



Relaciones bilaterales comerciales y de inversión de Panamá con Chile

Martha Cordero



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL



Si desea recibir información oportuna sobre nuestros productos editoriales y actividades, le invitamos a registrarse. Podrá definir sus áreas de interés y acceder a nuestros productos en otros formatos.

Deseo registrarme



NACIONES UNIDAS



www.cepal.org/es/publications



www.instagram.com/publicacionesdelacepal



www.facebook.com/publicacionesdelacepal



www.issuu.com/publicacionescepal/stacks



www.cepal.org/es/publicaciones/apps



Relaciones bilaterales comerciales y de inversión de Panamá con Chile

Martha Cordero



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Este documento fue preparado por Martha Cordero, funcionaria de la Unidad de Comercio Internacional e Industria, de la sede subregional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México, bajo la supervisión de Nahuel Oddone, Jefe de la misma Unidad.

Las Naciones Unidas y los países que representan no son responsables por el contenido de vínculos a sitios web externos incluidos en esta publicación.

No deberá entenderse que existe adhesión de las Naciones Unidas o los países que representan a empresas, productos o servicios comerciales mencionados en esta publicación.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización o las de los países que representa.

Notas explicativas:

Los tres puntos indican que los datos faltan, no constan por separado o no están disponibles.

La raya indica que la cantidad es nula o despreciable.

La coma se usa para separar los decimales.

La palabra "dólares" se refiere a dólares de los Estados Unidos, salvo cuando se indique lo contrario.

La barra puesta entre cifras que expresen años (por ejemplo, 2022/2023) indica que la información corresponde a un período de 12 meses que no necesariamente coincide con el año calendario.

Debido a que a veces se redondean las cifras, los datos y los porcentajes presentados en los elementos gráficos no siempre suman el total correspondiente.

Publicación de las Naciones Unidas

LC/MEX/TS.2024/14

Distribución: L

Copyright © Naciones Unidas, 2024

Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago

Esta publicación debe citarse como: M. Cordero, *Relaciones bilaterales comerciales y de inversión de Panamá con Chile* (LC/MEX/TS.2024/14), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2024.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Documentos y Publicaciones, publicaciones.cepal@un.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

Índice

Resumen.....	7
Introducción.....	9
I. Perfiles comerciales.....	11
A. Panamá.....	11
1. Comercio global de Panamá.....	13
2. Apertura y marco comercial.....	20
B. Chile.....	22
1. Comercio global de Chile.....	23
2. Apertura y marco comercial.....	28
II. Comercio bilateral de bienes entre Chile y Panamá.....	31
A. Exportaciones de Panamá hacia Chile.....	32
B. Importaciones de Panamá desde Chile.....	35
III. Análisis de la competitividad exportadora de Panamá en el mercado chileno.....	39
A. Ejercicio de competitividad exportadora de Panamá hacia Chile a partir de sus exportaciones totales.....	40
B. Análisis de la competitividad de las exportaciones panameñas a partir de las importaciones totales de Chile.....	44
C. Identificación de oportunidades a partir de la demanda de Chile y la oferta de Panamá.....	46
IV. Inversiones de Chile en Panamá.....	51
A. Panamá como polo de atracción de inversiones.....	51
B. Inversiones chilenas en Panamá.....	53
C. Identificación de oportunidades.....	55
V. Principales hallazgos y recomendaciones.....	57
Bibliografía.....	59
Anexo estadístico.....	63

Cuadros

Cuadro 1	Panamá: tratados de libre comercio firmados y en vigor a junio de 2024.....	20
Cuadro 2	Chile: tratados de libre comercio firmados y en vigor a junio 2024.....	28
Cuadro 3	Chile: tarifas <i>ad valorem</i> aplicadas a las importaciones de bienes desde Panamá, 2023.....	35
Cuadro 4	Panamá: análisis de competitividad de mercado de sus exportaciones a Chile, 2010-2023.....	41
Cuadro 5	Panamá: análisis de competitividad de mercado de sus exportaciones a Chile, 2010-2023.....	48
Cuadro A1	Chile y Panamá: exportaciones de bienes, 2010-2023.....	64
Cuadro A2	Panamá: exportaciones nacionales por sectores de exportación, 2010-2023.....	65
Cuadro A3	Chile y Panamá: grado de apertura comercial, 2010-2022.....	65
Cuadro A4	Panamá: exportaciones nacionales hacia sus principales destinos, con y sin minerales, 2010-2023.....	66
Cuadro A5	Panamá: importaciones desde sus principales mercados de origen, 2010-2023.....	67
Cuadro A6	Chile: exportaciones hacia sus principales destinos, 2010-2023.....	68
Cuadro A7	Chile: importaciones desde sus principales mercados de origen, 2010-2023.....	69
Cuadro A8	Panamá: exportaciones hacia Chile, 2010-2023.....	70
Cuadro A9	Panamá: importaciones desde Chile, 2010-2023.....	70
Cuadro A10	Panamá: principales 30 productos de exportación hacia Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023.....	71
Cuadro A11	Panamá: principales 30 productos de importación desde Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023.....	73
Cuadro A12	Panamá: posición de la IED de Chile, según actividad económica, 2010-2022.....	76
Cuadro A13	Panamá: exportaciones totales de servicios, 2010-2023.....	76
Cuadro A14	Panamá: importaciones totales de servicios, 2010-2023.....	78
Cuadro A15	Panamá: principales 40 productos de exportación clasificados por el cambio de su participación de producto, 2010-2015, 2016-2021, 2019-2023.....	79
Cuadro A16	Chile: principales 30 productos de importación clasificados por el cambio de su participación de producto, 2010-2015, 2016-2021, 2019-2023.....	81
Cuadro A17	Panamá: categorización de los productos potenciales en el mercado chileno, circa 2023.....	83
Cuadro A18	Panamá: productos con crecimiento de su demanda en el mercado chileno que exporta Panamá al mundo, circa 2023.....	87

Gráficos

Gráfico 1	Panamá: valor y crecimiento de las exportaciones de bienes, 2010-2023.....	13
Gráfico 2	Panamá: estructura de sus exportaciones de bienes, 2023.....	14
Gráfico 3	Panamá: estructura de sus exportaciones de bienes por capítulo, 2023.....	15
Gráfico 4	Panamá: estructura de sus exportaciones de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2010, 2018 y 2023.....	16
Gráfico 5	Panamá: principales destinos de sus exportaciones totales y sin los minerales, 2010-2023.....	17
Gráfico 6	Panamá: importaciones de bienes de Panamá de acuerdo con su incorporación tecnológica, 2010, 2018 y 2023.....	18
Gráfico 7	Panamá: cuenta corriente de bienes, 2010-2023.....	18
Gráfico 8	Panamá: exportaciones totales de servicios por rubro, 2010-2022.....	19
Gráfico 9	Panamá: exportaciones por tipo de acuerdo comercial, 2023.....	21
Gráfico 10	Chile: valor y crecimiento de las exportaciones totales de bienes, 2010-2023.....	23
Gráfico 11	Chile: estructura de sus exportaciones de bienes por capítulo, 2023.....	24
Gráfico 12	Chile: estructura de sus exportaciones de bienes de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2023.....	25
Gráfico 13	Chile: estructura de sus importaciones de bienes de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2023.....	26
Gráfico 14	Chile: principales orígenes de importación de bienes, 2023.....	27

Gráfico 15	Panamá: comercio de bienes con Chile, 2010-2023.....	31
Gráfico 16	Panamá: principales exportaciones hacia Chile a nivel de capítulo, 2010-2023.....	32
Gráfico 17	Panamá: exportaciones de bienes hacia Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023.....	33
Gráfico 18	Panamá: exportaciones de bienes hacia Chile por número de productos registrados, 2010-2023.....	34
Gráfico 19	Panamá: importaciones de bienes desde Chile por capítulo del SA, 2010-2023.....	36
Gráfico 20	Panamá: importaciones de bienes desde Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023.....	37
Gráfico 21	Panamá: importaciones de bienes desde Chile por número de productos registrados, 2010-2023.....	37
Gráfico 22	Panamá: tipología de sus exportaciones hacia Chile, 2019-2023.....	43
Gráfico 23	Chile: productos con demanda creciente en sus importaciones totales, 2010-2023.....	46
Gráfico 24	Chile: productos con crecimiento en su demanda en el mercado chileno que exporta Panamá al mundo, 2019-2023.....	47
Gráfico 25	Panamá: principales inversionistas por inversión acumulada a 2022.....	52
Gráfico 26	Panamá: principales sectores de inversión chilena por inversión acumulada a 2022.....	54

Diagramas

Diagrama 1	Tipología de producto de las exportaciones.....	43
Diagrama 2	Tipología de producto de las importaciones.....	46
Diagrama 3	Chile: productos exportados por Panamá que más han aumentado su demanda en el mercado chileno, 2010-2023.....	50

Mapa

Mapa 1	Chile: principales destinos de sus exportaciones de bienes, 2010-2023.....	25
--------	--	----

Resumen

Este informe responde a la petición del Gobierno de Panamá y su objetivo se enfoca en identificar oportunidades que posibiliten incrementar el comercio y la inversión del país con Chile. De acuerdo con el enfoque desarrollado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el análisis comprende cuatro componentes principales: i) los perfiles comerciales globales de ambas economías; ii) sus relaciones comerciales bilaterales, entre 2010 y 2023; iii) los principales resultados de un ejercicio de competitividad *ex post*, y iv) los flujos de inversión chilena en Panamá. En las conclusiones se delinearán algunas recomendaciones para incentivar el comercio y la inversión bilateral.

