 <b>9</b>
Pilar 8: Mercado Laboral	87	92	 <b>-5</b>
Pilar 9: Sistema Financiero	41	46	 <b>-5</b>
Pilar 10: Tamaño de Mercado	79	79	 <b>0</b>
<b>Ecosistema de Innovación</b>			
Pilar 11: Dinamismo de Negocio	71	77	 <b>-6</b>
Pilar 12: Capacidad de Innovación	66	75	 <b>-9</b>

**Fuente:** Foro Económico Mundial (2018 – 2019).

Panamá se ubicó en la posición 64, por debajo de Chile (33), México (45) y Costa Rica (55); pero por encima de Brasil (72) y Argentina (81). Aún con estos cambios, la situación de Panamá sigue en decrecimiento. Si bien es cierto que en esta comparación los indicadores muestran un cambio positivo en algunos pilares, otros reflejan unos resultados nada favorables, lo que ubica al país en la posición 66 en el año 2019, dos puntos por debajo del año 2018.

#### 2.4.5 Desafíos para Panamá.

En una publicación del Centro Nacional de Competitividad se plantean los desafíos que tiene el país para iniciar las bases necesarias que le permitirán mejorar y elevar su posición.

Panamá ha presentado importantes avances en materia de competitividad, mostrándose como un país emergente y con una economía dinámica, pero donde la percepción de un engranaje público corrupto y burocrático y la baja calidad en la educación, son dos de los temas que deben evaluarse con especial cuidado. En el primero, los

indicadores como la independencia judicial y la confianza en los políticos siguen rezagados en la evaluación, lo que hace inminente el fortalecimiento de la institucionalidad. Mientras que, en el segundo, los indicadores relacionados a la educación sugieren que la educación no está formando a las personas que el sector productivo necesita, elemento que requiere atención inmediata, con la finalidad de obtener el capital humano que esté acorde con las exigencias del mercado laboral.

Bajo este contexto, en el informe con los resultados de período 2011 – 2012, el Dr. Nicolás Ardito Barletta, en ese entonces presidente del Centro Nacional de Competitividad, admitió que “existen falencias que deben ser corregidas, como la educación. De lo contrario, no se podrá seguir avanzando”.

Posteriormente, luego de cinco años, se evidencia que el pilar de educación no ha mejorado en lo absoluto. En lugar de ello, continua en retroceso; según el Comunicador Social Ernesto A. Holder del periódico la Estrella de Panamá, “los resultados que se han reportado, al inicio de 2018, son desalentadores en materia educativa. Más de 40 mil estudiantes reprobados es causa suficiente para sentarse seriamente a evaluar lo que está pasando”.

#### **2.4.6 Empresas Exportadoras Registradas en Panamá.**

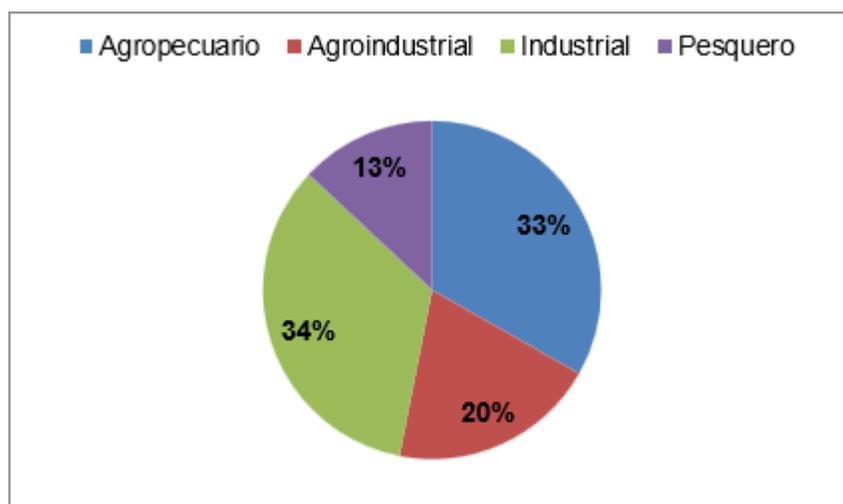
Según el “Listado de Empresas Exportadoras” publicado en la página web del Ministerio de Comercio e Industrias de la República de Panamá, existen registradas y validadas un total de 290 empresas exportadoras. Las cuales se clasifican en 4 sectores económicos: sector agropecuario, sector agroindustrial, sector industrial y el sector pesquero.

La siguiente distribución (Ver Cuadro Nro.5), se indica cuál es la participación, vigente a la fecha del mes de marzo de 2018, que tiene el listado de empresas exportadoras en Panamá por sector económico (Ver Gráfica Nro.2)

**Cuadro Nro.5 Distribución por Sector Económico:**

Sectores	Cantidad de Empresas
Agropecuario	97
Agroindustrial	58
Industrial	99
Pesquero	38
<b>TOTAL</b>	<b>292</b>

**Fuente:** Ministerio de Comercio e Industria (2018).  
Elaboración propia del Equipo de Investigación (2019).

**Gráfica Nro.2 Empresas por Sector Económico:**

**Fuente:** Ministerio de Comercio e Industria (2018).  
Elaboración propia del Equipo de Investigación (2019).

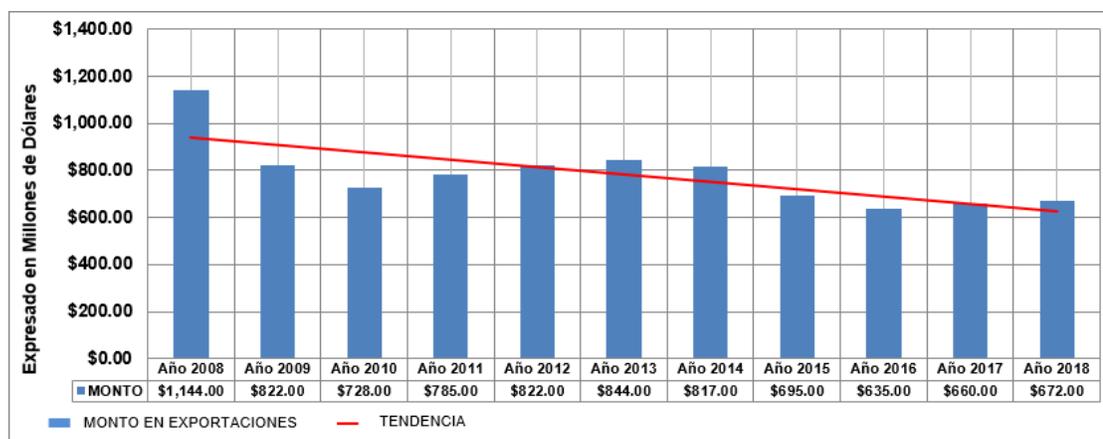
Hablar de exportaciones en Panamá, es hablar de empleos, divisas para la nación, de una marca país que muestre su calidad, pero la balanza comercial de los últimos años ha reflejado una caída significativa la cual no se puede permitir que continúe en descenso.

En el año 2018, Panamá cierra en 672 millones de dólares aproximadamente, lo que registra un aumento del 1.82% con relación al año anterior; principalmente arrojaron números positivos el banano, café y productos de mar. Sin embargo, los datos históricos reflejan números que son nada favorables para el país.

