



EL CLÚSTER MARÍTIMO PANAMEÑO: POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DE UN HUB LOGÍSTICO REGIONAL Y SU APROVECHAMIENTO PARA MEJORAR LAS EXPORTACIONES DE PANAMÁ

Por: Rodolfo Sabonge | Miembro de la Junta Directiva de la Cámara Marítima de Panamá

E-mail: rodosabocho@gmail.com.

Recibido: Mayo de 2017

Aceptado: Junio de 2017.

Resumen

La privilegiada posición geográfica de Panamá, junto con su infraestructura marítima, son de crucial importancia para el comercio internacional y para la economía panameña. Esto se debe principalmente al Canal de Panamá y al tráfico que conecta una buena parte del hemisferio norte; entre el este, oeste, norte y sur, pero más importante entre una de las rutas de más densidad de carga, la de Asia con la costa este de los Estados Unidos y Europa. Regionalmente, el Canal de Panamá representa un centro de conectividad estratégico ya que provee acceso a más de 1,700 puertos semanalmente, y domésticamente para Panamá, la región interoceánica ha ganado importancia para la economía nacional pues los sectores marítimos y logísticos representan más del 33% del Producto Interno Bruto de Panamá, de acuerdo a mediciones realizadas por la firma consultora INTRACORP⁵ en el año 2014. El propósito de este artículo es examinar el clúster marítimo panameño, sus fortalezas y debilidades, y analizar la forma en que el mismo puede ser utilizado para el desarrollo de Panamá como un centro logístico regional que impulse y facilite las exportaciones panameñas.

Palabras claves: cluster, región interoceánica, conectividad, logística, Canal de Panamá, ventaja comparativa, hub logístico.

Abstract

Panama's privileged geographical position, together with its maritime infrastructure, are of crucial importance for international trade and for the panamanian economy. This is mainly due to the Panama Canal and the traffic that connects a good part of the northern hemisphere; Between the east, west, north and south, but more importantly among one of the most densely loaded routes; Asia with the east coast of the United States and Europe. Regionally, the Panama Canal represents a strategic connectivity center, providing access to

⁵El Sector Marítimo y algunas características del Entorno Económico de Panamá y su potencial de desarrollo. Rubén Lachman, Trabajo para la Cámara Marítima de Panamá, 2014.



more than 1,700 ports weekly, and domestically for Panama, the interoceanic region has gained importance for the national economy as the maritime and logistics sectors represent more than 33% of the Panama's gross domestic product, according to measurements made by the consulting firm INTRACORP (*for its acronym in Spanish*) in 2014. The purpose of this article is to examine the Panamanian maritime cluster, its strengths and weaknesses, and to analyze how it can be used for the development of Panama as a regional logistics center that promotes and facilitates panamanian exports.

Keywords: cluster, Interoceanic Region, connectivity, logistics, Panama Canal, comparative advantage, logistic hub.

Mucho se ha escrito sobre el Canal de Panamá en términos del porcentaje de comercio internacional que transita por el Canal, sus usuarios principales, rutas, mercaderías, etc. Pero poco se ha escrito sobre el papel que el Canal juega con respecto a las otras actividades marítimas que se han desarrollado en Panamá para proveer servicio a los buques que transitan por el Canal. En este sentido es importante recordar que un buque es un ente autónomo que debe operar y funcionar con un alto nivel de eficiencia y seguridad. Para lograrlo, los operadores del buque deben planificar muy bien los viajes, tomando en consideración todos los servicios requeridos durante las estadías de los buques en puerto. En este sentido, Panamá sirve como un excelente punto intermedio, en donde el buque puede abastecerse de combustible, avituallarse de suministros, hacer reparaciones pequeñas o de emergencia, cambiar de tripulación, etc. El Canal entonces, funciona como la principal atracción para que los proveedores de estos servicios funcionen desde Panamá como un clúster económico.

Según Porter:

Clústers son concentraciones de compañías e instituciones interconectadas que funcionan en una región geográfica. Los clústers comprenden una gran cantidad de industrias relacionadas y otras entidades que a su vez generan un ambiente competitivo saludable. Ellas incluyen, por ejemplo, proveedores de insumos especializados como componentes, maquinaria y servicios, y usualmente utilizan instalaciones e infraestructuras especializadas. Los clústers también, en muchos casos, integran verticalmente otros productos y servicios y lateralmente a fabricantes de productos complementarios y compañías con habilidades relacionadas, tecnologías o insumos comunes. Finalmente, muchos clústers incluyen instituciones gubernamentales y académicas, como universidades, centros de capacitación, y asociaciones gremiales- que proveen formación, educación,



información, investigación y apoyo técnico⁶.

El clúster marítimo de Panamá incluye los servicios de tránsito suministrados por el Canal, como también otros servicios provistos por el sector privado, como avituallamiento, mantenimiento, pilotaje, servicios de remolque y lanchas, astillero, agenciamiento, servicios legales, bancarios, seguros, rescate, administración de buques, dragado y quizás el más importante de todos, las terminales portuarias.