Los resultados de la investigación arrojan una alta concentración de las exportaciones panameñas en Chile en pocos productos, así como una elevada volatilidad a lo largo del período de estudio. En las inversiones también se observa una mayor presencia de empresas chilenas en servicios relacionados con el Canal de Panamá. Aunque el peso de las relaciones comerciales y de inversión es relativamente bajo, se observa una tendencia creciente en las participaciones de mercado de Chile y Panamá en algunos productos y sectores que se podrían aprovechar y dinamizar en los próximos años.

A partir del ejercicio de competitividad y del análisis de las inversiones, se identificaron oportunidades de exportación para Panamá en sectores dinámicos del mercado chileno y posibles sinergias en las inversiones chilenas en Panamá. Sin embargo, es preciso que Panamá implante políticas de desarrollo productivo cuyo objetivo sea modernizar, diversificar y fomentar un cambio estructural en su sector externo.

Introducción

A petición del Gobierno de Panamá, de su Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones (PROPANAMA), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) llevó a cabo un análisis de las relaciones bilaterales comerciales y de inversión entre Panamá y Chile. El objetivo principal de este análisis fue identificar oportunidades que permitan expandir las exportaciones panameñas en el mercado chileno. Al mismo tiempo, a partir de dicho estudio se ha buscado identificar sectores en los que las empresas chilenas podrían invertir en el mercado panameño.

El documento se ha dividido en cinco capítulos. En el primero se estudian los perfiles comerciales globales de Chile y Panamá, con el propósito de identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los países en el escenario internacional. En el segundo capítulo se explora la relación comercial bilateral y el acuerdo comercial firmado entre ambos países, a fin de determinar las sinergias entre ambos países, sus niveles de comercio y el tipo de productos comercializados.

En el tercer capítulo se procedió a examinar la competitividad exportadora con objeto de identificar productos potenciales de exportación de Panamá a Chile. En este estudio de competitividad *ex post* se utilizó la metodología desarrollada por la CEPAL, en la que se evalúan las oportunidades comerciales a partir del comportamiento de las variables de demanda y oferta. En el cuarto capítulo se determinan los flujos de inversión con objeto de explorar oportunidades de inversión para Chile en Panamá. Finalmente, en el quinto capítulo, se detallan algunas recomendaciones para incrementar la participación de las exportaciones de Panamá en el mercado chileno.

I. Perfiles comerciales

A. Panamá

La extensión territorial de Panamá es limitada, dado que solo cubre una superficie de 75.517 km², ubicado dentro de la región centroamericana. Al norte, el país colinda con Costa Rica; al sur, con Colombia; al este, su frontera es el mar del Caribe y el océano Atlántico; y al oeste, el océano Pacífico. Gracias a su posición geográfica y a la existencia de su Canal, que une ambos océanos, la economía de Panamá se basa en los servicios.

Por el Canal de Panamá transita cerca del 3% del comercio global marítimo. Además, le sirve de conexión a 180 rutas, en 170 países¹. Las principales rutas que atraviesan el Canal lo hacen entre la costa este de los Estados Unidos con la costa oeste de América del Sur y con Asia; entre la costa oeste de América del Sur con Europa; entre la costa este de América del Sur con Asia; y la ruta intercostal de América del Sur. En la clasificación de puertos y zonas portuarias, el Canal de Panamá, junto con sus terminales en Colón, Manzanillo y Cristóbal, fueron en 2022 el primer puerto de América Latina y el Caribe por movimiento *throughput*². En la clasificación por país, Panamá ocupó el segundo sitio en la región, después del Brasil (CEPAL, 2022).

Como parte complementaria del Canal de Panamá se hallan las zonas libres de comercio, especialmente la Zona Libre de Colón (ZOLICOL). Creada desde 1948, la ZOLICOL posibilita la distribución regional de mercancías a través del Canal de Panamá y de otras vías de comunicación. En esa zona se puede exportar, reexportar, importar, fabricar y transformar mercancías. Asimismo, se desarrollan actividades de servicio ligadas a la comercialización de dichas mercancías. Además de la posición geográfica, la ZOLICOL presenta la ventaja de estar libre de pago de impuestos y goza de incentivos fiscales, lo que atrae el establecimiento de varias empresas y agentes internacionales para operar en la zona.

¹ Véase Autoridad del Canal de Panamá [en línea] <https://pancanal.com/> [fecha de consulta: 12 de julio de 2024].

² *Throughput* se refiere al movimiento total de contenedores en un puerto o país, considerando todos los movimientos de unidades llenas y vacías.

En 2023, la población de Panamá superaba los 4 millones de habitantes, con una renta media en 2022 de 17.357 dólares por persona. La mayor parte de su fuerza laboral se ubicaba en los servicios (67,5%), seguidos por la industria (16,8%) y la agricultura (15,7%). Las principales ramas de su sector servicios son el comercio (con una contribución del 19,8% al producto interno bruto —PIB—), la construcción (14,1% del PIB), el transporte y almacenamiento y correo (11,4% del PIB), las actividades inmobiliarias (9,3%) y las actividades financieras (6,3%). La contribución de la industria manufacturera alcanzó a totalizar 4,8% del PIB. Sus principales productos industriales son: cerveza, cemento y otros materiales de construcción y molienda de azúcar. Por su parte, el sector agropecuario contribuyó con el 2,8% al PIB. Los principales productos del sector son: caña de azúcar, plátano, arroz, naranja, frutos de palma aceitera, pollo, leche, piña y maíz. La actividad pesquera se especializa en camarón y pescado, principalmente destinados a la exportación.

El Centro Financiero Internacional (CFI) es otra de las entidades relevantes de Panamá y también está ligado al Canal y a las actividades de comercio y logística de las zonas de libre comercio. Creado en 1970, por el Decreto núm. 238, el CFI atrae la presencia física de bancos internacionales por medio de un sistema tributario flexible, una plaza bilingüe, un sistema de telecomunicaciones moderno y un sistema financiero dolarizado³. Actualmente, bajo la supervisión de la Superintendencia de Bancos de Panamá, el CFI de Panamá cuenta con más de 90 bancos (Superintendencia de Bancos de Panamá).

En las últimas décadas, Panamá se ha distinguido por registrar elevadas tasas de crecimiento (alrededor del 12% en 2007 y cerca del 11% en 2011), logros impulsados por su centro logístico y de transporte, incluyendo el Canal; así como por el comercio internacional y los servicios financieros. En cambio, a partir de 2013 su tasa de crecimiento anual a precios constantes fue disminuyendo hasta descender a niveles del 3% en 2018. En promedio, entre 2010 y 2023 la tasa de crecimiento a precios constantes fue de 5,5% anual. Por los efectos de la pandemia de COVID-19, la economía se contrajo un 17,7%, en 2020, sobre todo por su impacto en el sector servicios, principal motor de la economía panameña. No obstante, se registró una recuperación en 2021, con una tasa de crecimiento interanual de 15,8%, apoyada principalmente por el comercio, el transporte y las comunicaciones. En 2023, la tasa de crecimiento del PIB de Panamá alcanzó el 7,3%, el mayor registro entre los países de América Latina. La recuperación de su economía desde 2022 obedeció a la reactivación de sus sectores de la construcción, el turismo y el entretenimiento, además del comercio, la comunicación y el transporte.