Según cifras de la Contraloría, revelan que en 2006 las exportaciones sumaron 1,021 millones de dólares, reflejando un incremento del 27%. Luego de ese año, la tendencia ha sido negativa; en el año 2009 se obtuvieron 821

millones, lo que representa un -20%. Para el año 2012 se mantuvo en igual cifra. En el año 2015 disminuyeron a 695 millones (un -15%) y seguidamente en el 2016 decayó un 9%. En el 2017 y 2018 se registró un leve incremento del 4% y 2% respectivamente, subiendo a 672 millones de dólares. (Ver Gráfica Nro.3)

**Gráfica Nro.3 Exportaciones de Panamá, período 2008 – 2018:**



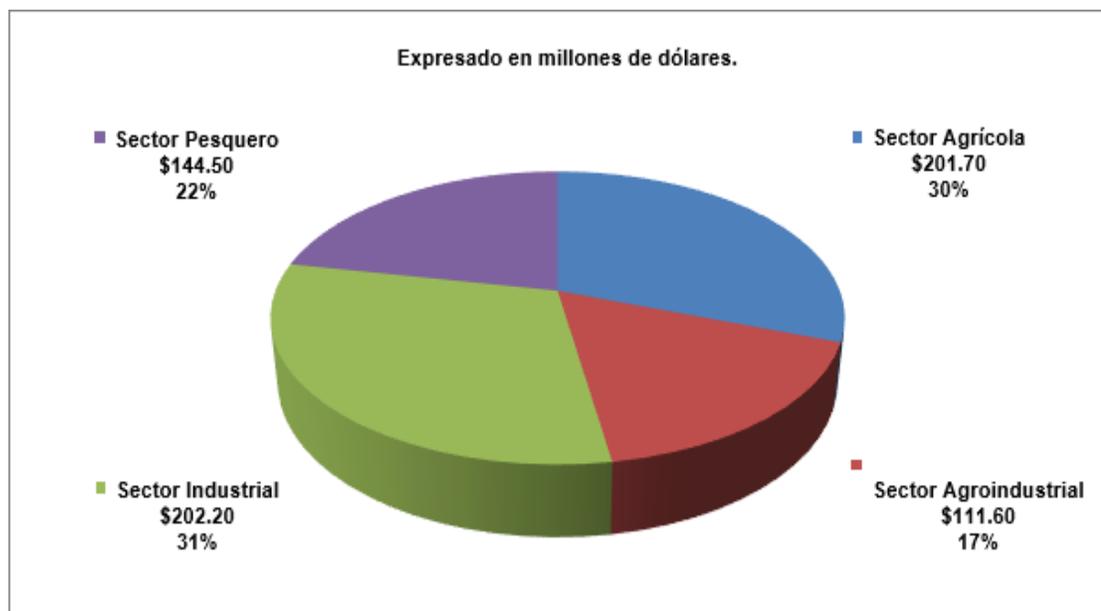
**Fuente:** Georgia Tech Panama Logistics Innovation and Research Center, período 2008 – 2018.

Elaboración propia del Equipo de Investigación (2019).

Existe una gran diferencia entre lo que se exporta y lo que se importa. De enero a diciembre de 2017, Panamá exportó en bienes 660 millones de dólares e importó más de 9,000 millones de dólares.

El gobierno ha apostado por la marca “Panamá Exporta”, un programa de apoyo al sector agropecuario y agroindustrial del país para dar a conocer el nombre de Panamá, esto y una agenda de eventos y ferias internacionales ha contribuido en mejorar los números. Es por ello por lo que, según los indicadores económicos, las exportaciones de enero a diciembre del 2017 trajeron al país: para el sector agrícola (201.7 millones de dólares), para el sector agroindustrial (111.6 millones de dólares), para el sector industrial (202.2 millones de dólares) y para el sector pesquero (144.5 millones de dólares). (Ver Gráfica Nro.4)

**Gráfica Nro.4 Exportaciones por Sector.Económico (2017):**



**Fuente:** Canal de Noticias Telemetro (2017).  
Elaboración propia del Equipo de Investigación (2019).

Los principales socios comerciales de Panamá son: Estados Unidos, Holanda, Costa Rica, República Popular de China, Taiwán, India, España y Vietnam. La oferta exportadora para estos países ocupó el 70% del total exportado, pero hay otras iniciativas que comienzan a tomar forma, acciones que impulsan a la exportación como, por ejemplo, según información suministrada en el año 2018 a Telemetro por el entonces Viceministro de Comercio Exterior Néstor González:

- Dentro del programa “Panamá Exporta” ya existe un trabajo en conjunto entre las instituciones Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) y Ministerio de Comercio e Industrias (MICI).
- Además, se están realizando gestiones para integrar ese programa al Ministerio de Salud (MINSa), con el objeto de agilizar todo el proceso de exportación.
- Abrir una oficina en Róterdam ciudad situada al oeste de los Países Bajos.
- Reforzar el programa de “Panamá Exporta”.
- Ayudar a crear más conciencia exportadora y productiva.
- Insertar más innovación en tecnología dentro de los sectores productivos.

#### **2.4.7 Producto Interno Bruto (PIB).**

En principio, se debe tener presente que la macroeconomía busca, principalmente, estudiar temas como la producción con el uso de indicadores de desempeño como el PIB y el Producto Nacional Bruto (PNB); además, evalúa el crecimiento económico, los precios de bienes y servicios, la deuda pública y privada, el déficit público, el comercio internacional, la balanza de comercial, la desigualdad, la crisis, la tasa de desempleo, los tipos de cambio, los tipos de interés, la inflación, la productividad, la política monetaria, la política fiscal, la política cambiaria, etc.

Según el Grupo BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria), en un artículo publicado en el año 2016 en la sección “Economía” de su portal web, dice: “la macroeconomía estudia la economía de un lugar como conjunto. A través del estudio, esta rama de la Teoría Económica proporciona instrumentos para comprender el entorno, tomar decisiones y pronosticar sus resultados”. De esta manera, la macroeconomía puede observar y medir todos los cambios y la tendencia a la cual está sujeta.

En otra publicación del mismo grupo en el año 2016, Lucía Gastón Lorente, resume que: “El PIB es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en el interior de un país durante un período de tiempo determinado”. Bajo este concepto se puede interpretar que el crecimiento del PIB es evidencia suficiente sobre la salud y la evolución económica de un país.

En otras palabras, el PIB es un indicador representativo y reflejo de la competitividad de las empresas que permite medir el nivel de producción que genera un país de acuerdo con el desempeño de las tres principales actividades económicas: pesca, agricultura, ganadería y silvicultura o actividades primarias; industrias o actividades secundarias y; por todos los servicios: transporte, tecnología, vivienda, comercio, turismo, y finanzas.

Gracias a los indicadores económicos se puede observar si la situación economía de un país es saludable o requiere de la atención y aplicación de estrategias que impulsen su desarrollo.

### 2.4.8 Importancia del Crecimiento del PIB.

Como bien se dijo antes, el PIB indica el nivel de competitividad de las empresas y determina el nivel de ingresos para el Estado mediante los impuestos. Si su producción no es rentable, indica bajos números de inversión, ineficiencia de los negocios, entre otros factores que conllevan a una baja capacidad de empleo. Aunado a ello, si el PIB se sitúa por debajo de la inflación, el impacto recae en el bolsillo de la sociedad al percibir salarios inferiores de ella.

Partir de una economía sana y alimentar el PIB, requiere que el Estado mejore y fortalezca las condiciones para la inversión en la creación de nuevas empresas, nuevos modelos de negocio y para que empresas existentes continúen creciendo dentro del mercado.

