

CUESTIONARIO SOBRE LA AYUDA PARA EL COMERCIO DIRIGIDO A LOS PAÍSES INTERLOCUTORES

Les aconsejamos que, antes de responder a este cuestionario, lean las notas explicativas que figuran en las páginas 10 y siguientes. Una vez rellenado, el formulario deberá remitirse por correo electrónico, antes del 20 de febrero de 2009, a aft.monitoring@oecd.org y aft.monitoring@wto.org. El cuestionario puede descargarse en el sitio Web de la OCDE, <http://www.oecd.org/dac/trade/aft>, o en el sitio Web de los Miembros de la OMC, <http://members.wto.org/members/>. Todas las casillas de este formulario pueden ampliarse.

1 ¿ESTÁ INCORPORADA LA ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN COMERCIAL DE SU PAÍS A UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO GENERAL?

P1.1 ¿Tiene su país un plan o estrategia nacional de desarrollo?

- Sí No

En caso AFIRMATIVO, ¿incluye este plan el comercio como instrumento de desarrollo y reducción de la pobreza? (Sírvanse marcar la casilla con la descripción más precisa entre las que figuran a continuación.)

- El comercio es una prioridad fundamental y el plan incluye prioridades y medidas de aplicación relacionadas con la integración comercial bien desarrolladas (sírvanse adjuntarlas).
- El plan menciona el comercio, pero no incluye objetivos y planes de acción operacionales.
- No.
- Otras opciones; sírvanse describirlas:
Se adjuntan en respuesta a la casilla marcada con una X los siguientes documentos: "Visión Estratégica de Desarrollo Económico y de Empleo hacia el 2009" y "La Estrategia Nacional de Comercio 2004-2009".

En caso de que el gobierno de su país NO tenga una estrategia o un plan nacional de desarrollo establecidos o de que en éstos no haya una presencia destacada del comercio, ¿existen otros planes o estrategias distintos que aborden objetivos relacionados con el comercio? (Si es necesario marque más de una casilla.)

- Las esferas prioritarias del gobierno no son objeto de manera sistemática de una estrategia documentada.
- En el presupuesto anual del gobierno.

- En diversas estrategias sectoriales (por ejemplo, una por cada ministerio competente o por cada sector). Sírvanse describirlas y adjuntarlas:
- En un único documento de estrategia de desarrollo del comercio/competitividad que abarca todas las prioridades relacionadas con el comercio de los diferentes departamentos gubernamentales (*sírvanse adjuntarlo*).
- Otras opciones; sírvanse describirlas:

En el caso de países menos adelantados que participan en el Marco Integrado mejorado (anteriormente Marco Integrado):

¿Reflejan el Estudio de Diagnóstico sobre la Integración Comercial (EDIC) y la Matriz de Acción la estrategia de integración comercial del gobierno de su país? (*Sírvanse marcar la casilla con la descripción más precisa entre las que figuran a continuación.*)

- El EDIC y la matriz de acción correspondiente reflejan bien las necesidades relacionadas con el comercio de mi país y las prioridades de su gobierno.
- El EDIC y la matriz de acción correspondiente reflejan en parte el análisis del gobierno de mi país acerca de las necesidades y las esferas prioritarias del comercio.
- El EDIC y la matriz de acción correspondiente no son (o han dejado de ser) una indicación adecuada de las necesidades y prioridades relacionadas con el comercio de mi país.
- El EDIC y la matriz de acción correspondiente no son en el momento presente una indicación adecuada de las necesidades y prioridades relacionadas con el comercio de mi país, pero están siendo actualizados.
- Otras opciones; sírvanse describirlas:

P1.2 ¿Cuáles son las esferas prioritarias de actuación de su gobierno destinadas a mejorar la capacidad de su país a beneficiarse de la expansión comercial e integración en la economía mundial?

(A continuación se enumeran las esferas más comunes, agrupadas por categoría general de ayuda; sírvanse indicar las 3 esferas prioritarias más importantes de las 12 enumeradas.)

Políticas y reglamentos comerciales	3 Análisis, negociación e implementación de políticas comerciales	Infraestructura económica	Infraestructura de red (energía, agua, telecomunicaciones)
	Costos de adhesión a la OMC		Otros tipos de transporte

	Facilitación del comercio		Infraestructura transfronteriza
Creación de capacidad de producción	1 Competitividad	Otras esferas	Costos del ajuste
	Cadenas de valor		Integración regional
	2 Diversificación de las exportaciones		Otras esferas (sírvense describirlas):

P1.3 ¿Tiene el gobierno de su país una estrategia operacional (acompañada de planes de acción, calendarios y presupuestos) para sus esferas prioritarias?

Prioridad 1: Competitividad: Creación de una herramienta para mejorar la competitividad de la oferta panameña de bienes y servicios Sí Se está formulando No

En caso afirmativo, o de que la estrategia se esté formulando, sírvanse describirla

- 1) Programa para el fomento de la competitividad (Compite Panamá): el objetivo general del Programa es aumentar la competitividad de las empresas panameñas. El objetivo específico del Programa es poner en marcha un proceso de generación de consenso que sirva para la formulación de estrategias y proyectos que fomenten la competitividad empresarial en sectores tales como: agroindustria, logística, tecnología y turismo, tanto a nivel nacional como a nivel de empresas.
- 2) Programa de apoyo a la competitividad de las MIPYMES.
- 3) Programa de desarrollo industrial competitivo.
- 4) Agenda complementaria: programa para la adecuación de Panamá a los compromisos adquiridos con los Tratados de Libre Comercio y desarrollo de una estratégica de creación de capacidades comerciales (Trade Capacity Building).
- 5) Programa Impulso Panamá: Continuación del Programa para el fomento de la competitividad.

Prioridad 2: Diversificación de las exportaciones: apoyo al sector exportador para el desarrollo de una oferta exportable diversificada con significativo valor agregado, de calidad, en volúmenes competitivos y con aplicación de tecnología. Sí Se está formulando No

En caso afirmativo, o de que la estrategia se esté formulando, sírvanse describirla

- 1) Programa Exporta: apoyo al desarrollo del sector exportador, con énfasis en productos no tradicionales con valor agregado y aplicación de tecnología. Potencia las exportaciones panameñas hacia nuevos mercados y promueve el desarrollo de fuentes de financiamiento especialmente diseñadas para los exportadores.
- 2) Programas Especiales de Apoyo a la Exportación de las MIPYMES.
- 3) Programas Especiales para Fomentar el Desarrollo Industrial.
- 4) Programa Manos a la Obra.

Prioridad 3: Análisis, negociación e implementación de políticas comerciales. Sí Se está formulando No

En caso afirmativo, o de que la estrategia se esté formulando, sírvanse describirla

- 1) Definición de la política comercial del país que refleja los intereses de todos los sectores.
- 2) Establecimiento de procesos de negociación con países o bloques comerciales que representen oportunidades para la oferta panameña de bienes y servicios.
- 3) Promoción de inversiones: atracción de la IED de alto valor agregado, que promueva la capacitación del

recurso humano (know - how), la transferencia de tecnología y mejores remuneraciones que incidan directamente en el mejoramiento de la calidad de vida de los panameños.

4) Programa invierte: incentiva al sector privado local e internacional para que invierta en Panamá, dando seguridad jurídica a las inversiones, por lo que atrae la IED, así como la inversión del sector privado panameño.

P1.4 ¿Constituyen las necesidades de financiación de estas prioridades relacionadas con el comercio una parte importante del diálogo de su país con los donantes?

Sí No No se sabe con seguridad

En caso AFIRMATIVO, ¿qué estructuras utiliza su país para examinar con sus donantes las necesidades de financiación de sus prioridades relacionadas con el comercio? *(Si es necesario, marque más de una casilla.)*

DELP/estrategia de asistencia al país Diálogos bilaterales Diálogos a escala regional Otras opciones (sírvanse describirlas):

Sírvanse describir el tipo de diálogo o método alternativo, así como su nivel, frecuencia y relación específica con asuntos comerciales:

Los diálogos bilaterales con los donantes se realizan sobre la base de diálogos temáticos, de conformidad con las áreas abarcadas dentro de la estrategia nacional y los DELP. En general, los donantes tratan de incorporar sus políticas e intereses a los requerimientos establecidos por el país dentro de su estrategia nacional. Los diálogos a escala regional se abordan sobre la base de las propuestas y requerimientos señalados por los donantes.

En caso NEGATIVO, ¿tiene su país planes para incluir prioridades relacionadas con el comercio en su diálogo con los donantes en los dos o tres próximos años?

Sí No No se sabe con seguridad

- Final sección 1 -

No tengan reparos en facilitar cualquier información adicional sobre la estrategia de integración comercial de su país.

2 ¿CÓMO SE FINANCIA LA ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN COMERCIAL DE SU PAÍS?

P2.1 ¿Se cuantifica con precisión la Ayuda para el Comercio recibida por su país en 2006 y 2007 en el perfil SNPA adjunto?¹

Sí No No se sabe con seguridad/No se dispone de datos

¹ El perfil del sistema de notificación por parte de los países acreedores (SNPA) resume los compromisos y desembolsos que notifican los donantes a la OCDE en relación con las categorías de ayuda más estrechamente relacionadas con la Ayuda para el Comercio, según la define el Equipo de Trabajo de la OMC, específicamente la ayuda para la política y la reglamentación comercial, el desarrollo del comercio, la infraestructura relacionada con el comercio, la creación de capacidad de producción y el ajuste relacionado con el comercio (únicamente disponible a partir de 2008).

En caso NEGATIVO, sírvanse ofrecer detalles de la Ayuda para el Comercio recibida por su país en 2006 y 2007.

[Sírvanse facilitar cifras e incluir las actividades que pudieran estar comprendidas en el epígrafe "otras necesidades relacionadas con el comercio".]

La Ayuda para el Comercio adquirida a través de préstamos reembolsables con organizaciones internacionales y países donantes, así como las donaciones y préstamos no reembolsables en dinero se cuantifican con precisión de conformidad con el perfil SNPA. Por otro lado, la Ayuda para el Comercio adquirida a través de donaciones en especie no siempre se encuentra cuantificada.

- Fin de la sección 2 -

No tengan reparos en facilitar cualquier información adicional sobre las corrientes de Ayuda para el Comercio.

3 ¿CÓMO IMPLEMENTA SU PAÍS SU ESTRATEGIA DE INTEGRACION COMERCIAL?

Apropiación

P3.1 ¿Quién es el responsable de supervisar y coordinar la aplicación de las estrategias de integración comercial de su país, incluidas las actividades financiadas por la AOD?

- El responsable de la coordinación y aplicación es un comité nacional.
- El Departamento/Ministerio de Comercio se encarga de la coordinación, pero cada uno de los departamentos competentes supervisa la aplicación por separado.
- El organismo nacional de ayuda externa se encarga principalmente de la aplicación, pero cada uno de los departamentos competentes supervisa la aplicación por separado.
- No hay un departamento central de coordinación. Cada departamento es responsable de la aplicación por separado.
- Otras opciones (sírvanse describirlas):

El responsable de supervisar y coordinar la aplicación de las estrategias de integración comercial es el Ministerio de Comercio e Industrias; sin embargo, ciertas actividades que se desarrollan como parte de la estrategia de integración comercial son supervisadas y coordinadas por la entidad responsable del tema; por ejemplo: La Autoridad Nacional de Aduanas (Estrategias de Facilitación del Comercio); el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (Estrategias de desarrollo del sector agropecuario), etc.

Por otra parte, las actividades financiadas por la AOD son coordinadas y supervisadas por el Ministerio de Economía y Finanzas, pero cada uno de los Ministerios y entidades competentes ejecutan su aplicación, ejerciendo funciones de coordinación y supervisión, las cuales requieren la aprobación del Ministerio de Economía y Finanzas.

También se han creado otras entidades como la Secretaría Técnica del Consejo de Ministros para la Agenda Complementaria y la Competitividad que se encarga de asesorar al Órgano Ejecutivo y al Consejo de Gabinete en lo relativo al desarrollo de políticas y programas para el mejoramiento de la capacidad competitiva nacional (Ver Decreto de Gabinete N°37 de 2006).

Si su país cuenta con un comité nacional (o ha iniciado su establecimiento), sírvanse describir sus principales funciones, su composición (por ejemplo, ministerios, sector privado), la frecuencia de sus reuniones y a quién rinde informe. [Sírvanse describir la situación e ilustrarla con ejemplos.]