Debido a las características económicas de Panamá, su comercio internacional se basa en la exportación de servicios. Sus mayores sectores en este rubro son: el transporte y la logística, combinados con el Canal de Panamá, el turismo y otros servicios como el financiero. En 2023, las exportaciones de Panamá, en su cuenta corriente, se componían de bienes (45% del total) y servicios (55% del total). Las exportaciones de bienes comprenden las efectuadas por la ZOLICOL (70% del total en 2023) y las de otros sectores (30% del total, en este año), en las que se incluyen las exportaciones nacionales. Considerando las exportaciones totales (ZOLICOL y nacionales), en 2022 Panamá fue el tercer mayor exportador de América Latina y el Caribe, después del Brasil y México (en términos nominales y abarcando las exportaciones de la zona franca). En este año, ocupó el lugar 84 como exportador mundial, correspondiente al 0,1% de las exportaciones mundiales. Excluyendo las exportaciones de la ZOLICOL, las exportaciones nacionales de Panamá representaron en 2022 el 0,015% de las exportaciones mundiales, equivalentes a aproximadamente la mitad de las exportaciones de El Salvador o Nicaragua.

Otro de los aspectos notorios de Panamá, ligado a su economía de servicios, son sus políticas de atracción de inversiones, que ha incentivado la creación de regímenes especiales para su acceso al país. En 2007 se creó un régimen especial llamado Sedes de Empresas Multinacionales por cuyo intermedio se ofrecen beneficios fiscales y servicios especiales para que empresas transnacionales operen desde Panamá. Actualmente, 180 empresas multinacionales operan y están registradas en Panamá, bajo la Ley SEM. En 2020, el gobierno de Panamá también implantó un nuevo régimen enfocado a las empresas multinacionales manufactureras. El programa, llamado Régimen Especial para el Establecimiento y la Operación de Empresas Multinacionales para la Prestación de Servicios Relacionados con la Manufactura (EMMA), se enfoca en fomentar el establecimiento de centros logísticos de fabricación ligera y reenvasado en Panamá.

³ La moneda oficial de Panamá es el balboa, que guarda paridad con el dólar estadounidense. En el país, el dólar estadounidense circula libremente y se utiliza sin restricciones en las transacciones comerciales y financieras.

El marco regulatorio y de incentivos de Panamá ofrece ventajas a los inversionistas como beneficios fiscales y de migración, y seguridad en la protección de los intereses tanto de los inversionistas nacionales como de los extranjeros. Se garantiza a los inversionistas la libre repatriación de capital, dividendos, intereses y ganancias derivadas de sus inversiones. Cualquier inversión por 2 millones de dólares o más califica para beneficiarse de la Ley de Estabilidad Jurídica de las Inversiones. Los inversionistas no requieren autorización alguna previa para invertir salvo que se beneficien de un sistema de incentivos o deseen emprender actividades que requieran una concesión, licencia, permiso u otro tipo de autorización.

En 2022, Panamá captó el 1,1% de la inversión extranjera directa (IED) dirigida a América Latina y el Caribe, y se constituyó en el segundo destino de inversión de Centroamérica, después de Costa Rica (CEPAL, 2023c). Panamá figura como uno de los principales inversionistas de otros países de la región tanto debido a los capitales que operan por medio de su CFI como por sus regímenes de inversión.

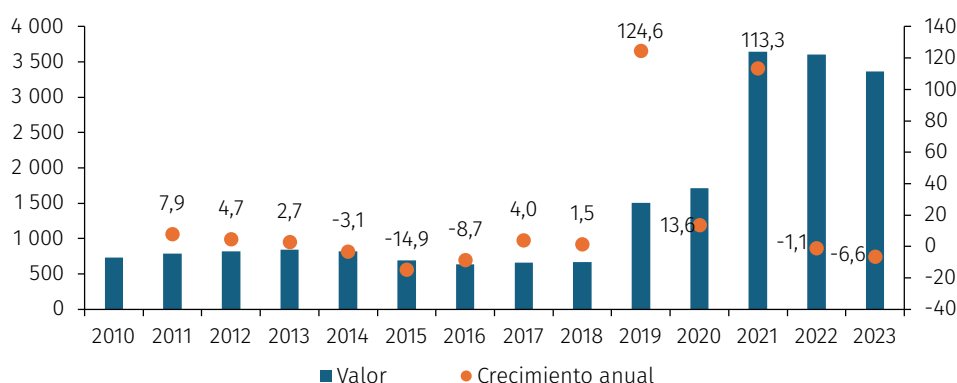
1. Comercio global de Panamá

Dado que el objetivo principal de este trabajo se encamina a identificar oportunidades para Panamá en el mercado chileno, el análisis del comercio bilateral, en los apartados siguientes, se enfoca exclusivamente en las exportaciones nacionales de Panamá, y se excluyen las de la ZOLICOL. Aunque en este capítulo, de perfil comercial, se trata el comercio general de servicios de Panamá, en los capítulos siguientes no estará incluido este comercio a causa de la falta de estadísticas de comercio de servicios bilaterales.

a) Comercio de bienes

Entre 2010 y 2023, período de estudio de este documento, el promedio anual de las exportaciones de Panamá fue de 750 millones de dólares, con una tasa de crecimiento promedio anual del 18%, durante el período señalado (véase el cuadro A1 en el anexo). En cambio, como se observa en el gráfico 1, en 2019 las exportaciones se expandieron más del 100% de su valor. Esta alza significativa sucedió por las ventas de metales metalíferos, especialmente de cobre, que en ese año representaron casi 793 millones de dólares. Las ventas estuvieron a cargo de la empresa canadiense First Quantum Minerals, bajo la firma Minera Panamá, que en 2019 ganó un contrato de explotación, procesamiento y exportación de la mina de cobre ubicada en la Provincia de Colón⁴. Gracias al aumento de las exportaciones de metalíferos, entre 2019 y 2023 la tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones panameñas resultó del 48%, 30 puntos porcentuales más que la tasa promedio de las exportaciones en el total del período analizado.

Gráfico 1
Panamá: valor y crecimiento de las exportaciones de bienes, 2010-2023^a
(En millones de dólares y tasas de variación anual)



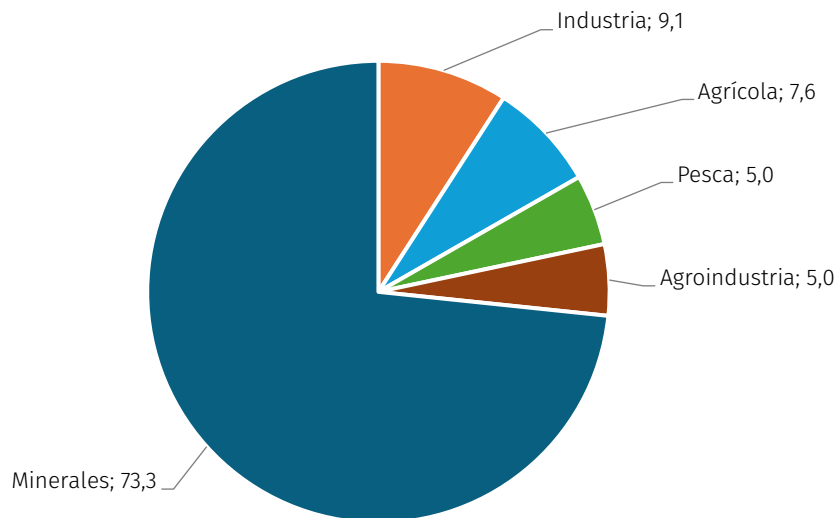
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

⁴ En noviembre de 2023 la Corte Suprema de Justicia de Panamá declaró inconstitucional la Ley 406 del contrato minero entre el Gobierno de Panamá y la empresa First Quantum Minerals, luego de protestas en el país. Aunque las actividades de la minera se detuvieron desde finales de 2023, a la fecha se desconoce si la minera continuaría operando, luego de que la empresa declaró su interés de buscar negociaciones con el Gobierno de Panamá.

El peso de las exportaciones mineras se refleja en la estructura exportadora panameña (véanse el gráfico 2 y el cuadro A2 en el anexo). En 2023 las exportaciones mineras representaron el 73,3% de las ventas mundiales de bienes de Panamá. Las ventas del sector industrial fueron las más cercanas a las mineras, con el 9,1% de las ventas totales. A esos dos sectores les siguieron el agrícola (7,6%), la pesca (5,0%) y la agroindustria (5,0%), como se observa en el gráfico 2. Si se elimina el peso de los minerales, se advierte que en 2018 las exportaciones de la industria representaban 33% de las ventas globales, seguidas por las agrícolas (30%) y las de pesca y agroindustria (cada una con un 19% de la participación total).