En un artículo del portal <https://www.economia.com.mx/> hacen algunas aclaraciones importantes sobre el PIB:

- El PIB de un país aumentará si el gobierno o las empresas que la conforman toman préstamos en el extranjero, indudablemente, esto disminuirá el PIB en futuros períodos.
- No toma en cuenta la depreciación del capital (aquí se incluyen tanto: maquinaria, fábricas, etc., los recursos naturales, al igual se podría incluir al “capital humano”). Por ejemplo, un país puede incrementar su PIB explotando en forma intensiva sus recursos naturales, pero el capital del país disminuirá, dejando para generaciones futuras menos capital disponible.
- No tiene en cuenta externalidades negativas que algunas actividades productivas generan, por ejemplo, la contaminación ambiental.
- No tiene en cuenta la distribución del ingreso. Los pobladores de un país con igual PIB per cápita que otro, pero con una distribución más equitativa del mismo disfrutarán de un mayor bienestar que el segundo.
- La medida del PIB no tiene en cuenta actividades productivas que afectan el bienestar pero que no generan transacciones, por ejemplo, trabajos de voluntarios e independientes o de amas de casa.
- Actividades que afectan negativamente el bienestar pueden aumentar el PIB, por ejemplo, divorcios y disputas de carácter judicial.

#### **2.4.9 Comportamiento del PIB de Panamá en los Últimos Años.**

En una publicación del año 2019 por el Banco Mundial, una de las fuentes más importantes de financiamiento y conocimiento para los países en desarrollo indica que “durante la última década, Panamá ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en todo el mundo”. El crecimiento promedio anual fue de 5% en los últimos cinco años, mientras que, entre 2001 y 2013 fue del 7.2%, más del doble del promedio de la región. La economía panameña creció un 6.1% en 2014, bajando levemente a un 5.8% y 4.9% en 2015 y 2016 respectivamente, volviendo a incrementar en el 2017 a 5.5%.

Pese al incremento registrado en el total de la deuda pública en los últimos años, el crecimiento del PIB ha permitido reducir la relación deuda/PIB, desde 66% en 2005 a 38% en 2015. El crecimiento en Panamá en 2019 se proyecta a los 4,5% (contra 3,7% que reflejó en el 2018).

#### **2.4.10 Barreras Externas de Impacto a la Economía.**

El crecimiento también podría verse afectado por conflictos comerciales internacionales prolongados o por un declive en la economía global. Por ejemplo, si se analiza en qué puede afectar a Panamá y a Latinoamérica, una posible guerra comercial entre China y Estados Unidos se observará que, en primer lugar, una guerra comercial se crea cuando un país toma acciones para limitar la importación de uno o varios países, aplicando nuevos aranceles y estableciendo límites de importación. En respuesta a ello, los países afectados toman la misma posición aplicando regulaciones parecidas creando un escenario de conflictos comerciales y diferencias políticas entre las partes involucradas. La continuidad de todas estas acciones representaría una amenaza a la estabilidad económica y social en toda Latinoamérica y el Caribe.

Panamá es un país que, por su posición geográfica, representa una ruta clave entre Estados Unidos y China. Si sus transacciones comerciales disminuyen, Panamá se verá afectado disminuyendo el tránsito comercial que pasa por su canal.

Desde otro punto de vista, por un lado, se tiene a Estados Unidos como el mercado de exportación más importante de Panamá mientras que, por otro lado, se tiene a China que recientemente ha estado interesado en fortalecer sus relaciones con Panamá, firmando acuerdos de cooperación buscando incrementar su capacidad de inversión y la evaluación de posibles tratados de libre comercio entre ambos países, siendo además el principal proveedor de la Zona Libre de Colón. Esto pone a Panamá en un escenario delicado tanto político como económico, disminuyendo el número de intercambios comerciales entre las naciones afectadas.

Estos dos países son clientes claves del canal y representan ingresos importantes para el país, su economía podría afectarse mermando la producción al disminuirse el tránsito o el volumen de carga, es decir, cuando pasan menos barcos, menos ingresos entran al país. Sin embargo, esto puede depender de las posibles inversiones donde China aumente su presencia en Latinoamérica, lo que se define como una oportunidad para el canal panameño.

Ahora bien, en efecto algunos países latinoamericanos quedarían vulnerables por su debilidad económica, lo cual los hace dependientes de terceros para financiar sus proyectos, además, un alza en los precios producto de esta guerra comercial elevaría los costos de producción que deberán asumir y puede incluso llegar a lentificar su desarrollo interno o la factibilidad de alcanzar sus objetivos.

Como consecuencia, estos conflictos interrumpen la operación comercial de las empresas latinoamericanas e impacta en las cadenas de suministro de interconexión mundial, desmejorando la productividad de aquellas empresas que importan insumos para su producción y exportan productos terminados o importan productos elaborados en China para la venta directa en el mercado.

Por ejemplo, si una empresa dedicada al comercio al por menor de productos electrónicos vende dispositivos móviles en Estados Unidos y debe asumir los nuevos aranceles para la importación de ese producto, cuenta con dos opciones o asume el costo sin alterar los precios del mercado o sube el precio de sus productos afectando el bolsillo del cliente.

Otro ejemplo es el arancel de las importaciones de acero y aluminio impuesto por Estados Unidos. Esta medida afecta a China e impacta a países latinoamericanos como Brasil y México, también exportadores de estos metales y proveedores de Estados Unidos. Brasil es uno de los mayores proveedores de acero a Estados Unidos y es una de las más afectadas por la naturaleza de su producción y la falta de valor agregado, lo que supondría una caída en sus exportaciones.

Este metal es suministro necesario para la construcción, automóviles, juguetes, envases de alimentos y bebidas, entre otros productos y materiales de mayor y menor producción. El menor costo del acero resulta un menor precio que asumirá la población por los distintos productos demandados en el mercado. Partiendo de este escenario, se puede interpretar que muchas empresas que demandan este suministro para su producción sufrirán un incremento en sus costos y afectará directamente a la población o consumidor final.

En el caso de México tendrá un impacto menor. Con esta medida, su sentido de exportación del acero va dirigido en mayor proporción con un valor agregado en electrodomésticos, automóviles, entre otros productos del mismo origen, sin embargo, las empresas fabricantes americanas serán menos competitivas en el mercado asumiendo el costo elevado en las importaciones de este metal necesario para su producción internacional. Esto podría definirse como el costo oportunidad que esta medida representa para México, además, es posible que los negocios de distintas marcas se replanteen y quieran actualizar su cadena de suministros estudiando la factibilidad de México como posible canal para operar y distribuir sus productos y así evitar los costos de producción que suponen al operar en Estados Unidos.

Entre otras medidas están los nuevos aranceles sujetos a las lavadoras y paneles solares que impacta a las exportaciones chinas, así como otros productos que se mueven en el mercado latinoamericano.

Todos saben la capacidad del mercado chino en hacer posible la producción económica de distintas ideas de negocio que surgen en el mercado.

Pequeñas y medianas empresas latinoamericanas que invierten en distintos sectores de la mano del mercado chino, se podrían ver afectadas económicamente hasta poner en riesgo su negocio por no saber afrontar la consecuencia de este conflicto que los envuelve. Además, disminuiría la competencia afectando la oferta del mercado, la diversidad de productos, lo que a su vez pudiese ocasionar un alza en los precios.

En el caso de Perú, Estados Unidos y China son sus primeros mercados a las exportaciones. China es su comprador clave de oro, cobre y zinc, y su economía se comprometería por una disminución en la demanda de dichos productos.