N/A

P3.2 ¿Entabla su país un diálogo con el sector privado y otros colectivos nacionales interesados sobre la formulación y aplicación de su estrategia comercial?

Casi siempre Con frecuencia Rara vez No se sabe con seguridad/
No se dispone de datos

En caso afirmativo, sírvanse indicar quiénes son sus principales colectivos interesados, así como los puntos en torno a los cuales gira el diálogo y la frecuencia de éste.

[Sírvanse describir la situación e ilustrarla con ejemplos.]

Existen un Consejo Consultivo y tres Comisiones Nacionales, los cuales tienen como fin primordial lograr la permanente colaboración, participación y asesoría del sector público y privado en aspectos relacionados con el comercio y el proceso de apertura: 1) Consejo Consultivo de Inversiones y Exportaciones: asesora al Ministro de Comercio e Industrias en materia de inversiones y comercio exterior y recomienda las políticas que se seguirán en las negociaciones de convenios, acuerdos o tratados en materia de comercio exterior. 2) Comisión para las Negociaciones Comerciales Internacionales: participa en las reuniones preparatorias de los acuerdos, tratados o convenios que se negocien en materia de comercio exterior, con el fin de definir las estrategias de negociación frente a los socios comerciales, teniendo presente los mejores intereses del país. 3) Comisión para la Promoción y Asistencia a la Inversión: recomienda, en materia de fomento, elementos para la estrategia nacional de inversiones del país, incluyendo el apoyo a los inversionistas y la elaboración de programas que promuevan la imagen de Panamá en el extranjero, como centro para la IED. 4) Comisión para la Promoción de las Exportaciones: recomienda elementos para la estrategia nacional de promoción de las exportaciones, promueve las exportaciones panameñas y busca la transferencia de tecnología al sector productivo. El Consejo Consultivo y las tres Comisiones están integrados por los Ministros de varias carteras; el Ministerio de Comercio e Industrias es quien las preside; también los conforman representantes de otras entidades gubernamentales relacionadas y representantes del sector privado, a través de los principales gremios (Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura, Sindicato de Industriales, Asociación de Exportadores, Unión Nal. de Productores Agropecuarios, Usuarios de la Zona Libre de Colón). Los mismos se reúnen por lo menos una vez al mes (Ver Decreto Ley N°6 de 2006).

En el caso de países menos adelantados que participan en el Marco Integrado mejorado (MIM):

P3.3 ¿Son el coordinador y el Comité del MIM de su país los responsables de supervisar y coordinar todos los programas relativos al comercio de su país?

Sí No No se sabe con seguridad/No se dispone de datos

En caso NEGATIVO, sírvanse describir los diferentes acuerdos:

Colaboración con los asociados externos: armonización y alineación

P3.4 En los programas de Ayuda para el Comercio de su país, con cuánta frecuencia se coordinan y alinean los donantes mediante:

	Periódicamente	A veces	Nunca o rara vez	No se sabe con seguridad
Evaluaciones conjuntas de las necesidades	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cofinanciación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfoques a escala sectorial	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Implementación conjunta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguimiento y evaluación conjuntos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras opciones; sírvanse describirlas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Seguimiento y evaluación

P3.5 ¿Realiza su país un seguimiento o evaluación de sus programas relacionados con el comercio y financiados por AOD?

Casi siempre Periódicamente Nunca o rara vez No se sabe con seguridad

En caso de que su país realice un seguimiento o evaluación de sus programas relacionados con el comercio y financiados por AOD, utilizan :

	Periódicamente	A veces	Nunca o rara vez	No se sabe con seguridad
Los resultados del seguimiento y la evaluación hecha por los los donantes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disposiciones de seguimiento y evaluación conjuntas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disposiciones de seguimiento y evaluación propias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguimiento propio pero evaluación conjunta o hecha por los donantes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Si su país aplica casi siempre o con frecuencia sus propias disposiciones de seguimiento y/o evaluación, ¿pueden ofrecer ejemplos de su metodología y resultados? [Sírvanse describir la situación e ilustrarla con ejemplos.]

Normalmente se utilizan las disposiciones de seguimiento y evaluación establecidas en cada uno de los programas, las cuales pueden ser propuestas por los donantes o acordadas en conjunto entre los donantes y el país. En algunas ocasiones y dependiendo de la naturaleza del programa se pueden llevar a cabo evaluaciones por parte de la entidad responsable de la ejecución del programa.

Por otro lado, la Contraloría General de la República siempre realiza auditorías sobre la utilización de

todos los fondos administrados por el Estado a través de sus distintas dependencias, incluidos los financiados por AOD.

Mutua responsabilidad

P3.6 ¿Ha establecido su país mecanismos/procedimientos para examinar con los donantes pertinentes los resultados y repercusiones de sus programas relacionados con el comercio?

Sí No No se sabe con seguridad/ No se dispone de datos

En caso AFIRMATIVO, ¿pueden describirlos e ilustrar con ejemplos?

Cada proyecto establece su propio mecanismo/procedimiento para examinar los resultados y repercusiones del programa, los cuales son elaborados conjuntamente con los donantes, de conformidad con formatos preestablecidos. Igualmente, el país a través de sus dependencias especializadas realiza estudios del impacto y efectos de la aplicación de sus estrategias y programas.

Un ejemplo de "Medición del Impacto de un Programa" fueron las "Encuesta a las empresas de los Clusters", uno de los componentes del Programa "Compite Panamá", el cual propició la elaboración de una encuesta entre las empresas de los clusters con resultados interesantes que podemos resumir así: 1) Valoración de los resultados y efectos de los proyectos sobre las empresas de los clusters (58 %); 2) Valoración del servicio prestado por el Programa Compite (68.8%); 3) Valoración general del programa Compite (67.7%). Asimismo podemos resumir que los aspectos más positivos del "Programa Compite Panamá", según las encuestas fueron los siguientes: 1) El programa mejora la competitividad y proyección de las empresas de los clusters (50 %); 2) Promueve las sinergias entre las empresas, clusters, gobierno y sector privado, potenciando la capacidad de las empresas. (37.04%).

Prioridades de mejora

P3.7 ¿Cuáles son las prioridades de su gobierno para mejorar la puesta en práctica y la efectividad de la Ayuda para el Comercio que recibe? Sírvanse indicar las tres más importantes.

- | | |
|--|-------------------------------------|
| Mayor participación en el diseño de las actuaciones de ayuda para el comercio: | <input type="checkbox"/> |
| Más atención de los donantes al desarrollo de las capacidades: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Mejor previsibilidad de la financiación de la ayuda para el comercio: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Uso más extenso de la ayuda presupuestaria
(o de enfoques sectoriales para el comercio) | <input type="checkbox"/> |
| Implementación conjunta entre donantes más frecuente | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Requisitos de informes más armonizados | <input type="checkbox"/> |
| Esfuerzos más frecuentes de puesta en práctica conjunta donante-asociado | <input type="checkbox"/> |
| Uso más sistemático del seguimiento y la evaluación realizados conjuntamente | <input type="checkbox"/> |

por el donante y el asociado

Otras prioridades; sírvanse describirlas:



Sírvanse describir detalladamente las mejoras necesarias en su esfera prioritaria más importante.

- Los diagnósticos que se realizan en la región dan a conocer los requerimientos de los países en materia de comercio internacional; por ello, es importante que los donantes apoyen los programas y proyectos de cooperación técnica internacional encaminados a contribuir con el mejoramiento de la capacidad técnica e institucional de los países en el marco del comercio internacional y de los procesos de apertura de los acuerdos comerciales.
- Es importante la suscripción de acuerdos de colaboración en materia comercial con donantes que permitan fomentar programas de fortalecimiento y creación de capacidades nacionales, que a su vez promuevan las fortalezas con que cuenta el país.
- Es imprescindible contar con un sistema de información y una plataforma de gestión ordenada de los recursos disponibles para optimizar los procesos y facilitar el acceso a la información.
- Garantizar la asistencia a los foros, ferias, congresos y conferencias regionales e intrarregionales, con el propósito de tener una mayor participación en los procesos de gestión e implementación de la ayuda al desarrollo del comercio internacional.
- Se requiere que los gobiernos provean recursos locales para el desarrollo de acciones que promuevan la producción nacional y fortalezcan las políticas públicas, como también el recurso humano especializado en esta materia.

Compartir conocimiento

P3.8 Sírvanse identificar y clasificar por orden de importancia tres esferas de actuación (véase en la pregunta 1.2 una lista de ejemplos) donde la Ayuda para el Comercio haya sido más eficaz en la creación de capacidad comercial en su país.

(Sírvanse explicar su elección.)

Esfera 1 Competitividad: Los Programas y proyectos de Ayuda para el Comercio desarrollados en esta esfera han logrado resultados positivos, mejorando las oportunidades de los bienes y servicios panameños en el mercado interno y en los mercados internacionales (Ver "Programa Compite Panamá"). El éxito del programa guarda relación con los procesos de elaboración de los proyectos, en los cuales se da una participación conjunta entre el donante y el país, encaminando el proyecto a los requerimientos y estrategias del país.

Esfera 2 Diversificación de las exportaciones: Al igual que el tema de la competitividad el Programa Exporta y otros Programas desarrollados para apoyar el desarrollo del sector exportador, han mejorado las oportunidades de los exportadores panameños.

Esfera 3 Facilitación del comercio: Las Programas desarrollados en esta área por sí solos constituyen un mejoramiento al sistema, ya que fueron diseñados para lograr la modernización y automatización del servicio que presta el Estado. Lográndose un mejoramiento significativo en los temas de agilización y facilitación del comercio.

P3.9 ¿Existen ejemplos concretos en su país de procesos, programas o proyectos de Ayuda para el Comercio que hayan obtenido buenos resultados y, en su opinión, podrían contribuir al fomento de buenas prácticas?

[Si es así, sírvanse describirlos y adjuntar los documentos pertinentes.]

Sí, en Panamá existen programas como el "Programa Compite Panamá" de Ayuda para el Comercio que comprende diferentes proyectos específicos que han tenido excelentes resultados, ejemplos:

- 1) Proyectos de los Cafetaleros (agroindustria - café): Hacienda La Esmeralda, una de las empresas del cluster de café de Boquete, bajo el patrocinio del "Programa Compite Panamá", ha logrado por dos años consecutivos el primer lugar del café gourmet en la Convención anual del "Specialty Coffee Association of America" celebrada en North Carolina, EUA.
- 2) Principales resultados de los Proyectos de Clusters del "Programa Compite Panamá" (Proyectos de los Exportadores de Frutas y Vegetales - Meloneros): se logró encontrar en el proceso la forma de retardar la maduración del melón de 26 a 39 días para que la fruta dure más tiempo madura en los anaqueles de los supermercados europeos; se descubrió que controlando la luz solar se puede hacer que las plantas crezcan hasta 2.8 veces más, pudiendo producir casi más de 2 frutos por planta y que injertando una raíz de meloncillo, yerba mala, la planta de melón puede incrementar su producción en más de 50%.
- 3) Proyecto de Turismo (Sitios de interés a lo largo del Canal de Panamá): a través del patrocinio del "Programa Compite Panamá" se confeccionó un excelente video de la Ruta Ecológica entre dos Océanos, realizado por una de las firmas más renombradas en la materia, el mismo está impactando positivamente el mercado del turismo ecológico en Estados Unidos.

- Fin de la sección 3 -

No tengan reparos en facilitar cualquier información adicional sobre la implementación en su país de programas y proyectos relacionados con el comercio, es decir, Ayuda para el Comercio, que reciben apoyo de donantes.

4 EXAMEN DE LAS LIMITACIONES DE LA CAPACIDAD COMERCIAL A NIVEL REGIONAL

P4.1 ¿Abordan explícitamente las estrategias de integración comercial de su país problemas regionales relacionados con la capacidad comercial?

Sí No No se sabe con seguridad/ No se dispone de datos

En caso AFIRMATIVO, sírvanse describirlas:

[Las estrategias de integración comercial del país no abordan explícitamente problemas regionales relacionados con la capacidad comercial, pero en el desarrollo de las mismas sí se abordan estos temas.]

P4.2 ¿Participa su país en diálogos, actividades o programas regionales orientados a promover la integración regional?