Gráfico 2
Panamá: estructura de sus exportaciones de bienes, 2023^a
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

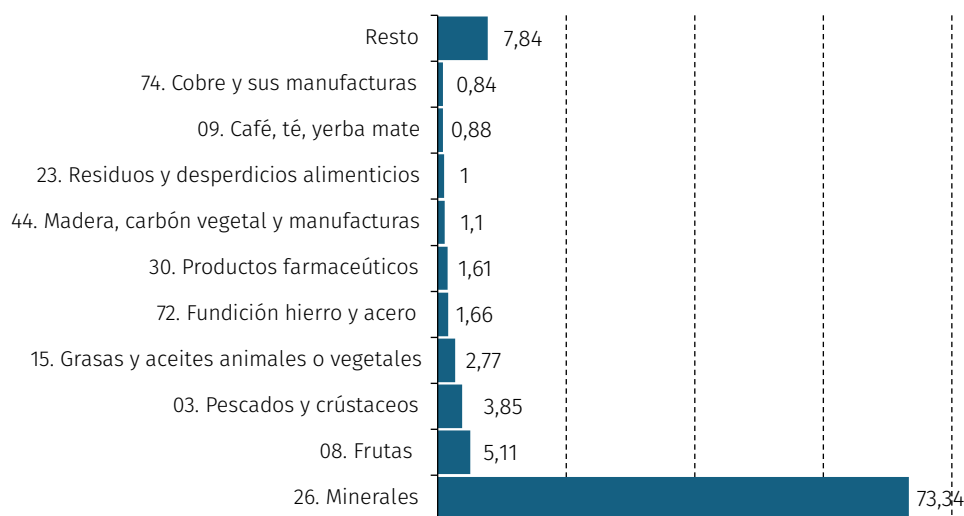
^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Analizando las exportaciones de Panamá por capítulos⁵, se visualizan los tipos de productos que la componen. Además de los minerales, en los que está incluido el cobre, se identifica como segundo grupo en importancia a las frutas (5% del total exportado en 2023), seguidas por pescados y crustáceos (4%), las grasas y aceites animales o vegetales (3%), la fundición de hierro y acero (2%) y los productos farmacéuticos (2%), entre otros (véase el gráfico 3). Entre los productos más relevantes en estos capítulos, excluyendo el cobre, se ubican los plátanos frescos o secos, los desperdicios y desechos “chatarra”, los camarones y langostinos congelados, el oro para uso no monetario, la harina de pescado, el aceite de palma en bruto, los medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos, el azúcar de caña, los salmónidos frescos y las piñas frescas y secas. Estos diez productos, a un nivel de subpartida⁶, sumaron el 43% de las exportaciones totales de Panamá, entre 2010 y 2023. Esto significa que casi la mitad de la oferta exportadora panameña se concentra en diez productos.

⁵ El análisis se realizó utilizando el sistema internacional de clasificación de mercancías desarrollado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA): el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, conocido como Sistema Armonizado (SA).

⁶ A seis dígitos del SA.

Gráfico 3
Panamá: estructura de sus exportaciones de bienes por capítulo, 2023^a
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Si se clasifican esos productos de acuerdo con su intensidad tecnológica⁷, como se aprecia en el gráfico 4, se evidencia que la mayoría de las exportaciones panameñas son bienes primarios. Se está hablando de productos en los que no hay incorporación de valor agregado o que es baja la complejidad en su elaboración⁸. Entre este tipo de productos se cuentan el cobre, las frutas, las harinas, el café y otros productos sujetos, regularmente, a los vaivenes de los precios internacionales, a las condiciones climáticas y a las barreras no arancelarias. En 2010, los productos primarios representaban el 56% del total de las exportaciones panameñas. Con la exportación del cobre, el porcentaje de ese tipo de productos se elevó a 86% de las exportaciones en 2023.

De acuerdo con su intensidad tecnológica, las manufacturas basadas en recursos naturales constituyen el segundo tipo de productos exportados por Panamá. En este grupo se encuentran el aceite de palma, el ron, los desperdicios de chatarra de fundición, el azúcar, cemento, papel, entre otros. En 2010 la participación de este tipo de productos en las exportaciones totales de Panamá era del 23%. Un porcentaje que aumentó en 2018 al 40%, pero que por efecto del peso del cobre en las exportaciones disminuyó al 10% en 2023.

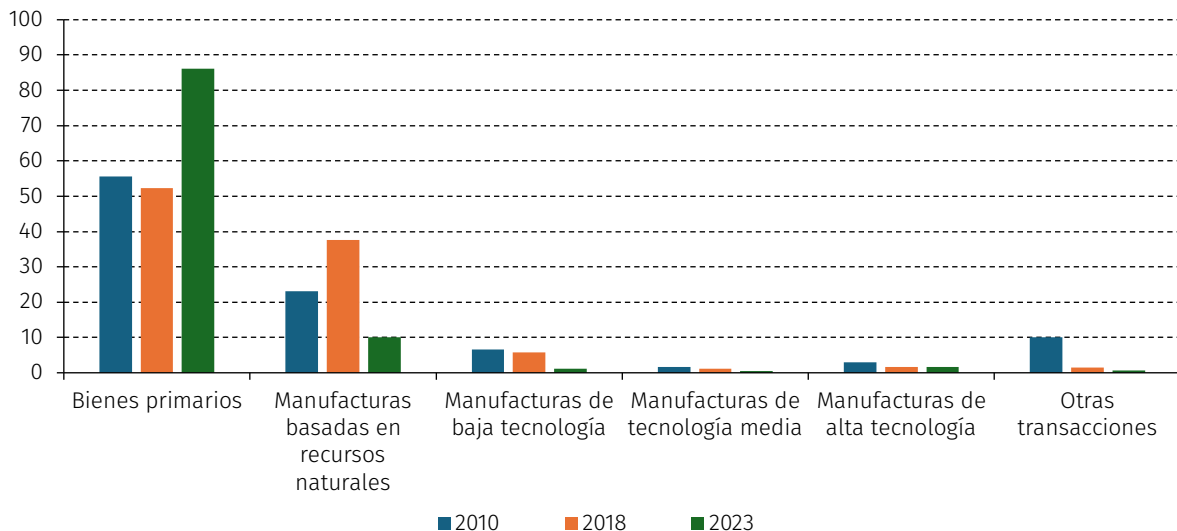
Panamá presenta una alta ventaja comparativa revelada (VCR)⁹ en bienes primarios como el cobre, plátanos frescos, papayas, filetes, cobia, atunes, salmónidos frescos, plomo en bruto, azúcar de caña, café tostado, ámbar gris y glándulas, grasa de aves, cemento Portland y madera teca. Los altos niveles de especialización o VCR en estos productos se deben a su baja demanda mundial, en contraposición a la importancia que estos obtienen en las exportaciones panameñas.

⁷ Clasificación elaborada por la CEPAL de acuerdo con la clasificación hecha a partir del trabajo de Lall (2000). El trabajo se enfoca en determinar la intensidad tecnológica en las exportaciones de manufacturas de países en desarrollo. La clasificación se estructura utilizando el nivel de los Grupos de la CUCI, Revisión 2. Para más información se recomienda revisar el documento de Durán Lima (2008).

⁸ Utilizando los términos del Growth Lab de la Universidad de Harvard que, a través de un índice de complejidad del producto (PCI), mide la complejidad requerida para desarrollar un producto, en términos de intensidad relativa de conocimiento.

⁹ La fórmula para calcular la VCR es: $VCR_{ij} = \frac{(x_{ij}/X_{it})}{(x_{wj}/X_{wt})}$ donde x_{ij} : son las exportaciones del país (i) y de producto (j); X_{it} : sus exportaciones totales; x_{wj} : las exportaciones mundiales (w) del producto (j); y X_{wt} : las exportaciones totales mundiales.