Otro país clave es Venezuela, donde Estados Unidos es el principal cliente importador de petróleo, aunque sus relaciones se han deteriorado, actualmente está en juego la lucha por la democracia de ese país, un escenario incierto que también supone un riesgo para China, ya que ha invertido grandes cantidades de dinero incrementando la deuda externa de Venezuela a grandes niveles.

Por otro lado, el ruido que se genera producto de una guerra comercial entre las dos economías más importantes del mundo también tiene un impacto negativo en el mercado de valores. Nace el efecto nerviosismo, desconfianza e inseguridad, ese mismo sentimiento que se crea en los clientes de una entidad bancaria cuando este se ve amenazado o descalificado y pierde credibilidad, también se genera en los inversores cuando escuchan alertas económicas que pueden perjudicar el mercado en el que decidieron invertir.

De igual manera, es posible que se cree la incertidumbre de una guerra comercial global reforzando el concepto de aquellos que se niegan a la apertura de mercados, colocando en riesgo el desarrollo y crecimiento económico a escala mundial.

En conclusión, las guerras comerciales se definen en medidas en defensa y protección de sus economías. Nacen desacuerdos comerciales y decisiones que generan daños a gran escala en el mundo interconectado que estamos experimentando, tienen un impacto progresivo y que adquiere fuerza

por el tiempo que puede llegar a tomar solventar este tipo de conflictos económicos hasta llegar a un acuerdo o a un nivel intermedio.

Si bien es cierto, Panamá en condiciones internas tiene unas reservas importantes producto de la ampliación del canal que ha permitido que el país haya incrementado considerablemente su PIB. Aunado a ello, el gobierno de Panamá ha sido muy restrictivo limitando la circulación económica lo cual ha afectado gradualmente la economía del país, aun teniendo los mayores ingresos en los últimos 5 años a raíz de la ampliación del canal.

Por otra parte, se observan las relaciones de comercio exterior que ha tenido el gobierno panameño y el tratado que hizo con China. No solo afectará a Panamá en su estructura interna económica sino también hay muchos países latinoamericanos que se suman a este tipo de relaciones con China.

Mientras China se está preparando para una caída de su crecimiento, porque las probabilidades de una creciente guerra comercial con Estados Unidos son cada vez mayores, el gobierno de Estados Unidos ha adoptado una política de "Todo hecho en Estados Unidos". Su objetivo hará que Latinoamérica se vea afectada sin importar sus intereses. No permitirá que Latinoamérica y el Caribe se vean influenciados por China y Rusia en ningún escenario.

#### **2.4.11 Valores de la Inversión China en Latinoamérica.**

China ha venido estableciendo acuerdos comerciales con muchos países de Latinoamérica y el Caribe, principalmente Brasil, Venezuela, Ecuador, Bolivia y Argentina, donde sus inversiones están dirigidas en materia de infraestructura, energía, manufactura, minería, agricultura, tecnología, entre otros sectores económicos.

En cierto grado se cuestiona la influencia e incapacidad estadounidense de ofrecer relaciones comerciales atractivas para la región latinoamericana, algo que China está logrando a través de sus distintas estrategias comerciales para mercados internacionales.

Ejemplo de ello, la decisión de varios países latinoamericanos al establecer alianzas estratégicas con el Banco Asiático de Inversión en

Infraestructura con el objeto de financiar sus obras públicas, las decisiones de Venezuela al valorar su petróleo en moneda china en vez de dólares y asociarse con China para trabajar en proyectos como el canal de Nicaragua y la Faja del Orinoco. Aunque algunos de estos proyectos como el tren en Sudamérica y el canal de Nicaragua estén detenidos, este financiamiento sigue teniendo un peso importante para el país asiático.

Desde un punto de vista general, según el Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG), se puede resaltar en resumen una lista de los países y algunos sectores de inversión china. (Ver Cuadro Nro.6)

**Cuadro Nro.6 Inversiones chinas por país y sector en América Latina y Caribe (2017):**

<b>País</b>	<b>Sector</b>
Brasil	Enérgico, minero y tecnológico (camiones eléctricos y paneles solares).
Perú	Minero (cobre).
Argentina	Tecnológico (ferrocarriles y paneles solares).
Cuba	Tecnológico y turístico (infraestructura, telecomunicaciones).
Jamaica	Minero y tecnológico (infraestructura, construcción de Zona Económica Especial y Parque Industrial).
Chile	Financiero, agroindustrial, infraestructura y eléctrico.
México	Extracción petrolera, automotriz, comercio al por mayor.
Ecuador	Centrales hidroeléctricas, minería telecomunicaciones.
Guyana	Minero.
Barbados	Turístico.
Bermuda	Industria automotriz.
Venezuela	Infraestructura, sector petrolero.
Colombia	Agrícola y telecomunicaciones.
Trinidad y Tobago	Infraestructura.

Uruguay	Automotriz, tecnológico y agroindustrial.
---------	---

**Fuente:** CERLAG.org | Inter American Dialogue. (2017).

En el año 2017, Brasil y Argentina recibieron de China un financiamiento para las necesidades alimentarias. En el caso de Brasil y Venezuela, recibieron financiamiento dirigido a sus empresas petroleras a cambio de su producto en crudo.

Como inversión estratégica en infraestructura a través del sector financiero y tecnológico, recientemente en enero del 2018, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) tomó la decisión de participar en la iniciativa china para construir la Nueva Ruta de la Seda, un gran plan estratégico de China que facilitará el desarrollo de aquellas regiones distantes al mercado global a través de la interconexión de infraestructuras, donde países como Panamá, Guyana, Bolivia, Antigua y Barbuda, Trinidad y Tobago se han unido para hacer posible este proyecto que, como reto histórico, tiene el potencial de expandir el alcance comercial, transformar la industria, el comercio y la cultura.

El desarrollo de esta nueva plataforma pretende hacer del Pacífico el centro de conexión comercial que se extenderá por aire, mar y tierra de Asia a Europa, África y América Latina. Una infraestructura definida por una red amplia que incluye medios de transporte, carreteras, ferrovías, puertos y aeropuertos, la cual estará sujeta a una base de políticas y estándares que permitirán la gestión eficiente de sus recursos.

Por ejemplo, en el caso de Bolivia, están en marcha proyectos de construcción de carreteras y un corredor ferroviario bioceánico Atlántico-Pacífico que facilitará la conexión interna. Mientras que, en Panamá, se estudia la viabilidad del proyecto ferroviario que conectará a la ciudad de Panamá con la provincia de Chiriquí.

## **2.5 Oportunidades de Mercado.**

### **2.5.1 Mercado de la República Popular de China.**

En un reportaje de telemetro en el año 2018, dirigida por la periodista Dorcas de la Rosa, se dieron a conocer los siguientes resultados: “de enero a diciembre del año 2017, Panamá exportó en bienes 660 millones de dólares e importó más de 9mil millones de dólares. Los tratados de libre comercio lejos de ayudar han abierto la brecha para exportar menos e importar más”.

Esto revela el desequilibrio económico que impacta en el mercado panameño, si bien es cierto que debe existir una variedad de productos en el mercado local, también es importante generar grandes cambios que permitan nivelar las actividades de exportación e importación, creando nuevas estrategias e ideas de mercado que permitan balancear dichos resultados aportando valor al crecimiento económico del país.