Sí No No se sabe con seguridad/ No se dispone de datos

En caso afirmativo, ¿pueden decirnos en cuántos de ellos participa su país, y describir los que considera más importantes? [Sírvanse describirlos.]

Descritos por orden de importancia:

- 1) Sistema de la Integración Centroamericana (SICA): marco institucional de la Integración Regional de Centroamérica, creado por los Estados de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá;
- 2) Iniciativa de la Cuenca del Pacífico Latinoamericano (ARCO): espacio informal de coordinación y concertación de alto nivel para la identificación e implementación de acciones conjuntas dirigidas a generar sinergias entre los países participantes en dicha iniciativa en materia económica y comercial, teniendo en cuenta su interés común de fortalecer sus relaciones con las economías del Asia Pacífico;
- 3) Plan Puebla Panamá/Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica: contribuir al crecimiento económico sostenido y a la preservación del medio ambiente y los recursos naturales de la región, coordinando y sumando esfuerzos entre los gobiernos de México y los países centroamericanos en un clima de respeto a la soberanía y búsqueda de acuerdos y consensos;
- 4) Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI): convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano.

P4.3 ¿Sabe si esos diálogos, programas y/o instituciones regionales reciben Ayuda para el Comercio?

Sí No No se sabe con seguridad/No se dispone de datos

En caso AFIRMATIVO ¿participa activamente su país en los diálogos, programas y/o instituciones regionales?

Sí No No se sabe con seguridad/No se dispone de datos

P4.4 ¿Participa su país en programas de Ayuda para el Comercio ejecutados a nivel regional o se beneficia de ellos?

Sí No No se sabe con seguridad/No se dispone de datos

En caso AFIRMATIVO, sírvanse describir los principales beneficios. [*Sírvanse describir los beneficios y cuantificarlos siempre que sea posible.*]

- 1) Capacitación del recurso humano gubernamental en áreas específicas relacionadas con el comercio y en algunas ocasiones también se capacita al sector privado.

- 2) Asesoría técnica para el mejoramiento de las capacidades comerciales enfocada en distintas áreas.

- Fin de la sección 4 -

No tengan reparos en facilitar cualquier información adicional sobre la dimensión regional de las estrategias de integración comercial de su país:

Muchas gracias

CUESTIONARIO SOBRE LA AYUDA PARA EL COMERCIO DIRIGIDO A LOS PAÍSES INTERLOCUTORES

ANEXOS

P1.1 PLAN O ESTRATÉGIA NACIONAL DE DESARROLLO:

- “Visión Estratégica de Desarrollo Económico y de Empleo hacia el 2009”

- “La Estrategia Nacional de Comercio 2004 – 2009” como herramienta para Mejorar la Competitividad de la oferta panameña de bienes y servicios, con miras a potenciar su efectiva colocación en el mercado local e internacional, generando más fuentes de empleo calificado que apoyen el crecimiento económico, contribuyendo a la reducción de la pobreza y el desempleo.

P.3.1 SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN DE LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN COMERCIAL:

- Decreto de Gabinete N°37 de 6 de septiembre de 2006, por el cual se aprueba el Consejo para la Agenda Complementaria y la Competitividad.

P3.2 DIÁLOGO CON EL SECTOR PRIVADO Y OTROS COLECTIVOS NACIONALES INTERESADOS SOBRE LA FORMULACIÓN Y APLICACIÓN DE SU ESTRATEGIA COMERCIAL:

- Decreto Ley N°6 de 15 de febrero de 2006, que reorganiza el Ministerio de Comercio e Industrias y dicta otras disposiciones.

P3.9 Ejemplos de programas o proyectos de Ayuda para el Comercio:

- Programa para el fomento de la competitividad (Compite Panamá).
- Programa de Agenda Complementaria
- Programa Exporta
- Programa Impulso Panamá
- Programa Manos a la Obra

PROGRAMA DE AGENDA COMPLEMENTARIA

El Gobierno Nacional por conducto del Ministerio de Comercio e Industrias, ha presentado el Programa de Agenda Complementaria y Competitividad, el cual se crea con la finalidad de mejorar y consolidar las ventajas del proceso de apertura de mercado, dado que dicha apertura trae consigo una serie de nuevos retos, dentro de los que se destaca que el estado cumpla con sus funciones y asuma efectivamente las responsabilidades como facilitador de la gestión empresarial, que el país pueda aprovechar las oportunidades y para generar más ganadores, creando más oportunidades en todos los sectores.

La Agenda Complementaria, es una herramienta creada por el Gobierno, producto del diálogo con la sociedad panameña, que apunta a generar profundas transformaciones en el sector público y privado, a través de distintos proyectos e iniciativas concretas, que permitan obtener el mayor provecho posible del proceso de apertura.

Dentro de los objetivos planteados por el Gobierno, se encuentran el de fortalecer la economía del país, elevando la productividad de las empresas; incrementar las exportaciones de Panamá a los mercados internacionales; posicionar a Panamá como destino de la inversión extranjera; convertir el recurso humano, la innovación y el desarrollo tecnológico en dinamizadores de la economía y mejorar los esquemas de facilitación del comercio, con mecanismos ágiles para la exportación.

Se ha establecido en el Programa dos áreas de acción, siendo una el mejoramiento de la competitividad del sector privado y la modernización del sector público.

La Agenda cuenta con cuatro ejes centrales destinados a la preparación de los sectores productivos para aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos del proceso de apertura de mercados; el fortalecimiento institucional orientado a reforzar la capacidad del Estado para enfrentar efectivamente las nuevas responsabilidades que trae la apertura de mercados; el fortalecimiento del capital humano para mejorar las destrezas de los trabajadores panameños para aprovechar las oportunidades y la competitividad sistemática que busca mejorar el clima general de negocios y la productividad del país en forma sostenida.

Para la preparación del sector productivo se han establecido dos ejes principales que son el programa para la micro y pequeña empresa y los proyectos de desarrollo sectorial, en los que se brindará asesoría técnica especializada, capacitación y gestión empresarial, investigación de mercado, mejoramiento de infraestructura productiva, estándares de calidad, asesoramiento en desarrollo de mercados, cumplimiento de medidas de normalización, metrología y MSFS, utilización de técnicas de producción más limpia y sostenible y de programas de asociatividad, consorcios de exportación, alianzas estratégicas entre otros.

Ahora bien, para la adecuación del sector público se ha indicado que la apertura de los mercados, impone al Estado una serie de obligaciones de modernización y agilización, lo que se logrará con la adecuación de los servicios de sanidad agropecuaria e inocuidad alimentaria, el fortalecimiento de las gestiones en comercio desleal y medidas de salvaguarda, fortalecimiento de la libre competencia y de la gestión de administración de tratados, modernización de la legislación, fortalecimiento de los sistemas de calidad y control de medicamentos, mejoramiento de las estadísticas productivas nacionales y el fortalecimiento de aduanas.

La Agenda Complementaria, será administrada por un Consejo de Ministros que estará integrado por el Ministro de Comercio e Industrias, Ministerio de Desarrollo Agropecuario, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral, Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología y la Contraloría General de la República.



Dossier de Prensa

Panamá, 29 de septiembre 2005



Dossier de Prensa

- 1. ¿Qué es EXPORTA?**
- 2. Situación actual, justificación del Programa EXPORTA**
- 3. EXPORTA, propósito y objetivos**
- 4. Exporta es integración**
- 5. Beneficios del programa EXPORTA**
- 6. Actividades en beneficio del exportador panameño**

1. ¿Qué es EXPORTA?

EXPORTA es el programa nacional de promoción de exportaciones del Ministerio de Comercio e Industrias. Esta iniciativa tiene como propósito potenciar las exportaciones panameñas de productos no tradicionales hacia nuevos mercados.

La iniciativa de EXPORTA parte de la Estrategia Nacional diseñada para aprovechar al máximo las oportunidades que se abren a nuestro país con la firma de tratados de libre comercio y la asociación a entidades dedicadas al fortalecimiento del comercio exterior como la OMC o ALCA, entre otras.

Este programa de promoción integral busca incentivar a las asociaciones e instituciones locales que de una u otra forma se ven relacionadas con la actividad de exportación a que promuevan e impartan cursos de capacitación y demás actividades.

Este trabajo en conjunto genera una herramienta de apoyo que sumado al trabajo de los exportadores se dirige hacia el perfeccionamiento y optimización de la exportación de productos locales.





2. Situación actual

La Estrategia Nacional de Gobierno diseñada para el desarrollo económico y social de Panamá, consiste en el impulso comercial, una de las aristas es el mercado de las exportaciones locales. De esta idea de trabajo en conjunto para hacer realidad esta política de Estado surge el programa EXPORTA.

El comercio exterior y las exportaciones son una de las principales oportunidades para el desarrollo económico sostenible del país. El Gobierno Nacional, a través de iniciativas en conjunto con otras instancias del Gobierno, la empresa privada, los sectores productivos, gremios y sociedad civil genera un conjunto de programas de promoción de exportaciones y del sistema de exportación.

Estas iniciativas de impulso al comercio exterior tienen como objetivo sacar provecho al número considerable de rubros no tradicionales panameños con gran posibilidad de exportación (piña, sandía, etc.). Así como al desarrollo de país de servicios.

Muchos de estos productos o servicios exportables tienen gran potencial de exportación. Sin embargo, por problemas de volumen de producción o dificultad en los trámites no logran acceder otros mercados o exportan su producción en pequeños volúmenes.

Este programa también aprovecha las oportunidades que surgen de los nuevos Tratados de Libre Comercio. Por eso son necesarios esfuerzos integrales, multidisciplinarios y colectivos y el perfeccionamiento de las labores exportadoras panameñas.

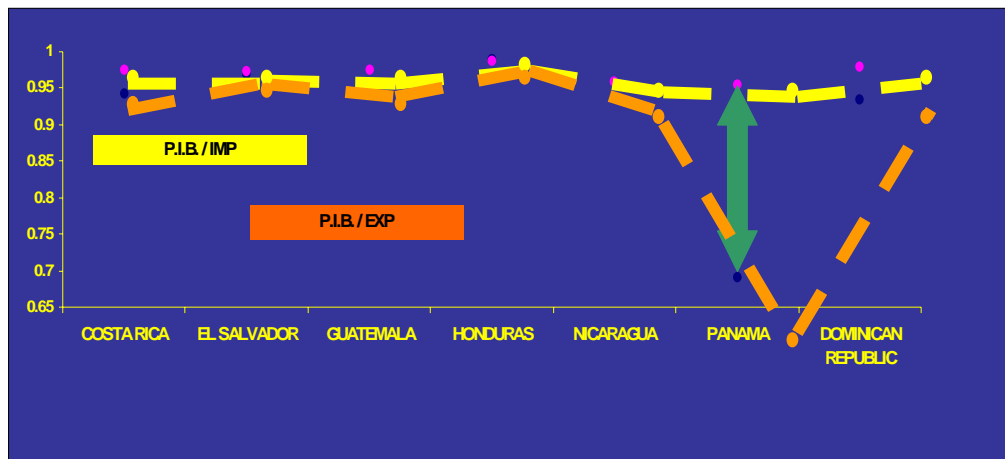


2.1. Exportaciones panameñas en cifras

Nuestras exportaciones han incrementado en el último año, sin embargo aún es bajo para el potencial de nuestra oferta exportable. En el caso de Panamá, la balanza comercial de exportaciones es la más negativa en comparación con Centroamérica y República Dominicana. El Producto Interno Bruto de exportaciones de nuestro país para el año 2003 se situó en un 0,65% mientras que la del resto de países de la región fue de 1,0 % de volumen de exportaciones.

Por otro lado, el Producto Interno Bruto de importaciones de Panamá es del 1%, al mismo nivel que las importaciones de otros países de la región.