Una de las razones del éxito de los clústers, como nos dice Michael Porter se debe a que:

Los clústers promueven la competencia y la cooperación. Rivales compiten intensamente para ganar y preservar sus clientes. Sin esta competencia vigorosa, un clúster puede fracasar. Pero además de competir las empresas también cooperan entre sí. La competencia puede coexistir con la cooperación porque ocurren en diferentes dimensiones y entre diferentes jugadores.

...Un clúster entonces, es una alternativa a la organización de la cadena de valor." "...un clúster conformado de empresas e instituciones independientes, pero informalmente relacionadas representan una forma organizacional robusta que

ofrece ventajas en eficiencia, efectividad y flexibilidad.

El clúster marítimo de Panamá está agrupado en un gremio, la Cámara Marítima de Panamá⁷ que fue creada en 1960, y en la actualidad cuenta con más de doscientos setenta miembros. Este clúster representa cerca del 16% del Producto Interno Bruto de Panamá, y se puede decir que este clúster es el principal impulsor del sector logístico panameño. Y eso se debe a que por Panamá se intersectan más de 144 rutas de comercio y más de 30 servicios de línea de buques portacontenedores. La relación entre el Canal y los puertos de trasbordo es evidenciada por el hecho de que más del 77% de los buques portacontenedores que transitan el Canal de Panamá recalcan en esos puertos. Por lo que, gracias a interacción entre Canal y puertos, incluyendo el transporte terrestre vía ferrocarril o carretero, se puede decir que Panamá es el único puerto con acceso a dos océanos. Y la mejor forma de medir el valor de esta ruta y de la interacción con el canal seco panameño es viendo la resultante que es el Índice de Conectividad de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (por sus siglas en inglés UNCTAD), mostrada en la tabla⁸ a continuación:

⁶Clusters and the New Economics of Competition, Michael E. Porter, Harvard Business Review, 1998.

⁷http://www.camaramaritima.org.pa/?page_id=2295

⁸<http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/downloadPrompt.aspx>



Tabla 1
Índice de conectividad de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Economía	Año				2016
	2012	2013	2014	2015	
China	156.19	157.51	165.05	167.13	167.48
Singapur	113.16	106.91	113.16	117.13	122.7
S. Korea	101.73	100.42	108.06	113.2	115.61
Malasia	99.69	98.18	104.02	110.58	106.79
China	117.18	116.63	115.99	116.76	101.02
E.E.U.A.	91.7	92.8	95.09	96.74	98.7
Alemania	90.63	88.61	93.98	97.79	97.75
U.K.	84	87.72	87.95	95.22	97.23
Netherlands	88.93	87.46	94.15	96.33	95.73
Bélgica	78.85	82.21	80.75	86.96	88.64
España	74.44	70.4	70.8	84.89	86.13
Francia	70.09	74.94	75.24	77.06	83.9
Japón	63.09	65.68	62.14	68.82	78.9
Taiwan	66.62	64.23	75.38	76.22	75.75
U.A.Emirates	61.09	66.97	66.48	70.4	70.57
Italia	66.33	67.26	67.58	67.43	67.41
Marruecos	55.09	55.53	64.28	68.28	64.72
Sri Lanka	43.43	43.01	53.04	54.43	63.21
Viet Nam	48.71	43.26	46.08	46.36	62.84
Egipto	57.39	57.48	61.76	61.45	62.5
S. Arabia	60.4	59.67	61.25	64.83	61.79
Suecia	49.45	42.32	54.9	55.95	58.84
Malta	45.02	49.79	50.51	54.68	57.68
Dinamarca	44.71	38.67	51.96	52.28	54.85
Panamá	42.38	44.88	43.65	45.59	53.42
Colombia	37.25	37.49	33.13	42.25	52.98
Polonia	44.62	38.03	51.08	51.19	52.5
México	38.81	41.8	40.09	42.95	50.88

Fuente: unctad.org

En donde Panamá ocupó la posición número 32 en el año 2016, primera en Latino América, sólo debajo de los Estados Unidos en América. De

ahí que la conectividad es la principal ventaja competitiva de Panamá y se debe fundamentalmente a su clúster marítimo, ya que a través de la conectividad que ofrece Panamá, el comercio que utiliza a Panamá para trasbordo logra acceso a cientos de destinos semanalmente, con lo que llegan a esos mercados a nivel global.

La conectividad, de acuerdo a la forma en que la mide la UNCTAD, es función de varios factores, entre ellos el número de buques, la capacidad de los buques en (TEUS), el número de navieras que llegan a Panamá, y el tamaño máximo de buques que pueden recalar. Todos los factores son de índole marítimos. Es casi seguro que el índice de conectividad panameño va a mejorar el próximo año, gracias a la ampliación del Canal de Panamá que ahora permite el tránsito de buques de mayor tamaño.

Tal como hemos indicado antes, la conectividad brinda acceso a los mercados globales, lo que aumenta el potencial de Panamá para transformarse en un hub logístico regional. Pero para que Panamá logre su potencial al máximo, deben conocerse las implicaciones y expectativas del mercado con respecto a lo que es un hub logístico.