A mediados de año 2017, el anterior Gobierno panameño establece el inicio de relaciones diplomáticas con la República Popular de China, dichas relaciones diplomáticas se plasmaron en diferentes acuerdos en materia económica, seguridad, turismo y cooperación, los cuales fueron firmados por ambos países y que tendrá, en teoría, un impacto positivo para la economía e industria panameña.

Por otro lado, como parte del cambio, sumamos la ruptura de relaciones con Taiwán, el cual es considerado como el costo oportunidad que asumió Panamá ante la decisión estratégica tomada por el Gobierno.

Actualmente, el nuevo Gobierno mantiene negociaciones con el país asiático para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio (TLC). Ahora bien, Panamá cuenta con productos claves para el mercado chino como, por ejemplo, café, piña, camarón, carne, entre otros, pero ¿Está listo el país para asumir ese mercado sin afectar el mercado local?

Se puede abastecer una parte del mercado de la República Popular de China, aprovechando que existe un déficit que requiere atención. Para ello, se requiere pensar en un modelo de negocio con economía de escala para que

generen un volumen muy atractivo que cumpla con las necesidades de la exportación sin afectar a la población local.

Panamá debe comenzar por realizar un análisis de mercado al país al que se desea exportar para incrementar la posibilidad de éxito. Para ello, es importante tener definido los siguientes aspectos:

- Conocer qué tan sincronizados están el Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) y el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) para optimizar la materia en estudio pensando en un mercado asiático. Estas instituciones son actores importantes que pueden generar valor al proceso de exportación.
- Crear un proceso integral que permita la coordinación efectiva entre cada una de las instituciones involucradas como, por ejemplo, el Ministerio de Salud de Panamá (MINSA) con la Autoridad Nacional de Aduanas (ANA) y el MICI.
- Crear cultura de exportación y emprendimiento, inteligencia de mercado, políticas de estado que trasciendan gobiernos y leyes que incentiven a los productores.
- Desarrollar o promover la conciencia productora, estratégica, exportadora, innovación en tecnologías, automatización de los procesos.
- Minimizar los tiempos y optimizar los procesos de gestión administrativo para ser más competitivos, considerando todos los elementos para el acceso al gran mercado de china.
- Se debe resolver cada una de las brechas que existen y no remendar lo que no es funcional. Se requiere mano de obra calificada y dispuesta a participar en la producción, promoviendo el conocimiento de los nuevos procesos, qué lenguaje describe el etiquetado del producto, los recursos y herramientas que se necesitan.
- MELO & CÍA es una empresa panameña que cuenta con una experiencia en actividades exportadoras a China. Son conocimientos que se pueden aprovechar; elementos que pueden promover al desarrollo productivo.

- Buscar y crear un Estado eficiente y dinámico. Aunque la burocracia conlleva el orden, todo en exceso hace daño. Debe existir una flexibilidad a través de la eficiencia y optimización de los procesos que evite la duplicidad de funciones, agilizar para darle mayor movilidad cuidando siempre las normas y regulaciones de salud, establecer una matriz de prioridades, facilitar el proceso bajo un control efectivo y el uso correcto de la tecnología.

En definitiva, si Panamá crece en exportaciones, aumentará la oferta de empleos, tendrá acceso a nuevos mercados, crecerá en divisas y se posicionará como una marca país más competitiva en el mercado. Para ello la asociación pública-privada es pieza clave para definir el camino que Panamá debe tomar.

### **2.5.2 Economías de Escala y la Internacionalización.**

En una publicación de la Expansión por Marga Catillo, hace referencia a la teoría de la globalización de Paul Krugman, un economista estadounidense, quien se basa en la idea de que todos los productos y servicios se pueden producir a bajos costos en grandes cantidades, una característica de las economías de escala, dada la alta demanda de los consumidores. En consecuencia, la producción de las economías locales está siendo gradualmente reemplazada por la producción a escala mundial, dominada por las empresas que elaboran productos ya presentes en el mercado, pero con una propuesta de valor diferenciadora que les permite competir.

Ahora bien, los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción básicos, sino por la adecuación de los distintos elementos que determinan la cadena de valor de las empresas que estimulan la economía a través de las actividades comerciales en las que se especializan. Sus estrategias comerciales, la efectividad de sus procesos, el manejo de los recursos, entre otros aspectos, definen la calidad y rentabilidad del negocio.

En otro artículo publicado en el año 2019 por Redacción APD, describen que las economías de escala han permitido que las sociedades de consumo

actual hayan llegado a niveles eficientes y productivos. Es un modelo de negocio que busca minimizar los costos de producción masiva, cuya estrategia se dirige a incrementar el rendimiento operativo de la empresa. ¿Cómo se logra? A través de la inversión con el objeto de aumentar la capacidad productiva y de esa manera reducir los costos que genera la cadena.

Cuando una compañía ha llegado a su nivel óptimo de producción, se puede definir bajo una economía de escala. Para ello, su enfoque debe estar dirigido a una actividad específica; cuanto mayor sea su producción, menor será el costo unitario de su producto, obteniendo como resultado el crecimiento del negocio al disponer de un mayor margen de ganancia y adquirir ventaja competitiva en el mercado.

Bajo este contexto, para hacer posible una economía de escala, la visión de toda empresa siempre debe estar enfocada a expandirse internacionalmente. ¿Por qué? Porque es posible que el país de origen pueda estar expuesto a diversas circunstancias económicas, políticas, financieras, sociales, entre otros factores que promuevan la necesidad de operar en otros mercados internacionales. Sin embargo, independientemente del escenario que se presente, es necesario diversificar el riesgo financiero con el objeto de minimizarlo.

Otro momento u oportunidad de considerarlo es si se tiene un inventario que exceda la demanda del país origen o que un producto tenga un mayor impacto afuera. En este caso, habría que evaluar y calcular el costo oportunidad que esta decisión representaría.

Ahora bien, se tienen distintos elementos y características que determinan una economía de escala, por ejemplo:

- La especialización en una actividad comercial.
- La división de trabajo, permitiendo producir más en un menor tiempo, lo que a su vez conlleva un menor costo de producción.
- Los métodos de intercambio comercial que emplean.
- La producción en cadena bajo procesos eficientes.

- La reducción de los costos de producción.
- La distribución eficiente de los recursos.
- La aplicación adecuada de la tecnología.
- La penetración de nuevos mercados con la diversificación de la oferta.
- La determinación de los costos fijos, variables y semifijos, donde el costo variable debe aumentar en la misma proporción al aumento de la producción.
- Una mejor posición de negocios con entidades financieras.

Por su parte, el Prof. Carlos Aguirre de la Universidad ESAN describe en una de sus publicaciones del año 2014 que: “Paul Krugman sostiene que parte del comercio internacional, especialmente entre países parecidos, es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escala crecientes. La competencia imperfecta como la competencia monopolística implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados”.

Las economías de escala representan un menor costo unitario en la producción de grandes volúmenes. Esto permite que empresas productoras semejantes en diferentes países compitan bajo un esquema de producción eficiente.

La influencia que tienen las economías de escala en el comercio internacional se observa en la interacción global. La internacionalización y el acceso a nuevos mercados definen un camino muy importante para que las empresas ganen competitividad; es un paso clave para alcanzar las distintas sociedades que demandan soluciones a sus necesidades. La competitividad logística es uno de los motores productivos de apoyo al comercio internacional como factor determinante para el desarrollo de las economías.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO O METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo de Investigación.