Para el año 2004, los principales productos agrícolas de exportación fueron azúcar, café, melón, zapallo, piña, sandía, productos de origen animal entre otros con gran potencial de exportación



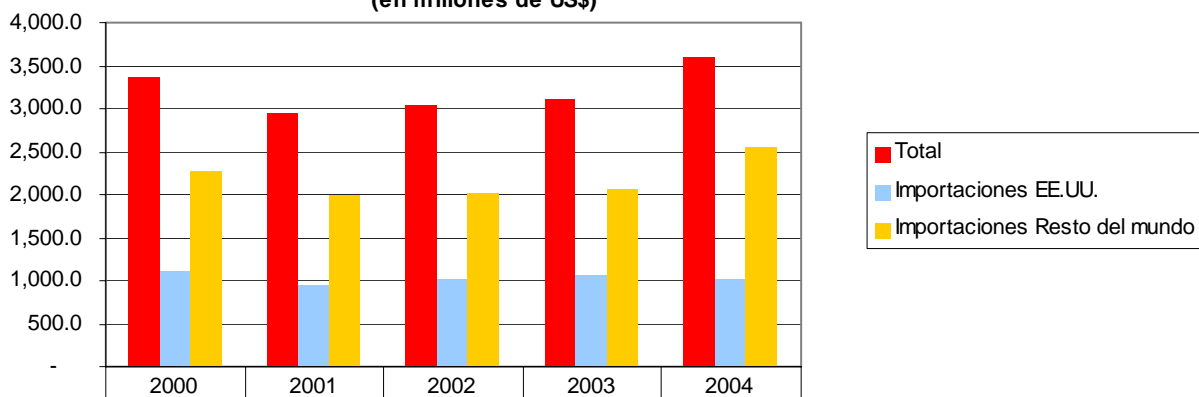
2.2. Principales socios comerciales de Panamá

En el marco del comercio exterior panameño, es decir, exportaciones e importaciones, nuestro principal socio comercial es Estados Unidos. El 48.6% de nuestras exportaciones las enviamos a EE.UU., mientras que el 28.8% de nuestras importaciones vienen de ese mismo país.

Por otro lado, el nivel de exportaciones hacia otros mercados es considerablemente más bajo. Panamá tiene un gran potencial de exportación tanto en estos mercados como en los que tiene un bajo nivel de exportaciones ya que son fuente de desarrollo comercial y nuevos ingresos para la mejora de la economía panameña.

Tomando en consideración la gran cantidad de mercados aprovechables, la Estrategia de Gobierno a través de Programas como EXPORTA trabaja en el rápido acceso a estos mercados de exportaciones potenciales.

**Importaciones Panamá-Resto del mundo VS Panamá-EE.UU.
 2000-2004
 (en millones de US\$)**



	2000	2001	2002	2003	2004
■ Total	3,378.7	2,963.6	3,035.7	3,124.9	3,594.4
■ Importaciones EE.UU.	1,109.2	962.1	1,016.2	1,066.1	1,034.5
■ Importaciones Resto del mundo	2,269.5	2,001.5	2,019.5	2,058.8	2,560.0



2.3. La Estrategia Nacional: Promoción de exportaciones

Con la firma de Tratados de Libre Comercio surge la necesidad de producir rubros más competitivos, para aprovechar al máximo las nuevas oportunidades de mercado que traen estos tratados comerciales.

Es por esto que, conciente de la realidad del comercio de exportaciones panameñas, el Gobierno Nacional pone en marcha un plan de promoción de la mano de las diferentes entidades del gobierno. Quienes actualmente trabajan en la promoción de las exportaciones panameñas, para fortalecer los mercados en explotación elevando los volúmenes de exportación e incentivando la apertura a nuevos mercados.

- Ministerio de Comercio e Industrias
Programa “Exporta”
Objetivo: promoción de exportaciones.
- Ministerio de Economía y Finanzas
Programa “Compite Panamá”
Objetivo: incremento de la competitividad de productos y servicios exportables.
- Ministerio de Desarrollo Agropecuario
Programa “Panameño consume lo tuyo”
Objetivo: adaptación de los rubros más sensitivos.

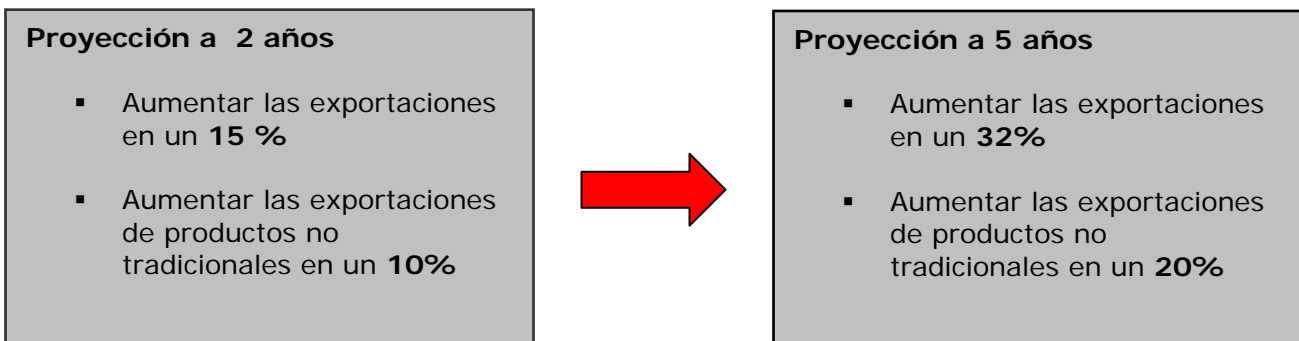
Estrategia de Gobierno



3. Proyección de resultados de la Estrategia Nacional

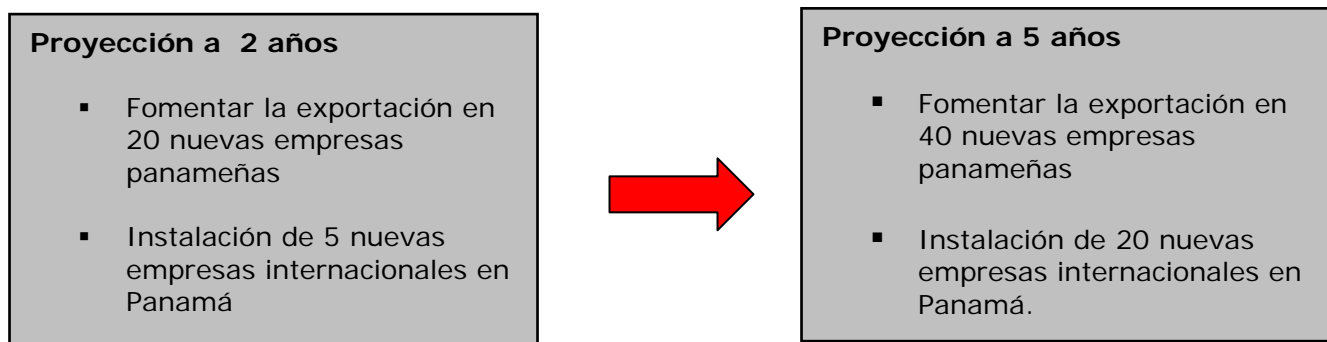
- **Oferta exportable:** a través del Programa EXPORTA se espera reforzar el incremento, la calidad y diversidad de los productos exportables a todos los destinos potencial de exportación.

Oferta exportable



- **Sector exportador:** se perfila un aumento significativo de las empresas exportadoras.

Sector exportador





3.1 EXPORTA, propósito y objetivos

El propósito del programa EXPORTA es potenciar las exportaciones panameñas hacia nuevos mercados y explotar al máximo las existentes.

EXPORTA es parte de la Estrategia Nacional desarrollada para mejorar el status socio-económico actual. Como objetivo general EXPORTA busca aumentar la calidad y volumen de las exportaciones.

Dentro de los objetivos específicos EXPORTA persigue:

- Diversificar y preparar a la oferta exportable panameña para competir en los mercados internacionales.
- Proporcionar a los exportadores claves y consejos que sirvan para dinamizar y mejorar su actividad exportadora.
- Concienciar a posibles exportadores para impulsarlos a exportar a otros mercados.
- Desarrollar la exportación de productos no tradicionales, con valor agregado, que fomenten la transferencia tecnológica y de know how.





4. Implementación del programa

El programa Exporta crea una alianza que fortalece el mercado exportador local, fomentando la colaboración en conjunto entre gremios y demás asociaciones relacionadas al desarrollo empresarial, universidades e instituciones del Gobierno.

El MICI, a través del programa EXPORTA, sirve de ente unificador que trabaja de la mano con el apoyo y retroalimentación de las entidades que forman parte de esta alianza estratégica creada para conseguir mejores resultados en las exportaciones panameñas y contribuir al desarrollo de la economía nacional, como parte de la Estrategia Nacional.





5. Beneficios del Programa EXPORTA

- Aumento de las exportaciones tradicionales y no tradicionales como herramienta de impulso para el desarrollo económico de Panamá.
- Generación de empleos y bienestar.
- Herramienta de apoyo a empresas y gremios.
- Brinda conocimientos a los productores sobre los métodos, posibilidades y beneficios de la exportación.
- Fomenta la competitividad, la reducción de precios y la mejora en la calidad de los productos y servicios.
- Desarrollo de oportunidades para el comercio exterior surgidas a raíz de los tratados de libre comercio que está firmando Panamá.
- Contribución a la Estrategia Nacional de desarrollo comercial en beneficio de todos los panameños.





6. Campaña “EXPORTA”, actividades en beneficio del exportador

La implementación del programa EXPORTA va desde la promoción de la exportación como fuente de ingreso a los productores y manufactureros panameños a través de afiches y testimoniales de exportadores exitosos; hasta documentos que sirvan de guía a los interesados en involucrarse en la actividad de la exportación.

Entre los proyectos que se vislumbran en esta línea están:

- **Oferta exportable:** una publicación oficial que ilustra a los interesados sobre qué productos locales tienen mayor potencial.
- **Manual del exportador:** compilación de datos de interés sobre procedimientos entre otras informaciones de sobre los mecanismos de exportación en nuestro país.

Igualmente, EXPORTA enmarca una serie de actividades que incentivan la labor del exportador:

- Seminarios, talleres, ruedas de negocios, ferias, programas de capacitación y asistencia técnica
- ECA (seguros a las exportaciones)
- Ventanilla Única y Red Internacional (digitalizadas)
- “Premio al Exportador del Año” (por categoría)
- “Semana del Exportador” evento que se realizará una vez al año para promover las exportaciones de productos nacionales conjugando a los principales actores y proveedores de servicios tales como navieras, corredores de aduanas, bancos, entre otros.

La elaboración de documentos informativos y demás recursos de orientación para el exportador panameño facilitan la participación de estos sectores productivos en las labores de exportación. Aunando esfuerzos con otras entidades del gobierno que trabajan en conjunto con el MICI para evidenciar los resultados de la Estrategia Nacional de desarrollo económico de nuestro país, en línea con el aprovechamiento de nuevas oportunidades que generan la firma de Tratados de Libre Comercio.

Para más información:
Lorena Arosemena / Javier Castillo
Dirección de Comunicación
Ministerio de Comercio e Industrias



PROGRAMA IMPULSO PANAMA

ACERCA DEL PROGRAMA

El Programa de Competitividad y Apertura Comercial, Impulso Panamá, sienta sus bases en los precedentes positivos de Compite Panamá. Un programa diseñado para mejorar la competitividad de las empresas panameñas.

A nivel nacional, el programa apoyó la formulación de las políticas gubernamentales para elevar la competitividad, consensuadas entre el sector público, académico, empresarial y laboral; con miras a mejorar el clima para la expansión económica.

Benefició a cerca de 139 empresas y permitió culminar 41 proyectos exitosamente. Asimismo, durante su ejecución, se desarrollaron 18 clusters empresariales y 1 multicluster, al igual que 11 proyectos de clima de inversiones.

Compite Panamá sirvió de marco para la implementación de diferentes acciones encaminadas en fomentar la competitividad de las empresas panameñas y mejorar el clima económico nacional.

ANTECEDENTES

El Programa de Competitividad y Apertura Comercial, Impulso Panamá, sienta sus bases en los precedentes positivos de Compite Panamá. Un programa diseñado para mejorar la competitividad de las empresas panameñas.

A nivel nacional, el programa apoyó la formulación de las políticas gubernamentales para elevar la competitividad, consensuadas entre el sector público, académico, empresarial y laboral; con miras a mejorar el clima para la expansión económica. Benefició a cerca de 139 empresas y permitió culminar 41 proyectos exitosamente.

Así mismo, durante su ejecución, se desarrollaron 18 clusters empresariales y 1 multicluster, al igual que 11 proyectos de clima de inversiones. Compite Panamá sirvió de marco para la implementación de diferentes acciones encaminadas a fomentar la competitividad de las empresas panameñas y mejorar el clima económico nacional.