Gráfico 4
Panamá: estructura de sus exportaciones de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2010, 2018 y 2023^a
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

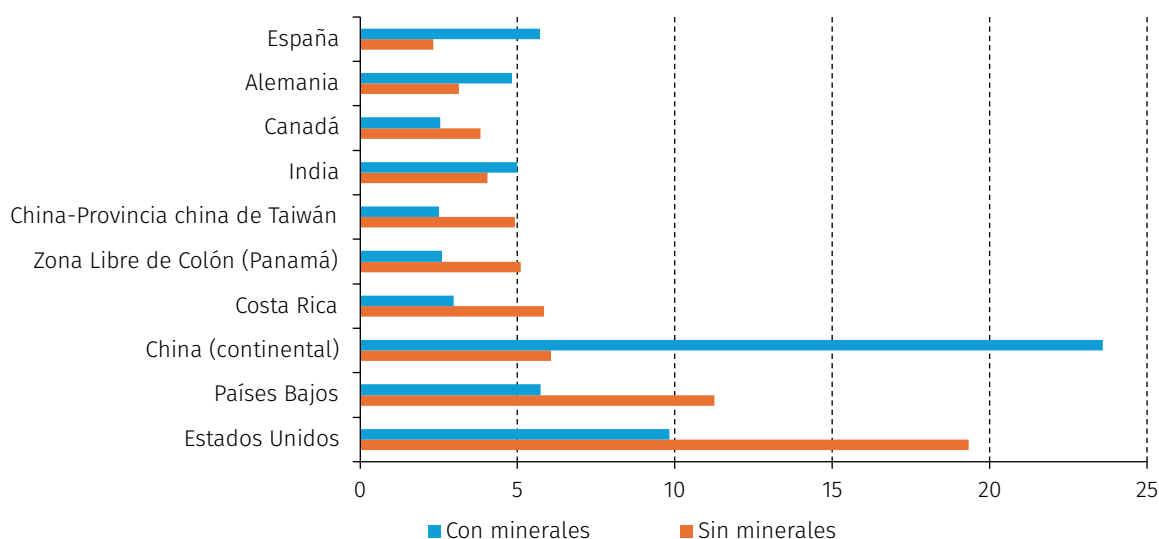
^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Los productos con mayor valor agregado, en los que existen mayores posibilidades de inclusión en las cadenas globales de valor (especialmente en las etapas medias y finales), se hallarían dentro de las categorías de manufacturas de baja, media y alta tecnología. Estos tres tipos de productos representaron el 3,2% de las exportaciones panameñas en 2023. Su mayor participación se registró en 2010, año en que sumaron el 11% de las ventas globales de Panamá. Entre este tipo de productos se ubican los medicamentos, el material para construcción, barriles de aluminio, cueros y pieles de bovino, pinturas y barnices, aditivos, entre otros productos exportados.

Panamá envía la mayor parte de sus productos a los Estados Unidos, sin considerar las ventas de cobre. Ahora bien, incluyendo el cobre, China fue el principal destino de las exportaciones de Panamá entre 2010-2023 (véase el cuadro A4 del anexo). Solo 13 países han sido los destinos del cobre panameño, por lo que la incorporación del cobre en el análisis estadístico podría cambiar completamente el panorama de los destinos de las exportaciones de Panamá. La mayor parte del mineral se ha enviado a China (42% del total entre 2019 y 2023), seguido por el Japón (11%) y la República de Corea. El 31% restante se dirigió a España, Alemania, la India, Bulgaria, el Brasil, Filipinas, el Canadá, Bélgica y Guyana. La mayoría de estas economías ampliaron su participación de mercado en las exportaciones de Panamá, en caso de que se incluyan las estadísticas del cobre en el análisis, como se observa en el gráfico 5.

Sin considerar las ventas minerales, los Estados Unidos obtuvieron en el período 2010-2023 una participación de mercado promedio del 19% en las exportaciones de Panamá. Si se compara su participación en el año inicial contra el año final, se observa una disminución de 3 puntos porcentuales en la participación de mercado de los Estados Unidos. El segundo mayor destino de exportación de Panamá fueron los Países Bajos (11% del total), seguido por China (6%), Costa Rica (6%) y la Zona Libre de Colón (5%). México fue su undécimo destino. Los países con mayores incrementos de las compras a Panamá se dieron, en orden de crecimiento, en Dinamarca, Malasia, Guyana, la República Bolivariana de Venezuela, México, Suiza, Tailandia, la India, el Perú y el Reino Unido. La tasa de crecimiento promedio anual de Dinamarca entre 2010 y 2023 fue del 93,5%, y su participación pasó del 0,0009% en 2010, al 2% en 2023. México, con el mayor dinamismo, mostró una tasa de crecimiento promedio anual del 20,5% e incrementó su participación de mercado en las exportaciones panameñas. En 2010, el 0,7% de los bienes de Panamá se enviaban a México, y en 2023 ese porcentaje se elevó al 5,2%, de modo que México se ubicó como el octavo destino de Panamá.

Gráfico 5
Panamá: principales destinos de sus exportaciones totales y sin los minerales, 2010-2023^a
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

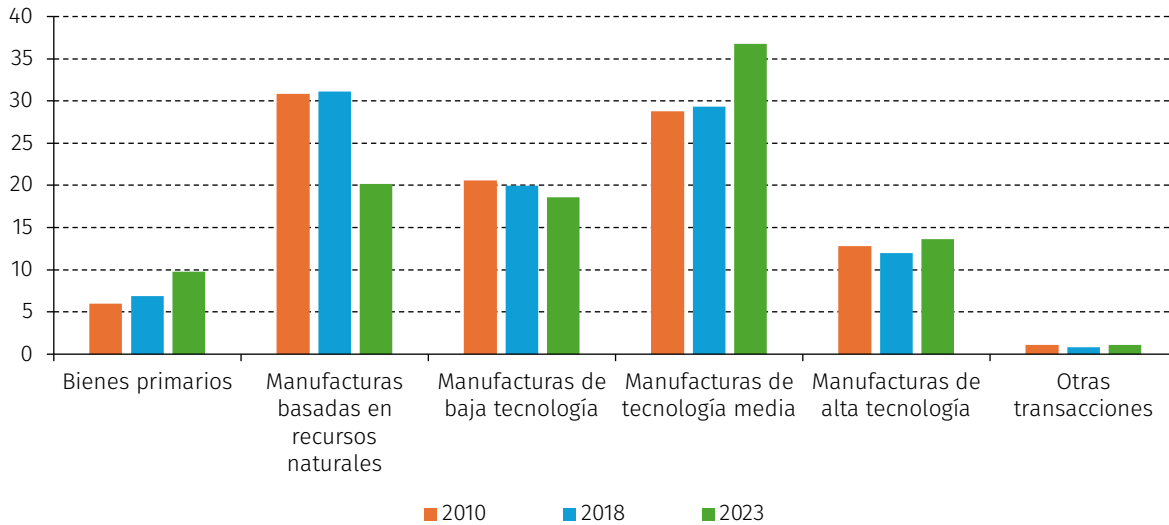
^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

En cuanto a las importaciones, por las características de su economía, sustentada principalmente en los servicios, Panamá es un importador neto de todo tipo de mercancías. El crecimiento constante de su economía también ha ayudado a aumentar los ingresos de su población, especialmente en los estratos de nivel medio y alto, fenómeno que ha repercutido en mayores compras de bienes de consumo.

Las mayores importaciones panameñas se componen de manufacturas basadas en recursos naturales (31% del total, entre 2010 y 2023), entre los que sobresalen los aceites de petróleo y las preparaciones alimenticias, principales productos en la categoría (véase el gráfico 6). Un segundo tipo de productos importados son las manufacturas de tecnología media (29% del total), como los automóviles y otras máquinas y aparatos mecánicos y eléctricos. Otros de sus principales productos de importación son los materiales de construcción, el calzado, artículos de higiene personal, muebles, vestidos, juguetes, entre otros. En este período, la categoría de manufacturas de baja tecnología representó el 20% de las compras panameñas. En general, las compras de Panamá están diversificadas. También adquiere una cantidad importante de manufacturas de alta tecnología (12% del total) y de bienes primarios (7%), como se aprecia en el gráfico 6. Entre los principales productos en esas categorías se cuentan los medicamentos, el maíz, los residuos de soya, celulares, máquinas para el procesamiento de datos, televisores, alimento para animales, trigo.