Existen diversos esquemas de la clasificación de la investigación científica, de los cuales se desprenden criterios significativos y determinados para cada tipo de investigación. La presente investigación de acuerdo con la fuente originaria de información es una investigación de carácter Documental puesto que la misma se nutre de los estudios y análisis ya realizados y viene a unificar los diversos criterios que se manejan en las Ciencias Económicas y que son relativos a la economía panameña.

El artículo 10 del Manual de Trabajo de Grado y Tesis Doctoral de la Universidad Doctor Rafael Beloso Chacín dice:

Se entiende por investigación documental, el estudio de problemas con propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en fuente bibliográfica y documentales. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, conclusiones, recomendaciones y, en general, el pensamiento del autor de la investigación. (p. 3)

Según los propósitos de aplicación inmediata o no de los resultados obtenidos la presente se enmarca en la investigación pura o básica ya que se realiza con la finalidad de aumentar los conocimientos en la Teoría Económica unificando los criterios que se han desarrollado a lo largo de la historia en cuanto a su relación y aplicación actual con la economía.

De acuerdo con los objetivos de la investigación se califica descriptiva, buscando señalar sistemáticamente las relaciones de asociación que se presentan entre la Competitividad y la Economía panameña (Ciencias Económicas) visto los anteriores tópicos como factores o variables de la investigación individual o colectivamente considerados. (Finol y Nava 1996).

Si bien es cierto que la investigación entra dentro de los parámetros de la Competitividad, no se puede dejar de lado que esta forma parte de la Teoría Económica.

### 3.2 Diseño de la Investigación.

El plan de acción de la presente investigación se encuentra detallado con las actividades que se han de realizar para poder llegar a los objetivos específicos. (Ver Cuadro Nro.7)

**Cuadro Nro.7 Plan de Acción del Equipo de Investigación.**

OBJETIVOS	ACCIONES
<p>Describir el Entorno Económico Internacional de Panamá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de datos bibliográficos mediante informes suministrados por el Foro Económico Mundial.</li> <li>• Revisión de los resultados obtenidos en reportaje de medios de comunicación social.</li> </ul>
<p>Estudiar la Evolución del Desempeño de la Economía de Panamá Durante el Período 2008 - 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de datos bibliográficos mediante informes suministrados por el Foro Económico Mundial.</li> <li>• Revisión de los archivos suministrados por el Ministerio de Comercio e Industrias de la República de Panamá.</li> <li>• Revisión de los resultados obtenidos en reportaje de medios de comunicación social.</li> </ul>
<p>Analizar la Evolución de las Exportaciones de las Empresas Exportadoras Panameñas en la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de datos bibliográficos mediante informes por la Contraloría General de la</li> </ul>

Última Década.	República de Panamá.
----------------	----------------------

**Fuente:** Elaboración propia del Equipo de Investigación (2019).

### 3.3 Métodos y Técnicas de Recolección de Información.

Para el logro de los objetivos propuestos, se realizó la reunión de los datos que constituyeron la materia prima de la investigación, a través del Método de la Observación Directa de los fenómenos que se han presentado sobre la economía en materia de normativa comercial, así mismo, existen y pueden ser divisados en la actualidad los que no pueden ser apreciados por los sentidos y han traído consecuencias documentadas que pueden ser estudiadas y analizadas a través de la Observación Documental.

Los documentos a los que se hace referencia son:

- Libros Físicos y Digitales: las fuentes documentales que más se utilizaran en la investigación, entre ellos libros de texto, diccionarios, enciclopedias, así como obras de colección.
- Publicaciones Periódicas: como las publicaciones oficiales de los entes del Estado o noticieros nacionales.
- Instrumentos Legales: Constitución Política de la República de Panamá, Código Civil de la República de Panamá, Ley de Sociedades Anónimas de Panamá, entre otras leyes especiales de naturaleza mercantil.
- Manuales e Instructivos: reglas para presentación de Trabajos de Grado.
- Documentos Públicos: Informes de la Contraloría General de la República de Panamá, del Foro Económico Mundial y el Centro Nacional de Competitividad.

Para poder recopilar la información necesaria en el proceso de indagación, se realizó una selección y evaluación preliminar del material encontrado que pudiera formar parte de la investigación. Finol y Nava (1996), consideran que:

La selección y evaluación del material disponible requiere de un conocimiento previo, tanto del problema que se investiga como de los lugares donde posiblemente se encuentra el material ciertamente valioso. De allí que la selección y evaluación exige una lectura exploratoria y una cala de la documentación existente a fin de ubicar la información necesaria para la comprobación de las hipótesis planteadas. (p.70)

Por ello, para realizar la selección y evaluación regirá el modelo establecido en el diseño de la investigación, donde se establece un plan de acción o de actividades tomando en cuenta cada objetivo específico.

Esta compilación de datos se realizó de forma material y electrónica gracias al uso de recursos como las tecnologías de la información, un sistema computarizado de archivo de datos que facilitó la búsqueda de la información y la organización con un respaldo en electrónico que aumenta la seguridad en la conservación de la información.

### **3.4 Métodos y Técnicas de Análisis de la Información.**

Una vez registrado los datos que conforman el material recolectado para la investigación, se realizó un análisis documental de los mismos, especial y necesariamente sobre su contenido más que en su forma o aspecto externo.

El motivo de la selección del Método de Análisis Documental se debe a que éste asegura la objetividad a la hora de la interpretación de los resultados extraídos con la información y garantizando que cuando estos sean sometidos a comparación con otros datos, y a ser relacionados se realizó un aporte vacío, impreciso y lleno de subjetividad por parte de los autores.

El análisis crítico de las diversas posiciones doctrinales a los que fueron objeto la investigación, ameritan la mayor seriedad a la hora de poder afirmar una determinada premisa que lleve a conclusiones erradas de la argumentación silogística utilizada para lograr dicho análisis.

Además, se usó el resumen que según Godoy (1998) “Es una técnica que consiste en expresar con palabra propias, en forma abreviada, los aspectos

o ideas más importantes del material leído; pero sin desvirtuar la idea esencial de lo que el autor quiere expresar, manifestar o decir.” (p. 36)

### **3.5 Procedimientos de la Investigación.**

La presente investigación, comenzó con la selección del problema a plantearse. En esta primera etapa del procedimiento, los autores se inclinaron a la directriz de la Teoría Económica, y sus diversos componentes, en este caso, la Competitividad, en conjunto con los elementos centrales del Desempeño Económico (PIB) y el Entorno Económico Internacional de Panamá, los cuales describen el impacto del primer elemento en la sociedad panameña.

El Capítulo 1 consistió en ordenar las ideas que configuren el planteamiento del problema y así lograr ser plasmado con claridad tal que permitió ser formulado con precisión, una vez formulado se trazaron los objetivos de la investigación, estos se materializaron en tres objetivos específicos que señalaron el camino necesario y requerido para poder llegar a un objetivo general.

Ya identificado los objetivos se justificó el tema de la investigación y se delimitó espacial y temporalmente. Ahora bien, superada la conformación general de la investigación se procedió a la búsqueda de los antecedentes históricos de la misma, en esta fase del proceso, se indagó con la revisión de los archivos digitales de los diversos organismos del Estado e Instituciones Internacionales, sobre quiénes habían investigado en el pasado en esta línea de investigación, encontrándonos con un escaso número de antecedentes lo que resalta la poca labor investigativa en el tema, esto demostró el carácter novedoso y original del paradigma planteado.