IMPULSO PANAMA

Impulso Panamá es un programa diseñado por el Gobierno Nacional para contribuir al mejoramiento del ingreso y bienestar nacional mediante el aumento de la productividad y la competitividad.

El programa cuenta con el respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y opera a través de dos fideicomisos específicos que ofrecen las garantías y reglas claras que necesitábamos todos para invertir en el progreso de Panamá.

Rompiendo esquemas tradicionales, el Estado sólo actuará como facilitador, mientras que la empresa privada será quien defina el tipo de apoyo que necesita para potenciar la competitividad de su negocio.

De esta manera, cada empresario, de forma independiente, presentará su propuesta para que la gestoría del programa Impulso Panamá la evalúe, y así reciba la ayuda que está solicitando.

Los fondos del programa también serán administrados por el sector privado de acuerdo con reglas transparentes.

En su primera fase de cuatro años, el programa cuenta con \$97 millones financiados en 52.5% por el Banco Interamericano de Desarrollo, 38.1% por el Gobierno Nacional y 7.8% por el propio sector privado.

Por su parte, la Cooperación Japonesa aportará el 1.6%, complementando fondos para que el sector indígena sea apoyado de manera total.

Impulso Panamá será supervisado por la Secretaría Técnica del Consejo de Ministros para la Agenda Complementaria y la Competitividad (CMACC), al igual que otros programas y proyectos que inciden en la mejora de la competitividad.

BENEFICIOS DEL PROGRAMA

Acceso a asistencia técnica por medio de co-financiamiento no reembolsable.

Agilidad en la entrega de fondos no reembolsables, a través de PROCOMPETITIVIDAD (aplicación inmediata).

Acceso al crédito bancario con el apoyo de FINDEC (a partir de enero de 2009).

Se privilegia la innovación y el conocimiento para aumentar la productividad y la competitividad.

A las MIPYMES (Micro, pequeñas y medianas empresas) se les apoyará con herramientas que les permitan mejorar su perfil de gestión, para que así sean sujetos de crédito por la banca local.

Contribución al mejoramiento del ingreso y el bienestar nacional mediante el aumento de la productividad y competitividad.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Los objetivos específicos del Programa son:

1) Reforzar la capacidad del gobierno de la República de Panamá de promover las exportaciones a través de una mejor calidad y focalización de los servicios públicos para la gestión comercial; y 2) la ampliación de los servicios financieros y no financieros para el desarrollo empresarial intermediado por el sector privado.

El Programa también incluye empresas de menor escala y apoyo a la gestión empresarial de las comunidades indígenas en las cadenas de valor de los mercados globales.

DESCRIPCIÓN

Para alcanzar los objetivos indicados en la Sección I anterior, el Programa comprende el financiamiento de actividades agrupadas en los siguientes Subprogramas y sus componentes:

Subprograma 1: Fortalecimiento de la competitividad de la gestión pública para la apertura comercial 2.02 Este Subprograma tiene como propósito fortalecer la capacidad del sector público en materia de gestión exportadora, normas internacionales y promoción de inversión, incluyendo algunas actividades relacionadas con la gestión empresarial dentro de las comarcas indígenas. Las actividades se desarrollarán mediante la ejecución de los siguientes (3) componentes:

Componente I: Gestión pública para la apertura comercial 2.03 Las actividades que se financiarán con los recursos del Programa bajo este componente se agrupan, a su vez, en los siguientes cuatro subcomponentes: Primer subcomponente: Fortalecimiento de la capacidad de negociación y administración de acuerdos comerciales 2.04 Dotación de herramientas informáticas para facilitar la toma de decisiones de negociación. El 1941/OC-PN Page 2 Anexo Único - 2 - Programa financiará la adquisición de la base de datos "Trade Map" 1/ y de "Product Map" 2/ , que ofrecerá información de apoyo al análisis, preparación, seguimiento y conducción de las negociaciones de Panamá con sus diferentes socios comerciales. Esta adquisición incluye la capacitación y los permisos de acceso a múltiples usuarios por un periodo de 5 años. 2.05 Establecimiento de capacidad de negociación y análisis económico.

Con los recursos del Programa se financiará la creación de una unidad de análisis económico, cuyas tareas principales serán la elaboración de: (i) análisis económicos para la definición de la política comercial; (ii) análisis de mercados relevantes para el sector exportador y la atracción de inversiones; (iii) estudios de diagnóstico e impacto económico a nivel general y sectorial; y (iv) análisis económicos en casos de controversias comerciales, prácticas desleales de comercio y medidas de salvaguardia; entre otras actividades. 2.06 Fortalecimiento del Sistema Nacional de Propiedad Intelectual (SINAPI).

El Programa apoyará un proceso de modernización de las instituciones que conforman el SINAPI, así como de actualización de normativas y procesos de trabajo mediante las siguientes actividades: (i) identificación de limitantes institucionales y organizacionales que el Gobierno afronta en la gestión de propiedad intelectual (PI); (ii) definición de visiones comunes, estructura organizacional de funciones, y definición de perfiles de cargo adecuados a los nuevos requerimientos de la institución; (iii) diseño y puesta en marcha de un plan de reingeniería de procesos técnicos, administrativos y tecnológicos del SINAPI; (iv) diseño y propuesta de reformas legales necesarias para mejorar la protección y observancia de los derechos de PI de conformidad con normas internacionales sobre la materia; (v) análisis de oportunidades en foros internacionales como OMPI y OMC; (vi) identificación y apoyo en la búsqueda de protección a los inventores, innovadores y autores panameños; y (vii) diseño y puesta en marcha de sistemas de información y atención al público, entre otros. Para mejorar la calidad profesional se incluirá capacitación al personal especializado en PI en los cambios derivados de la apertura comercial y nuevas disposiciones legales relativas a compromisos comerciales internacionales; y en segundo lugar, el

diseño y puesta en marcha de programas de capacitación técnica "a la medida" en todas las áreas de SINAPI. 2.07 Análisis de temas ambientales y laborales. El Subcomponente financiará: (i) diagnóstico del tipo de intervenciones requeridas para cumplir con los compromisos adquiridos en los tratados de libre comercio en temas laborales y ambientales; y (ii) formulación de planes de acción comprensivos, cronogramas y presupuestos detallados para cada intervención. 2.08 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP. Segundo subcomponente: Fortalecimiento de la capacidad técnica en materia de 1/ Herramienta de análisis de mercados que facilita la investigación estratégica de un mercado, monitoreando el desempeño comercial a nivel de países y de productos, dando a conocer las ventajas competitivas y comparativas e identificando el potencial para la diversificación de mercados o productos. 2/ Herramienta informática que contiene estadísticas de comercio internacional, información detallada del tamaño de mercado, flujos del comercio, tendencias regionales, países y productos competitivos.

Desarrollo de servicios de información, inteligencia y promoción comercial. El Programa financiará las siguientes actividades: (i) prospección y priorización de oferta exportable, que consiste en un proceso de validación de los productos y/o servicios panameños con alta potencialidad exportadora; (ii) organización y puesta en marcha de misiones comerciales reversas, que consisten en atraer al país a compradores extranjeros potenciales con el fin de conocer a las empresas y sus productos y generar nuevas transacciones; (iii) ampliación de servicios de información comercial en línea; (iv) formulación e implementación de un plan de desarrollo de cultura exportadora; y (v) un diagnóstico y plan de acción de la capacidad de acreditación de actividades y servicios relacionados con los sectores productivos y de exportación. 2.10 Desarrollo de la iniciativa Enlaces Comerciales en el exterior. Bajo coordinación del MICI, el Programa apoyará la dotación de asesoría técnica en materia de promoción de exportaciones e inversiones, para lo cual designará Enlaces Comerciales en las Embajadas Panameñas, sobre la base de acuerdos con el Ministerio de Relaciones Exteriores, de los principales socios comerciales, particularmente de aquellos países donde el país tiene TLCs. Estos Enlaces serían contratados con el objetivo específico de promover las exportaciones y atracción de inversión extranjera en Panamá, responderían al MICI y serían evaluados y remunerados parcialmente sobre la base del volumen de oportunidades de negocios generados. Sus funciones específicas incluirán: (i) realización de estudios de mercado, que permitan

identificar aspectos tales como potencialidades de exportación, volumen del mercado, precios, normativas y regulaciones, características de los consumidores, características de la competencia y tendencias del mercado, entre otros; (ii) establecimiento de contactos de empresas panameñas con eventuales importadores o grupos de interés; (iii) confección de agendas de trabajo y preparación de la participación de empresas en ferias y exposiciones; y (iv) realización de otras gestiones que faciliten el quehacer de la institución y empresas en el extranjero (reservas, arriendos de equipos, trámites aduaneros, etc.)

2.11 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP. Tercer subcomponente: Puesta en marcha de Planes de Atracción de Inversión en mercados estratégicos

2.12 Validación de sectores estratégicos para la promoción de Inversión Extranjera Directa (IED). Bajo coordinación del MICI, I subcomponente apoyará la validación de los sectores estratégicos en Panamá para la atracción de IED, incluyendo: (i) el análisis de diferentes sectores económicos de Panamá para así poder seleccionar aquellos con mayor potencial; (ii) la determinación de los requerimientos principales para potenciar las ventajas comparativas y competitivas de los sectores y la recomendación de políticas y medidas concretas de fomento que sirvan de estímulo a la formulación de proyectos de inversión; y (iii) la selección de sectores estratégicos para la promoción de IED a partir de los insumos anteriores.

2.13 Diseño y difusión de imagen a nivel sectorial. Incluye, la dotación de asesoría técnica para: 1941/OC-PN Page 4 Anexo Único - 4 - (i) un análisis estratégico de los sectores validados en los mercados de interés; (ii) articular y recomendar una serie de principios estratégicos para la promoción internacional para todas las campañas de promoción que se realizan en el exterior, aunque éstas tengan objetivos específicos sectoriales; (iii) diseño de una imagen a nivel sectorial, coordinada con la imagen país existente, dirigida especialmente a los mercados meta; (iv) la contratación de expertos conocedores de los mercados meta para poder planificar la estrategia de medios y así poder determinar aquellos medios más idóneos y efectivos para la transmisión de los mensajes de imagen país y de imagen sector; y (v) la difusión de mensajes a las audiencias de interés estratégico a través de la incorporación de los medios internacionales previamente identificados en los mercados meta.

2.14 Análisis estratégico para la inversión. Este conjunto de actividades tiene como propósito la actualización dinámica en los mercados meta del contenido, los mensajes y las acciones de difusión de imagen país y de imagen sector e incluye: (i) la realización de análisis e investigaciones de sectores económicos particulares en los mercados meta con la finalidad de identificar nuevos sectores con potencial para atraer IED a Panamá; y (ii) el análisis de empresas e inversionistas individuales (targeting) de acuerdo a sus necesidades de expansión o de reubicación en función de su potencial interés de instalarse en Panamá.

2.15 Participación en ferias comerciales especializadas. Este conjunto de actividades consiste en la participación en ferias especializadas en los mercados meta identificados. Entre otros criterios, las ferias se deberán concentrar en los sectores que ofrezcan mayor potencial de atracción de IED al país sobre la base del análisis estratégico realizado anteriormente. Esta actividad financiará servicios de consultoría para: (i) la selección de las ferias comerciales especializadas en las que participarán tanto el sector privado como público panameño, en concordancia con los objetivos estratégicos técnicos mencionados; (ii) la identificación de las empresas nacionales participantes; (iii) la capacitación en funciones específicas a los participantes en las ferias (provenientes tanto del sector público como del sector privado); y (iv) la preparación de un informe de evaluación de los resultados obtenidos en las ferias.

