



## Facilitación del Comercio en Panamá

*Por: Roger Durán  
Analista del CNC*

### Facilitación del Comercio en Panamá

Este artículo tiene como objetivo evaluar la importancia que tiene sobre la economía de un país la facilitación del comercio como elemento fundamental para su desarrollo, y en particular analizar el caso Panamá en materia de comercio.

La literatura económica destaca la inequívoca y estrecha correlación entre el nivel de comercio exterior de un país y su desarrollo tal que, a mayor comercio exterior o nivel de apertura, mayor su crecimiento y consiguiente potencial de desarrollo. En el caso específico de Panamá, dada su ventajosa posición geográfica propensa al comercio, resulta de crucial importancia promover una facilitación del mismo.

La facilitación del comercio de paso presenta dos grandes componentes: la primera atañe el elemento “duro” es decir las infraestructuras físicas como tal que abarca por ejemplo el sistema multimodal del transporte, que incluye a su vez el sistema ferroviario, aéreo, carretero, marítimo, así como la disponibilidad por ejemplo en el caso específico de Panamá del Canal --lo cual entraña por supuesto su ampliación.

Esto último de paso encierra la necesidad de reforzar las infraestructuras de ciertas entidades públicas que intervienen en el proceso de comercio exterior que incluyen como veremos en el caso de Panamá su Sistema Aduanero. Por otra parte, está el aspecto “suave” que atañe los mecanismos, normativas y regulaciones así como procesos y organizaciones institucionales.

Precisamente, el Foro Económico Mundial genera el Índice de Facilitación al Comercio (ETI por sus siglas en inglés) el cual evalúa la capacidad, factores y políticas que facilitan u obstaculizan el flujo de bienes del mercado local hasta su lugar de destino y viceversa, indicador que sirve de referencia para que los países conozcan sus debilidades y fortalezas, y aumenten sus esfuerzos en hacer más competitivos sus procesos de comercio.

En tal sentido, Panamá ocupaba en el 2013 la posición 52 de dicho índice lo cual representó una mejora de 8 posiciones respecto de la medición anterior (2012); además alcanzó la cuarta posición en América Latina, y la segunda en Centroamérica.

La evaluación por su parte destaca que Panamá presenta fortalezas en materia de Infraestructura y Ambiente de Negocios, obteniendo las posiciones 45 y 38 respectivamente, donde el país ganó 28 escaños en el último año. De paso entre más se acerca la calificación a 1 mejor es la posición del país. Sin embargo, presenta áreas que requieren ser reforzadas

como el Acceso a los Mercados y la Administración Fronteriza donde el país obtuvo una posición 73 y 55 respectivamente.

En dicho sentido, Panamá requiere por ejemplo mayores avances en fortalecer los vínculos entre las diversas instituciones involucradas en el proceso que incluyen sus aduanas, puertos, aeropuertos, entre otros.

Igualmente incluye simplificar (reducir) burocráticamente algunas disposiciones que son redundantes principalmente en cuanto al papel que cumplen las aduanas a donde se requiere el señalado mejoramiento de sus infraestructuras --sobre todo a nivel fronterizo, así como de las respectivas regulaciones lo cual podría facilitar el tránsito de pasajeros y de carga.

La modernización de Aduanas además implica establecer horarios 24/7, así como redoblar los mecanismos e incentivos para erradicar la corrupción. Otro elemento en materia de trámites es la creación y perfeccionamiento del concepto de la ventanilla única para agilizar y dinamizar el trámite inherente a los procesos de importación y exportación.

Resulta por ende indispensable que Panamá pueda maximizar o potenciar su capacidad de comercio mediante políticas que agilicen y reduzcan los costos de transacción para efectos de las operaciones tanto de importación como de exportación y así dar curso al óptimo aprovechamiento de su favorable posición geográfica ubicada en el mismo centro del Hemisferio Americano.