Posteriormente en el Capítulo 2 se realizó una compilación de las teorías sobre el tema, bien que tocan directa o indirectamente el problema y que en consideración de los autores son determinantes para la consecución de los objetivos, aquí la literatura del conocimiento científico a nivel general, a nivel especial, sobre las ramas de la Ciencia y sobre las ciencias económicas dieron un aporte trascendental.

Vista la complejidad de las acepciones, el equipo investigador se vio en la necesidad de incluir un punto para la definición de términos básicos. Finalizando con los criterios de explicación científica que ameritan un sistema de categorías según el modelo de Finol (2002), donde se detallan por cada objetivo específico las categorías y subcategorías con sus respectivas unidades de análisis, que sirven de referencia para el desarrollo y análisis de los resultados obtenidos a través de la apreciación de la información recolectada.

Una vez recolectado los datos y vaciados en el sistema de la investigación, comenzó el proceso de selección de la información recolectada para ser leída, estudiada y analizada en el desarrollo de esta sección como parte del análisis de los resultados.

A continuación, en el Capítulo 3 se estableció el Marco Metodológico de la investigación, el cual recoge la ardua tarea de la recolección de los datos para la investigación en las distintas organizaciones proveedoras de la información necesaria, y que han sido señaladas en el diseño de la investigación.

Transcrito el análisis, se formularon las conclusiones de la investigación tomando en cuanto cada objetivo específico y posteriormente se hizo especial referencia al objetivo general, y luego se hicieron las recomendaciones pertinentes.

## CONCLUSIONES

Las empresas no deben de ver sus áreas como independientes unas de las otras, todo lo contrario, se deben ver como organismos interdependientes que hacen parte de uno mismo ente. Para una mayor competitividad en la cadena de suministros de las empresas exportadoras, muchos países están adoptando políticas que favorecen el intercambio de productos.

La competitividad y eficiencia de un país se consigue mejorando todos los procesos implicados en la cadena de suministro. Una parte le corresponde al Gobierno aplicando políticas para reducir las barreras y otra a las empresas mejorando sus procesos internos.

Las empresas van a requerir profesionales con altos conocimientos de comercio internacional para una logística eficiente. El comercio exterior es un elemento clave en el futuro de la economía, los servicios logísticos, las aduanas y el transporte internacional son variables determinantes en la competitividad del comercio exterior.

Para alcanzar y mantener la competitividad en un país debe existir interacción entre los elementos considerados como los principales pilares, siendo estos, el sector empresarial, el entorno económico general y la política macroeconómica del gobierno.

Las principales fortalezas del país están en su Estabilidad Macroeconómica, el Sistema Financiero, la Salud, así como el pilar Infraestructura, sin embargo, esta última se cuestiona por tener grandes oportunidades de mejora e inversión, puede parecer mentira por la gran cantidad de construcciones en curso, pero un número de obras se encuentran detenidas o proyectos a la espera de aprobación, no obstante, ese pilar está golpeando a Panamá en la medición anual.

De igual manera se encuentran los pilares: Instituciones y Educación fuentes claves para promover e impulsar otras áreas de competencia, pero que presentan niveles críticos que impiden el desarrollo del país.

Ahora bien, ¿Por qué no exportamos más con las características socioeconómicas que tiene Panamá? La causa de ello es la falta de cultura de exportación, inteligencia de mercado, políticas de estado que trasciendan gobiernos, leyes que incentiven a los productores.

En adición, el informe revela que los panameños consultados consideraron como el principal factor problemático para hacer negocios a la burocracia, seguido de la corrupción y la inadecuada preparación de la fuerza laboral. El resto de los factores problemáticos para completar la lista de los primeros seis son: las regulaciones laborales, la pobre ética de la fuerza laboral y el crimen.

El comercio contribuye al aumento de la riqueza; es el camino para dar inicio al desarrollo de las bases económicas de cualquier país. Las necesidades de cada país representan numerosas oportunidades para otros, donde el comercio juega un papel importante para el desarrollo de una sociedad a través de los intercambios comerciales que surgen entre ellos; su objetivo es que esta pueda alcanzar una calidad de vida adecuada a sus necesidades y aspiraciones.

Ahora bien, dichas bases económicas forman parte del músculo país que alimenta su economía y facilita la inversión en los distintos sectores económicos que la determinan, el acceso a otros mercados internacionales y su financiamiento interno para desarrollar su crecimiento social, educativo, tecnológico entre otros pilares que la conforman.

El aumento de la riqueza depende de la capacidad de producción que tiene un país; de sus relaciones sociales, políticas y comerciales. Su economía debe estar bajo una balanza comercial equilibrada, con políticas y procesos adecuados para el desarrollo de la nación, permitiéndole beneficiarse de las ventajas derivadas de la especialización, diferenciación y de las economías de escala de los procesos económicos, aportando valor directamente al PIB, mitigando el nivel de pobreza y aumentando su nivel competitivo a nivel mundial.

## RECOMENDACIONES

Para Panamá sostener un crecimiento alto e inclusivo a mediano y largo plazo requerirá responder a grandes limitaciones. Éstas incluyen: mejorar la educación y destrezas del país, así como infraestructura y eficiencia de las instituciones públicas.

Los resultados reflejan, entre otros, la necesidad de redoblar esfuerzos para mejorar la calidad de la educación que respalde las capacidades individuales acorde a las demandas del mercado laboral; optimizar los sistemas de salud, suprimir la corrupción, desarrollar la infraestructura, cuidar el medio ambiente, promover la cultura; automatizar los procesos de las instituciones públicas y fortalecer la integridad resaltando la transparencia y rendición de cuentas.

Por su parte, el sector tecnología es otro de los pilares que se debe fortalecer, incrementar la capacidad de generar ideas innovadoras y disruptivas que permitan el nacimiento de nuevos modelos de negocio, aun así, Panamá sigue formando parte de una de las economías más competitivas de la región de Latinoamérica.

La aplicación adecuada de herramientas para la gestión logística ofrece una mejor visibilidad y eficiencia de los procesos que determinan la cadena de suministro. De igual manera, se debe promover la integración y coordinación, mediante el fomento de la colaboración entre proveedores y clientes. Promover y adoptar estrategias para la automatización y simplificación de los procesos de comercio exterior e impulsar la participación de organismos.

Por otro lado, construir un sistema de información sobre las experiencias y los avances de la digitalización de los trámites de comercio exterior y mejorar la competitividad de la oferta panameña de bienes y servicios, con miras a potenciar su acceso efectivo al mercado internacional, son factores claves que pueden llegar a marcar la diferencia.

Incrementar o renovar acciones en las líneas críticas indicadas en el informe del Índice de Competitividad Global (ICG), contribuirían a promover un

desarrollo sostenible; mantener la atractividad del país; mejorar la competitividad relativa y promover la inversión (extranjera y local) lo que al final se traduce en un mayor bienestar de los ciudadanos.

Como pieza clave para una economía próspera, el desarrollo y la apertura financiera, en el caso de Panamá, ha sido una de las principales fortalezas de la economía. Sin embargo, por los distintos acontecimientos (inclusión en listas grises, escándalos internacionales vinculados a empresas locales), es necesario mantener la fortaleza del sistema financiero mediante regulaciones prudentes y oportunas, además de aprovechar la coyuntura para mostrar al mundo las bondades y realidades de un centro financiero que está integrado al resto del mundo.

Panamá urge de una política más agresiva, inversiones, austeridad, controlar la corrupción, buscar un mecanismo en cuanto a educación y tecnología, tomar medidas en cuanto al sistema de salud, incentivar al graduando a que expandan sus conocimientos.