2.16 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP. Cuarto subcomponente: PANAMARKET -- Gobierno electrónico para el comercio e inversiones

2.17 Diseño y desarrollo del sistema integrado de gestión de información, servicios y estadísticas de comercio exterior: PANAMARKET (PM). Bajo coordinación de la SIG, el Programa apoyará el diseño y desarrollo de una plataforma electrónica de servicios para el comercio e inversiones que brinde un punto de contacto centralizado a los agentes económicos participantes para obtener información, estadísticas, trámites y servicios. Con los recursos del Programa se financiarán las siguientes actividades: (i) diseño detallado de la estructura, contenidos, servicios, trámites y estadísticas que ofrecerá PM; (ii) identificación de requerimientos operativos, funcionales y tecnológicos de PM; (iii) reingeniería de procesos, simplificación administrativa de trámites y adecuaciones legales a lo interno de cada entidad participante y diseño de nuevos procesos interinstitucionales (por la Ventanilla Única de 1941/OC-PN

Page 5 - 5 - Anexo Único Exportaciones y la Ventanilla Única de Inversiones, entre otros); (iv) adquisición de software, hardware y comunicaciones para el desarrollo, operación y mantenimiento de PM; (v) desarrollo de aplicaciones de PM y su integración con los sistemas de los ministerios involucrados; (vi) capacitación en su operación y uso, distinguiendo entre funcionarios y clientes; (vii) promoción del uso de PM; (viii) implementación de un Call Center de atención a los usuarios; y (ix) la creación de una oficina de PM, mediante la selección y contratación de 3 personas altamente calificadas: un Gerente de Proyecto, un experto en el desarrollo y gestión de sistemas informáticos y un experto legal. Este equipo será responsable de planificar, diseñar y supervisar el desarrollo, mantenimiento y operación de PM, bajo la coordinación de la SIG con las instituciones participantes (MICI, MIDA, MINSA, MEF, DGA, SIG y otros). 2.18 Asimismo, el Programa apoyará el fortalecimiento de la capacidad institucional-tecnológica mínima requerida en cada una de las instituciones involucradas para que pueda funcionar adecuadamente, incluyendo las unidades informáticas del MICI, MIDA, MINSA, MEF-DGA, entre otros.

2.19 Creación de servicios de gobierno electrónico necesarios para PANAMARKET. El Programa apoyará la resolución definitiva de dos servicios básicos de gobierno electrónico que aún no están disponibles en el país y son críticos para un adecuado desarrollo de PM y de otras iniciativas basadas en Internet: (i) implantación de la Firma Digital; y (ii) desarrollo e implantación de estándares de interoperabilidad, que facilitarán el intercambio electrónico de datos y la integración de sistemas entre las diferentes instituciones. El Programa también apoyará la ampliación de las formas y canales de pagos electrónicos en Panamá, hoy ya disponibles a través de Internet para tarjetas de crédito y con previsión de ampliarlos a tarjetas de débito y también a transferencias electrónicas. 2.20 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP. Componente II: Desarrollo de exportaciones

2.21 Con los recursos del Programa se financiarán las siguientes actividades:

2.22 Fortalecimiento de los servicios sanitarios oficiales. Se financiará apoyo institucional para los servicios sanitarios para adecuar la estructura institucional con: (i) reingeniería de parte del MIDA y MINSA para mejorar la eficiencia de los servicios a los exportadores; (ii) adecuación, capacitación y certificación de los laboratorios y servicios sanitarios; (iii) modernización del Sistema Sanitario Agropecuario

Nacional para cumplir con la normatividad internacional; (iv) un programa de evaluación, mitigación y erradicación de plagas o enfermedades que sean barreras al comercio y que generen impactos económicos relevantes; (v) diseño e implementación de un sistema de tarifas y tasas para los servicios consistente con los costos económicos de los mismos; (vi) adecuación de la base legislativa ante las normas internacionales; (vii) plan de vigilancia y monitoreo de residuos, contaminantes e higiene de los agroalimentos; (viii) programa para fortalecer y asegurar la calidad de los servicios sanitarios y de inocuidad alimentaria; (ix) desarrollo de planes y 1941/OC-PN Page 6 Anexo Único - 6 - apoyo a las negociaciones internacionales para ganar aceptación de los avances en materia sanitaria; (x) el sistema de alerta rápida, gestión de crisis y recuperación de producto y creación de una instancia de comunicación internacional sobre temas sanitarios; (xi) un sistema para asegurar la inocuidad alimentaria; (xii) capacitación a productores y funcionarios en nuevos requisitos sanitarios; (xiii) actualización de manuales de servicios sanitarios y desarrollo de certificaciones electrónicas; y (xiv) un proyecto piloto de eliminación de envases de plaguicidas.

2.23 Innovación e investigación agropecuaria. Las actividades contempladas están dirigidas a acelerar el ritmo de progreso tecnológico en el sector por medio de inversiones en: (i) un estudio sobre el rol del estado en la investigación agropecuaria en Panamá y su vínculo con el sistema de ciencia y tecnología; (ii) un inventario de equipos y capacidades de los laboratorios del país que permita atender las recomendaciones del estudio descrito en el literal (i) anterior; (iii) establecimiento de centros local de investigación bajo mando de los productores que permita atender las recomendaciones del estudio descrito en el literal (i) anterior; (iv) establecimiento de escuelas de campo para pequeños productores; (v) manuales de buenas prácticas agrícolas; (vi) apoyo a los ensayos de adaptación de variedades por parte del sector privado; (vii) desarrollo de productos innovadores aptos para Panamá y con mercados internacionales promisorios; y (viii) revisión del marco normativo de importación y comercialización de material genético.

2.24 Sistema de información agropecuaria y forestal. Esta actividad promueve un sistema moderno de captación de información confiable y procesamiento de información estadística para facilitar la trazabilidad, la información georeferenciada y la zonificación de los sectores. Se financiará: (i) el registro único de establecimientos agropecuarios y sistema de trazabilidad; (ii) el análisis de suelos locales para la zonificación; (iii) la implementación del Sistema de

Información Estadística del Sector Agropecuario y Forestal (SIESAP), incluyendo la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA); y (iv) ampliación de la red meteorológica a nivel local.

2.25 Desarrollo de recursos humanos y políticas sectoriales en áreas estratégicas. Sobre la base de los estudios realizados en MIDA, se identificaron las siguientes actividades prioritarias que serán financiadas por el Programa : (i) remodelación y equipamiento del Instituto Nacional de Agricultura (INA) y definición de su nuevo rol en el desarrollo del sector; (ii) capacitación de productores en nuevos rubros y procesos; (iii) capacitación al personal del MIDA en nuevas funciones y responsabilidades; (iv) la operación de una unidad de coordinación dentro MIDA para supervisar y coordinar las actividades propuestas; y (v) actualización de las políticas del sector. Las políticas sectoriales a estudiar y reformular incluyen: (a) innovación agropecuaria, (b) asistencia técnica agropecuaria; (c) política de recursos humanos de MIDA; (d) manejo de riego y manejo de recursos acuíferos, en coordinación con la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM); (e) nueva política de habilitación crediticia de los productores; y (f) política del marco fiscal y reglamentario del sector. 2.26 Finalmente, se apoyará el desarrollo de otras políticas sectoriales (agricultura, industria y servicios) y planes estratégicos por rubro con el fin de identificar y superar barreras a la producción y comercialización.

2.27 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP. Componente III: Fortalecimiento del entorno empresarial indígena (Programa de Desarrollo Empresarial Indígena de Panamá (PRODEI) 2.28 Con los recursos del Programa se financiará: (i) un diagnóstico del marco legal e institucional para el desarrollo empresarial en los territorios tradicionales; (ii) la elaboración en conjunto con las autoridades tradicionales de lineamientos para la armonización de la gestión empresarial con el marco legal e institucional tradicional; (iii) elaboración e implementación de un plan de comunicación y socialización del PRODEI en los territorios tradicionales; (iv) la elaboración y realización de talleres introductorios para los beneficiarios en gestión empresarial, inteligencia de mercado y gobernabilidad económica; (v) capacitación y actividades nacionales para fortalecer la utilización de las herramientas de propiedad intelectual; y (vi) la elaboración de un plan y su implementación para introducir las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en las empresas y clusters beneficiarios. 2.29 Además, se financiará un Ejecutivo de Proyecto del PRODEI para, entre otras actividades, supervisarlos en general y gestionar la realización de los estudios

específicos del entorno empresarial indígena. Para este componente y la gestión general del PRODEI, se financiará con cargo a los recursos de la cooperación técnica PN-T1032: (i) un Enlace Local por cada territorio tradicional y un Facilitador Empresarial por cada empresa/clúster participante; (ii) el Coordinador del plan de comunicaciones y socialización; y (iii) los talleres de lanzamiento y rendimiento de cuentas con las autoridades indígenas. 2.30 También se podrán financiar otras actividades dentro de este componente que cumplan criterios de elegibilidad detallados en el ROP.

Subprograma II: Servicios de fomento para las exportaciones 2.31 Este Subprograma tiene como propósito mejorar los mecanismos para la provisión de servicios no financieros y financieros con intermediación del sector privado, a través de la ejecución de dos componentes: Componente I: Pro competitividad-Servicios no financieros

2.32 El objetivo de este componente es mejorar las capacidades productivas y competitivas de las empresas panameñas a través de la provisión de servicios no financieros dirigidos a empresas de todos los tamaños y sectores económicos. Pro Competitividad cofinanciará sus servicios en una proporción que favorecerá proyectos de exportación y de proveedores en cadenas exportadoras (70%); las empresas de las comunidades indígenas (Comarcas y Pueblo Naso) (80%); y a los demás en menor nivel (50%).

2.33 Las actividades contempladas serán consistentes con los siguientes objetivos: (i) formulación 1941/OC-PN Page 8 Anexo Único - 8 - de estrategias empresariales para identificar nuevos productos, mercados, y mejoras productivas; (ii) apoyar a las empresas, a través de asistencias técnicas, en la preparación y evaluación de proyectos que les permitan acceder al financiamiento bancario, en la incorporación de nuevas tecnologías y en el desarrollo de mercados internacionales; (iii) incorporar en las empresas sistemas de calidad de los productos y sistemas de calidad en la gestión, de acuerdo a estándares internacionales (desarrollo y prueba de nuevos productos, rediseño de productos, implementación y certificación de sistemas de gestión de calidad, metrología y calibración de producción); (iv) desarrollar y profundizar alianzas entre empresas, con la finalidad de desarrollar negocios en conjunto que les permitan ser más competitivas; (v) incorporar productos y nuevas tecnologías en los procesos productivos de las empresas a través de la innovación y la transferencia tecnológica; y (vi) asistencia técnica a empresas/clúster de las comunidades indígenas a través de una ventanilla única indígena.

PLAN ESTRATEGICO AGROPECUARIO 2004-2009
"MANOS A LA OBRA"

I. INTRODUCCIÓN

PIBA – PIBA AMPLIADO

El Sector Agropecuario panameño, aportó en el año 2003, a la economía nacional, medido en términos del producto interno bruto (PIB), alrededor del 6.5%. No obstante, el Sector Agropecuario Ampliado representa el 22% del total de la producción panameña al incorporar la industria agroprocesadora y servicios asociados. En ese sentido, la producción agropecuaria, dinamiza el crecimiento de otros sectores, y, a su vez, desencadena múltiples procesos productivos en el resto de la economía.

A pesar de su contribución directa al PIB, el Sector Agropecuario tiene una gran importancia económica y social como generador de empleos (un 25% del empleo total), por su influencia sobre el costo de la vida, la prevalencia de la pobreza rural y porque las actividades agropecuarias constituyen una fuente de ingreso importante para muchas ciudades y comunidades del país. Sin duda alguna, existe un vínculo directo entre las actividades rurales no agrícolas y la agricultura. Por lo tanto, tenemos que hacer entender al país, que el campo es un camino obligado en el resurgir de una Patria Nueva. A partir del 1ero de septiembre de 2004 queda atrás el Modelo que basa la prosperidad de unos en la pobreza de otros.

TRATAMIENTO ESPECIAL – POLITICA DE ESTADO

Es incuestionable el potencial del Sector Agropecuario, como uno de los motores del desarrollo de Panamá en los años venideros. Por ello, proponemos que se dedique un tratamiento especial y se configure una POLITICA DE ESTADO PARA LA AGRICULTURA PANAMEÑA, que recoja la visión de todos los sectores y que sea funcional a los intereses de la nación.

POBREZA Y POBREZA EXTREMA

De la población total estimada en 3 millones de habitantes, el 44% reside en el área rural e indígena, en la que prevalecen los mayores índices de pobreza y pobreza extrema. Asimismo, es el medio rural donde se llevan a cabo las actividades agropecuarias de mayor importancia, existiendo 232,464 explotaciones, de acuerdo al Censo Agropecuario del año 2001, de las cuales, el 40% tiene menos de 0.5 hectáreas.

"En Panamá, a pesar de su innegable potencial económico, más de un millón de personas pobres no tienen capacidad de compra. Es decir, 4 de cada 10 panameños no tienen recursos para sobrevivir dignamente".