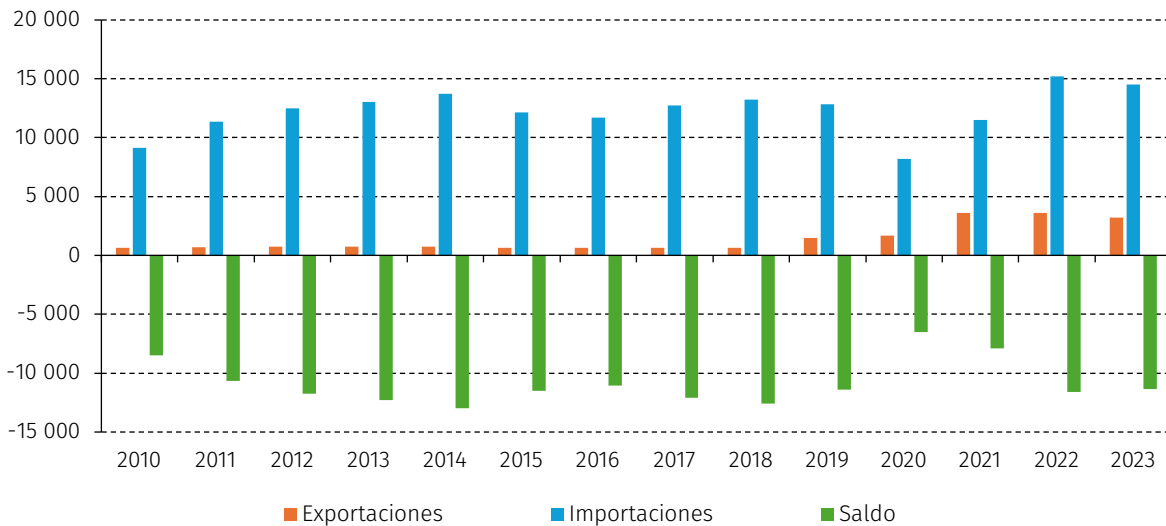
Entre 2010 y 2023, las importaciones de Panamá sumaron 10,3 millones de dólares, en promedio. Esa cifra corresponde a 14 veces el valor de sus exportaciones. La diferencia entre sus flujos comerciales determina que la balanza de la cuenta corriente de Panamá arroje un significativo déficit comercial estructural, que solo ha disminuido por efecto de los cambios en los precios internacionales y por las mayores ventas de cobre. Como se observa en el gráfico 7, aunque el valor de sus exportaciones se incrementó en los últimos años impulsado por el cobre, su déficit se mantuvo casi en los mismos niveles que en los años anteriores a la pandemia de COVID-19 (11.334 millones de dólares en 2023). Esto ocurrió asociado a un aumento en los precios de sus importaciones, especialmente de petróleo y manufacturas. Súmese a lo anterior, la diferencia de la tasa de crecimiento de los flujos. Mientras que la tasa de crecimiento de las exportaciones fue del 18,3% en promedio anual, entre 2010 y 2023, la de las importaciones alcanzó el 5,4% en este lapso. La mayor disminución de las importaciones se observó durante los años de la pandemia de COVID-19, en los que el movimiento de comercio de bienes resultó fuertemente afectado. Previo al aumento de las exportaciones de cobre, el índice de las exportaciones decreció (-0,8%).

Gráfico 6
Panamá: importaciones de bienes de Panamá de acuerdo con su incorporación tecnológica,
2010, 2018 y 2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

Gráfico 7
Panamá: cuenta corriente de bienes, 2010-2023^a
(En millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [bases de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>; y <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

La mayor parte de las importaciones de Panamá han provenido de los Estados Unidos (25% de total, entre 2010 y 2023), las Zonas Libres de Petróleo de Panamá (14%), China (9%), la ZOLICOL (8%), México (5%), Costa Rica (4%), Colombia (3%), las Zonas Francas de Panamá (3%), España (2%) y de la República de Corea (2%), entre los principales proveedores (véase el cuadro A5 en el anexo). La revisión

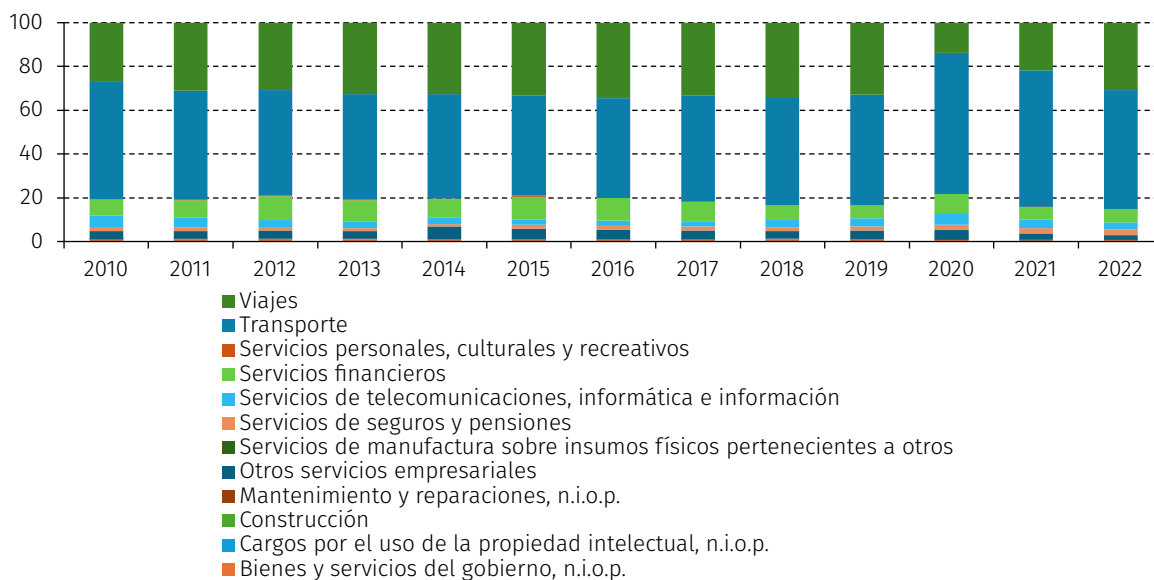
de estos porcentajes pone de relieve que los orígenes de las importaciones de Panamá están diversificados, al igual que los diferentes productos provenientes de esas economías. En el período 2010-2023, Panamá importó bienes procedentes de 129 lugares, sin incluir los diversos casos en que se enviaron desde sus zonas francas, en las que se pierde la trazabilidad del origen del producto. En ese período Panamá también añadió nuevos proveedores, especialmente de países del Oriente Medio, Asia y Europa. Entre estos países se cuentan los Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, la Arabia Saudita, Marruecos, Lituania, Chipre, el Líbano, Bangladesh, Camboya, Madagascar, Croacia, Luxemburgo, Islandia y Malta.

b) Comercio de servicios

A diferencia del comercio de bienes, el comercio de servicios de Panamá registra un superávit comercial. Durante el período 2010-2022¹⁰, sus exportaciones duplicaron el número de sus importaciones de servicios. Esa relación redundó en un superávit promedio de 6.657 millones de dólares. Entre 2010 y 2022, Panamá ocupó el puesto 55 entre los mayores exportadores de servicios a nivel mundial, en términos de valor bruto, y se ubicó como cuarto mayor exportador de América Latina y el Caribe, después del Brasil, México y la Argentina.

Entre los mayores rubros de los servicios de exportación de Panamá se cuenta el transporte (52% del total entre 2010 y 2022), seguido por el turismo (30%). Otras de sus exportaciones de servicios más importantes fueron los servicios financieros (8%), otros servicios empresariales (4%), servicios de telecomunicaciones (3%) y servicios de seguros y pensiones (2%), entre otros (véase el gráfico 8 y el cuadro A8 del anexo). La tasa promedio anual de crecimiento de sus exportaciones fue del 8,2%, con una tendencia casi continua al alza. Sus actividades solo resultaron afectadas durante la pandemia de COVID-19, en cuyo transcurso sus dos principales actividades económicas —el transporte y el turismo— resintieron un drástico descenso. El mayor impacto se observó en el año 2020, como se muestra en el gráfico 8 y en el cuadro A8 del anexo). A partir de 2022 sus actividades muestran una clara recuperación, con una tasa de crecimiento del 44%, con respecto al año anterior y un monto exportado de más de 15 millones de dólares.

Gráfico 8
Panamá: exportaciones totales de servicios por rubro, 2010-2022
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), Comercio internacional de servicios en Centroamérica [base de datos en línea] <https://www.servicios.sieca.int/>.

¹⁰ Período disponible en las estadísticas de servicios.

Como importador de servicios, Panamá se ubicó en la posición 81 a nivel mundial durante el período 2010-2022. Además, fue el octavo mayor importador de América Latina y el Caribe, por debajo del Brasil, México, la Argentina, Chile, Colombia, la República Bolivariana de Venezuela y el Perú. Sus mayores rubros de importación son los mismos que en las exportaciones: el transporte (46% del total entre 2010 y 2022) y los viajes (19%). Otros de los mayores rubros son otros servicios empresariales (13%), los servicios financieros (9%), los servicios de seguros y pensiones (5%) y los cargos por el uso de propiedad intelectual (3,4%) (véase el cuadro A9 en el anexo).

La disponibilidad actual en las estadísticas de servicios de Panamá no permite el análisis bilateral. Por tal motivo, no es posible estudiar el origen y destino del comercio de servicios.