Las conexiones geográficas necesitan desarrollarse de una forma más eficiente para facilitar la conectividad, disminuya los costos de transporte, el movimiento de bienes y personas, así como la transferencia de información dentro y fuera del país; dar acceso a la energía bajo un servicio administrable con un alcance a las zonas menos privilegiadas.

## LISTA DE FUENTES DE INFORMACIÓN

- Revistas Digitales: **Centro Nacional de Competitividad.**

(09/2009) **Resultados de Panamá según el Índice De Competitividad Global del Foro Económico Mundial 2009 - 2010.** Panamá, Panamá: Edición Nro.10.

Recuperado de:

<http://cncpanama.org/cnc/index.php/cad/category/130-medicion-e-indicadores?download=1349:competitividad-al-dia-no-010-resultados-de-panama-segun-el-indice-global-2010-2011> [consulta 09 de diciembre de 2019]

(09/2012) **Resultados de Panamá según el Índice Global De Competitividad del Foro Económico Mundial 2012 - 2013.** Panamá, Panamá: Edición Nro.114.

Recuperado de:

<https://cncpanama.org/phocadownload/Competitividad%20al%20Dia%20No.%20114%20-%20Resultados%20de%20Panama%20segun%20el%20Indice%20Global%20de%20Competitividad.pdf.pdf> [consulta 09 de diciembre de 2019]

(09/2013) **Resultados de Panamá según el Índice Global De Competitividad del Foro Económico Mundial 2013 - 2014.** Panamá, Panamá: Edición Nro.153.

Recuperado de:

<https://cncpanama.org/phocadownload/Competitividad%20al%20Dia%20No.%20153%20Resultados%20de%20Panama%20segun%20el%20Indice%20Global%20de%20Competitividad%20del%20FEM%202013-2014.pdf> [consulta 09 de diciembre de 2019]

(10/2015) **Resultados del Índice de Competitividad Global (2015 – 2016) del Foro Económico Mundial.** Panamá, Panamá: Edición Nro.238. Recuperado de:

<http://www.cncpanama.org/cnc/index.php/cad/category/130-medicion-e-indicadores?download=1790:competitividad-al-dia-no-238-resultados-del-indice->

[de-competitividad-2015-2016-del-fem.](#) [consulta 09 de diciembre de 2019]

(29/09/2017) **Resultados del Índice de Competitividad Global (2017 – 2018) del Foro Económico Mundial.** Panamá, Panamá: Edición CaD Nro.331.

Recuperado de:

<http://www.cncpanama.org/cnc/index.php/cad/category/130-medicion-e-indicadores?download=2084:competitividad-al-dia-no-331-resultados-indice-de-competitividad-global-2017-2018-del-fem> [consulta 09 de diciembre de 2019]

(11/10/2019) **Resultados del Índice de Competitividad Global 4.0 (ICG 4.0) - 2019.** Panamá, Panamá: Edición CaD Nro.387. Recuperado de:

<https://cncpanama.org/cnc/index.php/cad/category/130-medicion-e-indicadores?download=2410:competitividad-al-dia-no-387-resultados-del-indice-de-competitividad-global-4-0-2019> [consulta 09 de diciembre de 2019]

- Documentos Digitales: **Dialnet.**

**MAYORGA J. y MARTÍNEZ C.** (18/03/2008) **Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional.** Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4547087> [consulta 11 de diciembre de 2019]

- Publicaciones Digitales: **ESAN; EAE Business School; Georgia Tech Panama Logistics Innovation and Research Center; Foro Económico Mundial; Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica.**

**AGUIRRE C.** (24/02/2014) **La Contribución de Paul Krugman a la Disciplina Económica y su Impacto en el Quehacer Global.** Recuperado de:

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/24/contribucion-paul-krugman-disciplina-economica/> [consulta 11 de diciembre de 2019]

(04/03/2015) **Ventajas de la Economía de Escala**. Recuperado de:  
<https://retos-directivos.eae.es/ventajas-de-la-economia-de-escala/> [consulta 11 de diciembre de 2019]

**FORO ECONÓMICO MUNDIAL. Ficha Técnica Índice de Competitividad Global 4.0**. Recuperado de:  
[https://logistics.gatech.pa/bundles/docs/indicators/ficha\\_gci\\_es.pdf](https://logistics.gatech.pa/bundles/docs/indicators/ficha_gci_es.pdf) [consulta 09 de diciembre de 2019]

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO DE PANAMÁ (INEC)**. (12/2018) **Estadísticas de Exportación**. Recuperado de:  
<https://logistics.gatech.pa/es/trade/exports> [consulta 10 de diciembre de 2019]

**WHITING K.** (16/10/2018) **Estas son las Economías más Importantes del Mundo**. Recuperado de:  
<https://es.weforum.org/agenda/2018/10/estas-son-las-economias-mas-competitivas-del-mundo-ce78292b-e64e-437f-97e7-8a302cdf9c3d/> [consulta 13 de diciembre de 2019]

**Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial**. Recuperado de:  
<https://www.gob.mx/se/mexicocompetitivo/articulos/indice-de-competitividad-global-del-foro-economico-mundial-181433?state=published> [consulta 13 de diciembre de 2019]

- **GARCÍA, A.** (01/10/2018) **China en América Latina, según Estados Unidos**. Recuperado de:  
<https://www.celag.org/china-america-latina-segun-eeuu/> [consulta 13 de diciembre de 2019]
- Periódicos Digitales: **La Estrella de Panamá; Expansión; Telemetro; Canal**

**RPC; El Capital Financiero.**

**DURÁN R.** (12/09/2019) **La Importancia de las Exportaciones en Panamá.**

Recuperado de:

<https://www.laestrella.com.pa/economia/190912/panama-importancia-exportaciones> [consulta 13 de diciembre de 2019]

**HOLDER E.** (15/01/2018) **Es un Problema Cultural.** Recuperado de:

<https://www.laestrella.com.pa/opinion/columnistas/180115/problema-cultural> [consulta 14 de diciembre de 2019]

**CASTILLO M.** (13/10/2008) **La Teoría de la Globalización de Krugman Gana el Nobel de Economía.** Recuperado de:

<https://www.expansion.com/2008/10/13/portada/1223896415.html> [consulta 11 de diciembre de 2019]

**DE LA ROSA, D.** (21/03/2018). **Panamá sin límites: Marcas panameñas, exportando para el mundo.** Recuperado de:

[http://www.telemetro.com/nacionales/reportajes/Panama-limites-Marcas-panamenas-exportando\\_3\\_1119518095.html](http://www.telemetro.com/nacionales/reportajes/Panama-limites-Marcas-panamenas-exportando_3_1119518095.html) [consulta 14 de diciembre de 2019]

**DEBATE ABIERTO.** (22/03/2018). **¿Cuál es el efecto de las exportaciones en la economía?** Recuperado de:

[http://m.rpctv.com/debateabierto/efecto-exportaciones-economia\\_3\\_1119818008.html#.WrPKzqXoFu0.whatsapp](http://m.rpctv.com/debateabierto/efecto-exportaciones-economia_3_1119818008.html#.WrPKzqXoFu0.whatsapp) [consulta 14 de diciembre de 2019]

**DÍAZ S.** (11/07/2018). **TLC con China genera temor en los exportadores panameños** Recuperado de:

<https://elcapitalfinanciero.com/tlc-con-china-genera-temor-en-los-exportadores-panamenos/> [consulta 14 de diciembre de 2019]