La definición de Google de logística es “la coordinación detallada de una operación compleja que involucra muchas personas, instalaciones, o suministros.” Otra definición es “la actividad comercial de transportar mercancías a sus clientes”. En otras palabras, asegurar que la mercancía llegue al lugar correcto, en el



momento correcto y sin defectos, (y al precio correcto).

Para analizar la situación actual de Panamá como un hub logístico debemos examinar de cerca los principales componentes del sistema logístico panameño. En el lado Atlántico, está la Zona Libre de Colón, tiene buen acceso a los puertos principales y al ferrocarril. Sin embargo, tiene muy pobre conectividad con la principal terminal aérea de Panamá: Tocumen. En el lado Pacífico, el problema es mucho más complicado. El acceso carretero es limitado, o mejor dicho muy congestionado a Panamá Pacífico, el ferrocarril solamente tiene acceso a la terminal de Panama Ports Company, mas no así a la de PSA. Y en general todos tienen pobre acceso a Tocumen, especialmente durante las horas pico de tráfico urbano.

¿Cómo puede Panamá aprovechar su clúster marítimo y logístico para mejorar y fortalecer su comercio exterior?

Primero que nada, Panamá debe analizar su potencial de producción. De acuerdo con estadísticas del Banco Mundial, Panamá exportó solamente 697 millones de dólares en 2015. De los cuales 206 fueron productos animales, 188 millones vegetales, 95 millones productos alimenticios, 7 millones minerales y el remanente lo conformaron productos misceláneos. Como base de comparación, para ese mismo año, Costa Rica, país vecino, exportó en 2015 9.5 billones, de los cuales 327 millones fueron productos animales, 2.6 billones fueron

vegetales, 1.3 billones fueron productos alimenticios, 26 millones minerales, 595 millones productos químicos, 614 plástico y caucho, 242 millones fueron materiales agrícolas 766 millones fueron maquinaria y electrónica.

El hecho es que, para que Panamá aproveche su privilegiada posición geográfica y su conectividad, debe primero ampliar su base productiva. Y para ello, debe hacer un análisis concienzudo de sus ventajas comparativas, y ser muy selectivo en las áreas en las que desea competir, tanto en calidad como en precio.

El otro elemento clave es integrar mejor el resto del país en el crecimiento económico que se ha concentrado en la región interoceánica, y eso se logra mejorando la infraestructura de transporte con el resto del país. Los costos de transporte y logística son una función del tiempo que toma transportar, y la única forma de reducir tiempo de transporte es mejorando las carreteras y los puentes, ferrocarriles e infraestructura portuaria, donde se justifique y se necesite.

La competitividad la determinan los costos de producción, de ahí que en ese análisis de las ventajas comparativas debe tomarse en consideración los costos de energía, agua, comunicaciones, mano de obra, etc. Adicionalmente, una estrategia bien planificada para el crecimiento de los sectores productivos de Panamá, debe partir por una mejor coordinación por parte de las instituciones gubernamentales en términos de precios y tarifas de



los factores de producción, su capacidad y precio.

En adición a los problemas de infraestructura de transporte, otros factores que afectan el potencial de crecimiento de las exportaciones son los trámites burocráticos, la falta de plataforma tecnológica robusta y costos gubernamentales que no contribuyen a hacer que los productos panameños sean competitivos dentro del contexto global.

El gobierno tiene un papel muy importante en: fortalecer las instituciones relacionadas al sector marítimo y logístico, mejorar la función de planificación y de inteligencia competitiva a nivel de la Autoridad Marítima de Panamá, del Ministerio de Comercio e Industrias, del Ministerio de Desarrollo Agropecuario, mejorando los procesos e integración de las áreas de aduanas, controles fitosanitarios, y lo más importante, priorizando los proyectos de infraestructura que pueden mejorar la eficiencia del transporte de mercancías desde y hacia los puertos. Finalmente, el factor fundamental de todo este proceso es lograr la inclusión social a través de la educación de calidad en todos los niveles en todo el país. La población de Panamá está demasiado concentrada en la región interoceánica y se necesita una

estrategia para desarrollar el resto de la geografía. La única forma es mejorando la infraestructura y la educación, para que la población logre mejorar la calidad de vida en todas las regiones.

Conclusiones

A través de los años, Panamá ha logrado ampliar y crecer sus sectores marítimos y logísticos para transformarse en un jugador de clase mundial a nivel global. Pero, para lograr sacar provecho de su privilegiada posición geográfica y de su conectividad, Panamá debe enfocar su desarrollo en su agroindustria y hacer las mejoras necesarias en las instituciones y procesos institucionales, y desarrollar la infraestructura necesaria para facilitar el movimiento de carga desde y hacia todas las latitudes de la geografía.

Referencias

- Lachman, R. (2014). Impacto del Sector Logístico y Marítimo Panameño en el Producto Interno Bruto. Intracorp: Panamá.
- Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition, Michael E. Porter, and Harvard Business Review: USA