2. Apertura y marco comercial

Panamá ha sido uno de los países centroamericanos con un mayor grado de apertura comercial, medido por el peso de sus exportaciones e importaciones de bienes y servicios con relación a su PIB. Desde 1980, el índice de apertura de Panamá alcanzó niveles superiores al 100%. Su mayor grado de apertura comercial se registró en 2011, cuando su comercio de bienes y servicios representó el 166% de su PIB (véase el cuadro A3 en el anexo). A partir de ese año se observa una disminución en su grado de apertura comercial. Desde 2016 sus índices de apertura alcanzaron niveles por encima del 88% del PIB, y en 2020, por efecto de la pandemia de COVID-19, su apertura comercial fue de 65,5% en relación con el PIB.

La apertura de Panamá también se advierte al examinar las tarifas arancelarias aplicadas a sus importaciones. En promedio, la tarifa de nación más favorecida aplicada por Panamá fue de 5,1 *ad valorem*, en 2022, de acuerdo con información de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Los productos agrícolas son los más protegidos por Panamá, con una tasa del 11,9% *ad valorem*; mientras que los industriales arrojaron una tasa promedio simple del 4% *ad valorem*. En ese mismo año, las líneas arancelarias de productos agrícolas libres de arancel representaron el 29% del total de las líneas, y las industriales el 61%. Esta proporción evidencia la mayor apertura del país a la importación de productos industriales.

En la firma de acuerdos comerciales Panamá ha sido más tardío que otros países centroamericanos, o de aquéllos con mayor apertura comercial de América Latina, como Chile y México. Panamá comenzó la firma de acuerdos de alcance parcial en las décadas de 1980 y 1990. En 1997 se unió a la OMC y a partir de 2002 comenzó la firma de Tratados de Libre Comercio (TLC) de nueva generación. El primero de esos tratados lo suscribió en 2002 con sus vecinos centroamericanos: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. A la fecha, el país dispone de 14 TLC firmados, aunque en vigor solo suman 1311 (véase el cuadro 1). Panamá firmó un TLC con México en 2014 que entró en vigor en 2015.

Cuadro 1
Panamá: tratados de libre comercio firmados y en vigor a junio de 2024

Socio	Firma	En vigor
AAP República Dominicana	1985	1987
AAP Colombia	1993	1995
OMC	1997	1997
Panamá/Centroamérica	2002	2002
Provincia china de Taiwán	2003	2004
Chile	2006	2008
Singapur	2006	2006
Estados Unidos	2007	2012
AAP Cuba	2009	2009
Canadá	2010	2013
Perú	2011	2012

¹¹ En 2013, Panamá firmó un TLC con Colombia que no entró en vigor debido a la aplicación de barreras arancelarias a los productos del sector textil y de calzado provenientes de la ZLC.

Socio	Firma	En vigor
Unión Europea	2012	2013
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	2012	2012
Colombia	2013	
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)/Costa Rica	2013	2014
AAP Trinidad y Tabago	2013	
México	2014	2015
Israel	2018	2019
Corea del Sur/Centroamérica	2018	2021
Reino Unido/Centroamérica	2019	2021

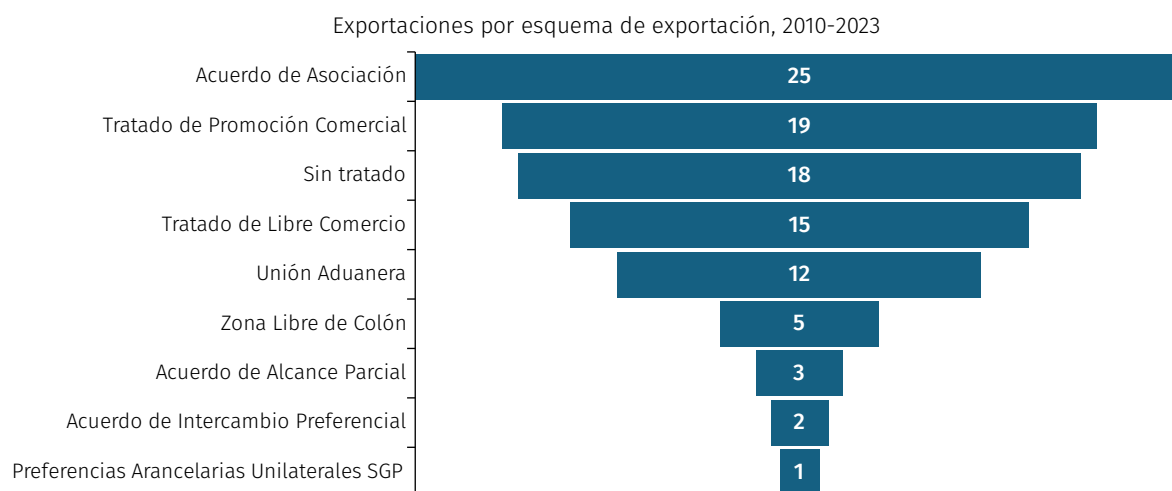
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de información oficial.

Nota: AAP: Acuerdo de Alcance Parcial.

Con esa red de acuerdos, Panamá procura obtener reglas más transparentes, mayor acceso a su oferta agrícola y agroindustrial y profundizar la liberalización de su plataforma de servicios. Panamá también intenta atraer mayores inversiones con la firma de acuerdos que incluyan normativas en el sector servicios y reglas de protección a las inversiones extranjeras. Los acuerdos comerciales negociados por Panamá han eliminado las barreras de bienes y servicios y ofrecen a los inversionistas la posibilidad de exportar a terceros mercados con preferencias comerciales. La firma de acuerdos comerciales ha ido de la mano con la política comercial panameña y con su objetivo de promoción de las exportaciones.

La importancia de los tratados negociados se aprecia en su uso para las exportaciones. De acuerdo con la información del Ministerio de Industrias y Comercio de Panamá, en 2023 el 25% de sus ventas de mercancías se efectuó en el marco de un Acuerdo de Asociación (es decir, en el marco del Acuerdo con la Unión Europea). Como se muestra en el gráfico 9, el 19% del comercio se llevó a cabo por medio de un tratado de promoción comercial, el 18% fuera de un marco preferencial, 15% mediante un TLC y 12% a través de una Unión Aduanera (hacia Centroamérica). En total, el 82% de las exportaciones panameñas utilizaron un marco preferencial de exportación. Aun así, en esos porcentajes no se reflejan los productos que, por no cumplir con reglas de origen, u otras reglas impuestas por los tratados comerciales, no pudieron entrar a los mercados de los países socios con preferencias arancelarias.

Gráfico 9
Panamá: exportaciones por tipo de acuerdo comercial, 2023
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de la información INTELCOM Panamá. [en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

B. Chile

En 2022 Chile ocupó la posición 46 en la economía mundial y la quinta de América Latina y el Caribe, después del Brasil, México, la Argentina y Colombia. En ese año, Chile obtuvo un PIB de 301 millones de dólares, a precios corrientes, de acuerdo con datos de la CEPAL. Chile abarca una superficie territorial de 756.950 km², y es diez veces más grande que Panamá. Su territorio se distingue por su riqueza en minerales, localizada en yacimientos y depósitos metalíferos, rocas y minerales industriales. A escala internacional, se le reconoce como un país minero. Se identifica al cobre como su principal mineral y producto de exportación. También se explotan otros minerales metálicos: el molibdeno, oro, plata, hierro, zinc y magnesio (SERNAGEOMIN, 2024).

El país está situado en el extremo sur del continente americano. Al norte Chile limita con el Perú y al noreste con el Estado Plurinacional de Bolivia. Al este se halla la Cordillera de Los Andes en la que se marca la frontera con la Argentina. Al oeste lo bordea el océano Pacífico y al sur se halla el pasaje del mar de Drake, que separa a América del Sur de la Antártida y conecta con el océano Atlántico. Con un clima propicio para la agricultura y la ganadería, así como un largo litoral marítimo, la economía se especializa en la producción de frutas, explotación forestal y pesca; productos destinados principalmente a la exportación.

En 2024, la población estimada de Chile es de 19,7 millones de habitantes, con una renta media de 15.368 dólares, en 2022. La mayoría de su población se ubica en un rango de edad entre los 25 y 34 años (17% del total), de acuerdo con datos de CEPALSTAT. La mayoría de su población ocupada (70,3%) desarrolla actividades de servicios como comercio, servicios financieros, otros servicios, transporte, entre otros. En la minería se desempeñaba en 2022 solo el 2,9% de la población ocupada; en la agricultura el 7,3% y en la manufactura el 9,3%. En ese mismo año, su índice de Gini era de 0,445, inferior al índice de Panamá de 0,496 puntos.