En el campo, 6 de cada 10 son pobres y en las áreas indígenas ese drama alcanza el 90%, o sea, 9 de cada 10 son pobres. Situación que debe avergonzar a todos los panameños.

En Panamá, la pobreza no es el resultado de la falta de recursos, sino de la desigual distribución del ingreso y las oportunidades: mientras que el 20% más rico de la población recibe el 62.7% del ingreso, el 20% más pobre recibe menos del 2%. La diferencia es de 42 a 1. Asimismo, el 40% pobre de la población recibe menos del 8% del ingreso nacional. Por estas razones, Panamá tiene, como afirma los informes oficiales, una de las peores distribuciones de ingreso en el mundo.

Por otro lado, en el documento del Sistema de las Naciones Unidas, sobre el Marco de Cooperación de las Naciones Unidas para el Desarrollo de Panamá 2002 - 2006, en el tema referente a Derecho a la Nutrición y la Seguridad Alimentaria señala:

"La prevalencia de la desnutrición refleja la existencia de problemas agudos en la seguridad alimentaria del país: durante la última década, la disponibilidad de calorías disminuyó en un 14.9%, la de proteínas en un 7.4%, la de hierro en un 13% y la de calcio en un 2%. Durante el período, la producción de los principales componentes altamente alimenticios de la dieta popular panameña cayó drásticamente. Se ha incrementado entonces la importación de alimentos y, con ella, la dificultad de adquirirlos para las familias de menores ingresos." (pág. 22)

En ese sentido, *"la economía, no sólo son cifras e indicadores fríos. Para nosotros, además, tiene un rostro humano, con sentimiento verdadero"*, entendiendo la relación que debe existir entre la competitividad económica, la competitividad social y la gobernabilidad del país.

UNA AGRICULTURA DE CONTRASTES: PRODUCTORES COMERCIALES DE AVANZADA, PEQUEÑOS Y MEDIANOS Y DE SUBSISTENCIA.

Una agricultura de contrastes, con un pequeño sector comercial modernizado, otro intermedio formado por pequeños y medianos productores con algún acceso a mercados y uno de subsistencia, sin acceso a mercado, con altos índices de pobreza y desnutrición, y cuyo atraso profundiza la pobreza rural. De acuerdo al Censo Agropecuario del año 2001, existen 232,464 explotaciones agropecuarias, de las cuales el 40% tiene menos de 0.5 hectáreas. Por lo tanto, el Sector Público Agropecuario, precisa de una adecuación Institucional, que diferencie en principio las tres categorías de explotaciones.

DE SUSTITUCION DE IMPORTACIONES A LA APERTURA ECONOMICA

La decisión del país en 1984 de suplantar el modelo de desarrollo económico de sustitución de importaciones, por un modelo basado en la apertura económica implicó tanto oportunidades como amenazas para el sector agropecuario. Por un lado, este cambio despertó en el sector agropecuario el potencial competitivo de algunas actividades, pero al mismo tiempo evidenció la baja competitividad de otras en mercados abiertos (supuestamente libres de intervención estatal) y la falta de una estrategia común entre el gobierno y el sector privado para enfrentar en forma coordinada y concertada las oportunidades y retos de la globalización.

II. DIAGNOSTICO

Un diagnóstico de la situación actual del Sector Público Agropecuario, ha identificado las siguientes realidades:

1. Falta de un compromiso de Estado con el desarrollo agropecuario del país.
2. Falta de políticas coherentes y estables, han impedido consolidar un crecimiento sostenible en el Agro.
3. Ineficaz gestión Institucional, (deficiente uso de la planificación agropecuaria, ineficaz gestión de los recursos presupuestarios, desvío de recursos hacia usos no agropecuarios, etc.).
4. Inadecuada implementación de legislación de incentivos al sector: FECL, Ley 25, Clasificación de la carne, Ley 24, (gente que cobró y no sembró).
5. Inadecuada implementación de las regulaciones vinculadas a la importación de productos agropecuarios, (mal manejo de los contingentes).
6. Manipulación de organizaciones de productores con fines políticos.
7. Escasa capacidad de diálogo y concertación.
8. Bajos niveles de motivación, orientación y capacitación de los funcionarios del sector.
9. Ineficientes niveles de coordinación intra e interinstitucional.
10. Debilidad Institucional para promover la CALIDAD, HIGIENE e INOCUIDAD ALIMENTARIA.
11. Deficiente servicio de información agropecuaria.
12. Insuficiente desarrollo y transferencia de nuevas tecnologías para la producción, (riego, invernaderos, manejo post-cosecha, empaque).
13. Limitada asistencia técnica.
14. Dificultad para obtener material genético animal y vegetal (semillas certificadas) de alto potencial productivo.
15. Falta de Capacitación, (técnica, organizativa, empresarial).
16. Ineficiente sistema de educación agropecuaria.
17. Difícil acceso al crédito oportuno.
18. Deficiente e insuficiente infraestructura de riego.
19. Alto costo de la energía eléctrica.
20. Deficiente infraestructura de caminos de producción.
21. Deficiente nivel de organización de los productores
22. Política proteccionista de los países desarrollados en su agricultura, especialmente para la exportación.

III. RETOS:

En los próximos 30 años, dos mil millones de personas más dependerán de la agricultura para su subsistencia, mientras los recursos naturales son cada vez más frágiles. La respuesta a este reto reside en tecnologías que combinan diferentes objetivos: aumentar los rendimientos y disminuir los costos, defender el medio ambiente, responder a las exigencias de los consumidores en materia de

calidad e inocuidad de los alimentos, potenciar los medios de subsistencia rurales y la seguridad alimentaria de las comunidades más pobres.

IV. MISIÓN:

Contribuir a mejorar la competitividad de los productores, mediante el aumento de los rendimientos y la reducción de costos, dinamizar el empleo y ayudar a disminuir la pobreza rural.

V. VISIÓN:

Un sector próspero, competitivo, rentable y sostenible que contribuya a generar desarrollo para el país, aumentar el empleo y elevar la calidad de vida de los panameños y panameñas, en especial de la familia rural.

LA ESTRATEGIA AGROPECUARIA 2004 – 2009

La Estrategia constituye, tanto la visión de lo que el Sector debía ser en el futuro, como el mapa de ruta que muestra cómo alcanzar dicha visión.

La Estrategia Agropecuaria se define como el conjunto de:

- A. Objetivo General
- B. Objetivos Específicos
- C. Políticas Específicas
- D. Metas
- E. Áreas estratégicas
- F. Instrumentos de Fomento

A. Objetivo General:

Nuestros esfuerzos se concentrarán en generar las condiciones para el CRECIMIENTO Y DESARROLLO del Sector Agropecuario y Rural.

B. Objetivos Específicos:

1. Desarrollo del Productor Agropecuario y sus Organizaciones.
2. Incrementar la producción y mejorar la competitividad, mediante el incremento de rendimientos y la reducción de costos.
3. Impulsar la transformación agropecuaria orientada por la demanda y vinculada a la Agroexportación, la Agroindustria y la Innovación Tecnológica.
4. Atender las necesidades de la población marginada, mediante programas económicos y sociales que mejoren las condiciones de vida de la familia rural, con énfasis en las áreas indígenas.
5. Impulsar la adecuación institucional para el desarrollo del Sector Agropecuario.

C. Principales Políticas Específicas 2004 - 2009:

1. Políticas para las Negociaciones Agropecuarias de los TLC
2. Seguridad Alimentaria
3. Sanidad Agropecuaria
4. Investigación Agropecuaria
5. Transferencia Tecnológica
6. Transformación Agropecuaria
7. Comercialización
8. Financiamiento
9. Riego
10. Agricultura y Desarrollo Rural

D. Metas 2004-2009

1. La estrategia agropecuaria sobre la cual debemos ponernos de acuerdo los panameños para los próximos 10 años, debe asumir un crecimiento del PIBA por arriba del crecimiento de la economía nacional.
2. Concertar una política de Estado para la agricultura panameña, que recoja la visión de todos los sectores y que sea funcional a los intereses de la nación.
3. Aumentar la inversión anual en tecnología agropecuaria al 1.5% del PIB Agropecuario.

4. Incrementar entre 15 - 20% los rendimientos de los rubros agropecuarios prioritarios del país.
5. Incrementar un 100% las áreas de siembra de productos no tradicionales de 5,800 has. (2004) a 12,000 has para el año 2009.
6. Elevar al 100% el empleo generado por las actividades vinculadas a los productos no tradicionales, de 17,500 empleos en el 2003 a 35,000 empleos en el 2009.
7. Sostener entre el 2.5 y 3% las tasas de crecimiento anual de las ventas de leche cruda a la industria.
8. Que en un período de 5 años, 6,000 productores (15%) reciban capacitación en gestión empresarial ganadera.
9. Establecer 50,000 has. nuevas de pasto mejorado y de corte.
10. Desarrollar el sistema de zonificación agroecológica.
11. Crear el Centro Nacional de Semillas y Viveros.
12. Crear el Sistema de Información Agropecuaria.
13. Iniciar la construcción de los proyectos de riego por goteo e invernaderos.
14. Declarar la región de Azuero como libre de la mosca de la fruta.
15. Declarar la provincia de Colón libre de brucelosis.
16. Iniciar el programa Nacional de trazabilidad para el ganado bovino.
17. Garantizar el funcionamiento del Laboratorio de Residuos Tóxicos.
18. Reglamentar el título I. de la Ley 25 del 15 de julio de 1997.
19. Instalar el Centro de Capacitación y Entrenamiento Agropecuario (e-learning, video conferencias, seminarios, cursos, etc.).
20. Reducir en un 25% la proporción de personas que viven en situación de pobreza extrema (con menos de un balboa diario).

E AREAS ESTRATÉGICAS

En respuesta a las voces de los productores, hemos identificado 5 ejes estratégicos:

1. Desarrollo de Mercados y Agronegocios.
2. Apoyo a la Competitividad.
3. Financiamiento para la Agricultura.
4. Agricultura y Desarrollo Rural.
5. Adecuación Institucional.

DESARROLLO GENERAL DE LAS AREAS ESTRATEGICAS:

1. DESARROLLO DE MERCADOS Y AGRONEGOCIOS

- a. **Creación** del Sistema de Información Agropecuario de Panamá
- b. **Ámbito Interno:**
 - Construir nuevos centros de acopio rurales y mercados con sus cadenas de frío. (Panamá, David, 24 de diciembre, etc.)
 - Apoyar una **campana de promoción** al consumo de productos nacionales. **"CON ORGULLO CONSUMA LO TUYO"**
 - Promoción de la Bolsa de Productos Agropecuarios.
- c. **Ámbito Externo:**
 - Designar **agregados agrícolas** en áreas con posibilidades de exportación.
 - Coordinar con nuestro **servicio exterior**, acciones de **promoción** de nuestros productos, **contactos empresariales** y apoyo a nuestros productores en el extranjero.
- d. Crear la Oficina de Identificación y Estudios de Mercado, con la responsabilidad de:
 - Apoyo a la consolidación de la base exportadora.
 - Apoyo a la ampliación de la base exportadora.
 - Desarrollo de nuevos negocios.

Para tal fin, esta oficina desarrollará, entre otras, las siguientes tareas:

- Identificar canasta de productos para la Exportación.
- Identificar nichos de mercado.
- Realizar estudios de demanda y oferta: complementar demanda de otros países (contra-estación), principales mercados, principales países productores, posibles clusters de productores panameños, etc.)

- ❑ Calendarios de siembra y producción.
 - ❑ Calidad deseada e información nutritiva.
 - ❑ Requisitos y normas Internacionales (sanitarias, etc.)
 - ❑ Certificaciones (EUREPGAP, Bioterrorismo, etc.)
 - ❑ Análisis de costos – precio.
 - ❑ Posibles clientes: distribuidores, procesadores, posibles alianzas estratégicas.
 - ❑ Logística puerta a puerta. Por ejemplo: transporte aéreo, marítimo, días, frecuencia y costo, tiempo en puerto, etc.
 - ❑ Guías del Agroexportador (frutas, hortalizas y tubérculos, carne, etc.)
- e. Instalar el Centro de Orientación para la Agroexportación

2. APOYO A LA COMPETITIVIDAD (Nuevas Fronteras)

- a. Zonificación Agroecológica
- b. Transformación Agropecuaria orientada por la demanda, vinculada al desarrollo de la Agroexportación, la Agroindustria y la Innovación Tecnológica.
- c. Tecnología para el Desarrollo Agropecuario.
Nuestro objetivo será el de adaptar agrotecnologías que ayuden a incrementar la productividad, la calidad y a disminuir los costos de producción.
Poner tecnología en el campo adaptada a las nuevas demandas y que generen ingresos al productor.
 - Validación tecnológica
 - Genética de calidad (Centro Nacional de Semillas y Semen)
 - Tecnología de punta de bajos costos
 - Tecnologías exitosas de cultivo, etc.
 La investigación, desde que se inicia, se hace pensando en un producto o resultado final aplicable.
- d. Programa Nacional de Calidad e Inocuidad (pecuario y agrícola).
 - Certificación... Buenas Prácticas Agrícolas "Hacer las cosas bien y dar garantía de ello".
- e. Infraestructura para la Producción.
 - Riego
 - Invernadero
 - Pre-enfriamiento
 - Secadora, etc.
- f. Sanidad agropecuaria.
Fortalecer los programas sanitarios de Panamá, y tomar las medidas necesarias para mejorar nuestro "status zoonosanitario"
- g. Asistencia Técnica y Extensión Agropecuaria.
 - Transferencia de **Conocimiento**, desde el inicio de la siembra hasta la cosecha.
 - El extensionista debe ser un agente de cambio, conectado con las necesidades de los productores.
 - Encuentros agropecuarios y días de campo.
- h. Educación
 - Nuevos planes y programas de estudios adaptados a las necesidades del mercado, utilizando el método Aprender-Haciendo.
- i. Capacitación "**Más Conocimiento, Mejor Agricultura**"
 - Red Nacional de Conocimiento Agropecuario (seminarios, e-learning, encuentros agropecuarios, días de campo, manuales, video conferencias, radio, tv, revistas, etc.)
- j. Caminos para el progreso
 - Programa de mantenimiento de la red de caminos de producción.

3. FINANCIAMIENTO PARA LA AGRICULTURA

- a. Modernización del BDA. Crédito ágil y oportuno.
- b. Fondo de Garantía Agropecuaria para el pequeño productor que no es sujeto de crédito.

4. AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

- a. Programa de Seguridad Alimentaria para las Familias Rurales.
- b. Capacitación para la modernización de los Sistemas Productivos Rurales.
- c. Desarrollo de la Agricultura Orgánica.

- d. Reforestación de Cuencas productoras de agua (especies nativas y frutales).
- e. Vivero de especies nativas y frutales (nacen con las primeras lluvias).
- f. Programa de especies menores (cabras, gallinas de patio, cría de cerdos, etc.).
- g. Promoción y Desarrollo de la Agroindustria Rural.
- h. Titulación de Tierras.
- i. Proyectos de Desarrollo Rural Regionales.
- j. Fomento de Empresas Asociativas Rurales.

5. ADECUACION INSTITUCIONAL

- a. Portal Agropecuario.
- b. Creación del Consejo Consultivo Agropecuario Nacional (CCAN)
- c. Programa de Austeridad con Eficiencia (Hacer más con menos)
- d. Centro de Atención y Apoyo al Productor.
- e. Unidad de Seguimiento y Evaluación del Presupuesto (Qué se invirtió y qué se logró), etc.

F. Instrumentos de Fomento Agropecuario y de Combate a la Pobreza 2004-2009

EJES ESTRATEGICOS E INSTRUMENTOS DE FOMENTO
I. DESARROLLO DE MERCADOS
Oficina de Identificación y Estudios de Mercado
Programa "Con Orgullo Consume lo Tuyo"
Promoción de la Bolsa de Productos Agropecuarios
Identificación y Diseño de Nuevos Mercados Agrícolas y Centros de Acopio
Programa Fruta Fresca
AGROFEST 1
II. APOYO A LA COMPETITIVIDAD - "NUEVAS FRONTERAS"
Puesta en Práctica del Portal del Sector Público Agropecuario
Revisión y Reglamentación de la Ley de Transformación Agropecuaria para la Competitividad
Diseño y Gestión del Proyecto de Zonificación Agroecológica
Estudio de la Competitividad de Cadenas Agroempresariales Estratégicas
Programa de Agropexportación - PROAGRO 2004-2005
Centro de Orientación para la Agropexportación
Fomento a la Creación de Sistemas Agroindustriales (Procesamiento, manejo pre y post cosecha)
Proyecto del Centro Nacional de Semillas Certificadas, Viveros y Semen (INA)
Programa Nacional de Capacitación "Más Conocimiento, Mejor Agricultura" (Técnico y Agroempresarial)
Educación Agropecuaria para la Competitividad - Nuevos Planes y Programas de Estudio
Programa de Formación para el Empleo Agrícola (Capataz de Finca, Empacadores, etc.)
Programa de Fomento a la Calidad e Inocuidad (Normas, Certificación, Marca Panamá, etc.)
Fortalecimiento de la Sanidad Agropecuaria y Adecuación a las Normas Internacionales
Puesta en marcha del Laboratorio de Residuos Tóxicos
Programa de Encuentros Agropecuarios (Bimestrales)
Integración del Sistema de Innovación e Investigación Tecnológica Agropecuaria (SIITA)
Concurso Nacional de Proyectos Innovadores Agropecuarios
Programa de Servicios de Asesoría Técnica (Módulos de Transferencia, etc.)

Construcción y Rehabilitación de Sistemas de Riego

Programa de Captación de Aguas (Minipresas, plastiabrebaderos, etc.)

Programa de Modernización Ganadera (Genética, Nutrición, etc.)

Programa de Modernización Agrícola (Invernaderos, etc.)

Proyecto de Frutas Tropicales

Programa de la Mosca de la Fruta

Programa para la Erradicación del Gusano Barrenador del Ganado (COPEG)

Diversificación de Cultivos Acuículas de Alto Valor Comercial

Programa de Titulación de Tierras

Programa de Caminos para el Progreso

III. FINANCIAMIENTO

Creación de Fondo de Garantías para el Pequeño Productor

Estudios de los obstáculos al Crédito Agropecuario Agil y Oportuno

Estudio para la renegociación y reprogramación de Deudas Agropecuarias.

Microcrédito para la Mujer Rural.

Microcrédito para el Joven Rural.

IV. AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

Programa Integral Familias Unidas (Nutrición, Seguridad Alimentaria, Salud y Educación)

Centro de Aprendizaje y Capacitación para la Modernización de los Sistemas Productivos Rurales

Programa para el Desarrollo de la Agricultura Orgánica

Promoción y Desarrollo de la Agroindustria Rural

Programa de Cosechas de Agua y Miniriego para Zonas Indígenas

Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible para las Provincias de Coclé, Colón y Panamá

Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible de Combate a la Pobreza

Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible de la Provincia del Darién

Proyecto de Desarrollo Sostenible de la Cuenca del Canal

Centro Tecnológico para Especies Menores. INA

V. ADECUACION INSTITUCIONAL

Programa de Austeridad con Eficiencia (Hacer más con menos)

Centro de Información y Apoyo al Productor

Programa de Actualización y Capacitación Agropecuaria para el SPA (Sector Púb. Agropecuario)

Red Informática del Sector Público Agropecuario "AGRONET"

Programa de Mantenimiento de Infraestructuras Nacionales, Equipo Rodante y Maquinarias

Programa de Comunicación y Divulgación

Creación de la Unidad de Seguimiento y Evaluación del Presupuesto

VII. PROBLEMAS RECURRENTE DEL MIDA

1. Priorizar los limitados recursos presupuestarios (época seca, preparar procesos de compra), etc.
2. Falta de Equipo rodante, maquinaria (perforadoras, etc) y combustible.
3. Deficiente mantenimiento de Equipo e Instalaciones.

4. Ineficiente operatividad de las Mesas agroempresariales por rubros.
5. Inadecuada apertura de Contingentes.
6. Programa de Sequía (Plan de contingencia para el peor escenario)
7. Laboratorio de residuos tóxicos e insumos
8. Requisitos sanitarios para importaciones (animal y vegetal)
9. Programa de transformación agropecuaria (Ley 25)
10. Enfermedades y plagas (tuberculosis, brucelosis, sigatoka, mosca de la fruta, broca del café, etc.
11. Comercialización.
12. Financiamiento ágil y oportuno.
13. Banano
14. Débil relación con los gremios.
15. Baja e ineficiente ejecución de Programas y Proyectos.

10 FACTORES DE ÉXITO PARA CONSTRUIR UN CAMPO MÁS JUSTO

1. Trabajar con **la verdad** ante todo ... No prometa lo que no puede cumplir.
2. Trabajar..., trabajar, con perseverancia, en equipo, entusiasmo y pasión,... Nunca darse por vencido.
3. Entrega TOTAL por el campo ... Amor por el trabajo.
4. Sea parte de la solución y no del problema... Resultados ... No excusas.
5. Tolerancia hacia posiciones contrarias. Armonice no confronte.
6. Consulta y participación permanente.
7. Hacer uso eficiente de los limitados recursos públicos.
8. Planifique su trabajo semanalmente.
9. CERO TOLERANCIA A LA CORRUPCIÓN.
10. Encomiende a Dios todos sus proyectos. No te apartes de él.

Cada uno de nosotros tiene el compromiso de levantar a nuestros hermanos caídos del campo y marchar unidos hacia el progreso.

Los Tres Principales Procesos de un Plan Estratégico
¿CON QUIEN? - ¿QUÉ? - ¿COMO?



1. Liderizar estos procesos es el verdadero trabajo de una empresa.
2. El trabajo más importante de un líder es evaluar y seleccionar su equipo de trabajo.

Larry Bossidy
 CEO de Honeywell y
Jack Walsh CEO – GE

Los Grandes Retos: Las Dos Panamá

Población más rica (Décimo decil)		Población más pobre (Décimo decil)	
Consumo promedio per cápita anual	B/. 6,451	Consumo promedio per cápita anual	B/. 207
Número de Canastas Básicas per cápita de alimentos anuales que consume	29	Número de Canastas Básicas per cápita de alimentos anuales que consume	1
Acceso a agua potable dentro de la vivienda	93%	Acceso a agua potable dentro de la vivienda	4%
Terminaron la Educación primaria	100%	Terminaron la Educación primaria	38%
Matriculados en el nivel Secundario	75%	Matriculados en el nivel Secundario	25%
Matriculados en la Universidad	60%	Matriculados en la Universidad	0%
Embarazo en Adolescentes	5%	Embarazo en Adolescentes	37%
Atención profesional de parto	98%	Atención profesional de parto	40%
Desnutrición crónica en niños y niñas de 5 años a nivel urbano	1,8%	Desnutrición crónica en menores de 5 años de los pobres extremos en área rural indígena.	45,1%

Fuente: MEF

PROGRAMA PARA EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD (COMPITE PANAMA)

Información general:

País:	Panamá
Organismos de Financiación:	Banco Interamericano de Desarrollo
Organismo representante:	Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

Texto del Programa:

El Ministerio de Economía y Finanzas, a través de la Unidad Técnica de Políticas Públicas, ha recibido financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo para sufragar parcialmente el costo del Programa para el Fomento de la Competitividad (Compite Panamá), el cual tiene un monto equivalente a US\$ 10.000.000.

El objetivo general del Programa es aumentar la competitividad de las empresas panameñas. El objetivo específico del Programa es poner en marcha un proceso de generación de consenso que sirva para la formulación de estrategias y proyectos que fomenten la competitividad empresarial en sectores tales como: agroindustria, logística, tecnología y turismo, tanto a nivel nacional como a nivel de empresas.

Este proyecto tiene cuatro componentes:

- Prestación directa de servicios de asesoría al Grupo de Competitividad.
- Asesoría directa a los clusters.
- Administración del Fondo Compite Panamá.
- Promoción y divulgación del Programa para el Fomento de la Competitividad.

Los fondos del Programa para el Fomento de la Competitividad financiarán estudios sobre competitividad, diagnósticos sobre las condiciones de tipo estructural de la economía panameña, estudios para la identificación de "clusters", asistencia técnica para la preparación de las estrategias competitivas de los clusters, la preparación de una base de datos de consultores elegibles, la

contratación de la Gestoría del Programa de Competitividad, estudios de preinversión y análisis de mercado, estudios para el diseño de actividades que mejoren los sistemas de producción y de control de calidad de las empresas.