En cuanto al sector externo, Chile mostraba en 2022 una estructura deficitaria en su cuenta corriente, que correspondía al 9% de su PIB. Ese déficit provenía principalmente como resultado de su balanza de servicios negativa, que en ese año alcanzó una cifra superior a 14.000 millones de dólares, mientras que la de bienes fue positiva, con un monto de 3.800 millones de dólares (CEPAL, 2024). El país importa y exporta sobre todo servicios de transporte. Con respecto a los bienes, cabe mencionar entre sus principales productos de exportación al mineral y concentrados de cobre, el cobre refinado y otros carbonatos y percarbonatos, así como frutas, madera y bebidas alcohólicas. En el flujo de las importaciones de bienes, Chile adquiere principalmente bienes intermedios (49%, en 2022), seguido por bienes de consumo (23%), bienes de capital (22%) y el 6% en vehículos.

El principal destino de las exportaciones de cobre chileno es China, economía a la que se destina cerca del 70% de su producción. Su concentración de mercado y la volatilidad en el precio del metal influyen con mucha fuerza en la dinámica de sus exportaciones y en su economía. En los últimos años esta dinámica ha afectado la economía chilena a causa de que su componente fundamental es el sector exportador. Ahora bien, se debe mencionar que entre 2010 y 2022, el PIB chileno se elevó a niveles superiores al PIB de América Latina y el Caribe, con una tasa promedio real anual del 3,2%, en ese período. Sus menores crecimientos se registraron en los años posteriores a la pandemia de COVID-19, por efecto de los ajustes macroeconómicos que el país se vio obligado a adoptar derivado de las medidas económicas puestas en vigor durante la pandemia (CEPAL, 2023b).

Como inversionista, Chile ocupó la posición 35 a nivel mundial y la tercera en América Latina, después del Brasil y México. También se dispone de un capital significativo acumulado en el extranjero, correspondiente al 45% de su PIB en 2022. Un porcentaje mayor a la proporción de la inversión acumulada en el Brasil (42% del PIB) o de México (44% del PIB). De acuerdo con la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, en 2020 existían más de 1.200 empresas chilenas ejecutando 3.200 proyectos en el exterior. La mayoría de esas inversiones entre 1990 y 2020 se dirigieron a los países de América Latina y el Caribe (81% del total), en especial el Brasil, y América del Norte (11%), sobre todo a los Estados Unidos. Los sectores de destino más destacados de esas inversiones fueron los servicios y la energía. Entre las principales empresas chilenas con inversiones en el mundo se encuentran Crystal Lagoons, Agencias Universales, SIGDO Koopers, SQM, Empresas COPEC, entre otras.

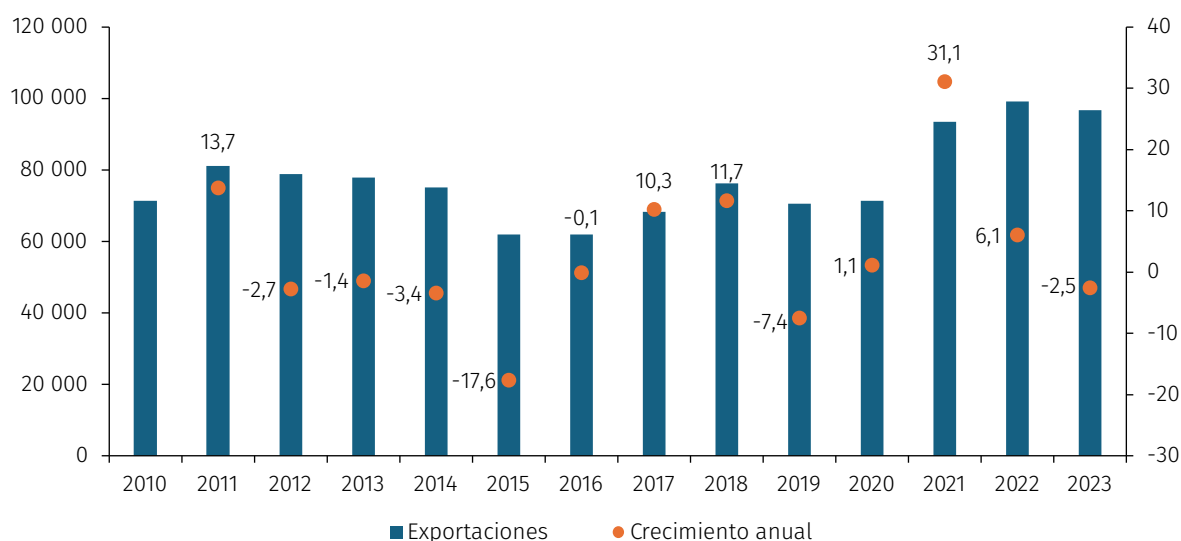
1. Comercio global de Chile

En 2023 Chile ocupaba la posición 42 como mayor exportador mundial, y contribuía con el 0,4% de las exportaciones mundiales, de acuerdo con información de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). En América Latina y el Caribe, Chile se situaba en la tercera posición como exportador, después de México y el Brasil. En el flujo de las importaciones, Chile se posicionó en el lugar 45 como importador mundial y tercero en la región de América Latina y el Caribe, con el 0,4% de las compras mundiales.

a) Comercio de bienes

Durante el período 2010-2023 las exportaciones totales chilenas se incrementaron a una tasa promedio anual del 2,6%, hasta alcanzar la cifra de 96.704 millones de dólares, de acuerdo con los datos de Aduanas de Chile. En promedio, las exportaciones de Chile reportaron un monto de 77.389 millones de dólares durante el período de estudio, y las sumas más altas se observaron en los años posteriores a la pandemia de COVID-19, como se expone en el gráfico 10; con una tasa de más del 30% en 2021. En comparación con las exportaciones de Panamá, Chile vendió al exterior 53 veces más en términos de valor, en promedio, durante el período de estudio.

Gráfico 10
Chile: valor y crecimiento de las exportaciones totales de bienes, 2010-2023
(En millones de dólares y tasas de variación anual)



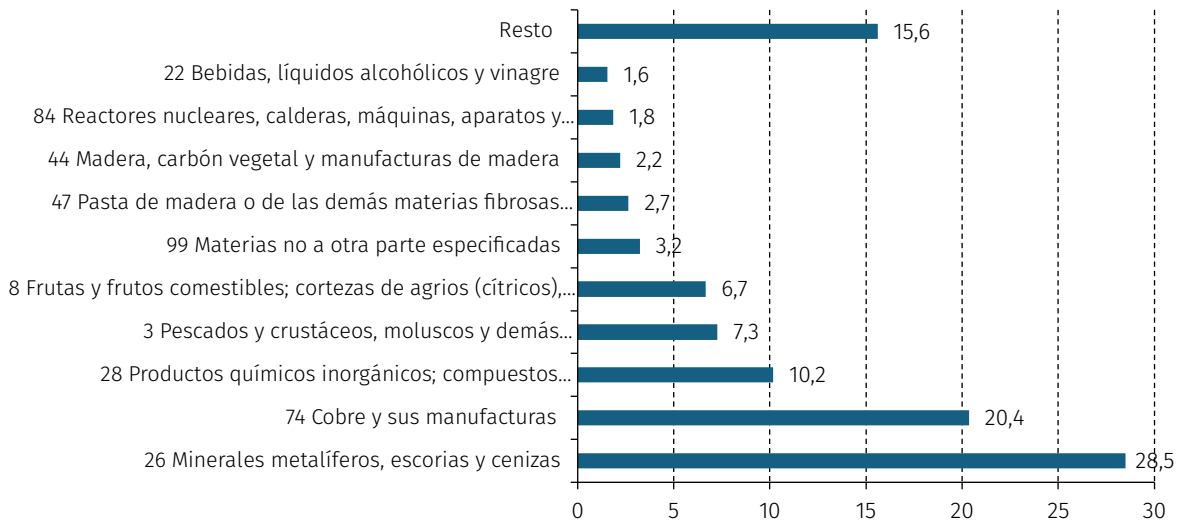
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información de Dirección Nacional de Aduanas, Estadísticas Intercambio Comercial [base de datos en línea] <https://www.aduana.cl/intercambio-comercial/aduana/2018-12-17/151753.html>.

Las exportaciones chilenas se componen de productos minerales agrupados en dos capítulos del Sistema armonizado (SA): los minerales metalíferos, escorias y cenizas (capítulo 26) y el cobre y sus manufacturas (capítulo 74) (véase el gráfico 11). Ambos capítulos representaron en 2023 cerca de la mitad (48,9%) de la canasta exportadora chilena al mundo. La economía de Chile posee una alta especialidad en estos dos capítulos. En 2022 Chile fue el tercer mayor exportador de minerales metalíferos a nivel mundial (8% de las exportaciones mundiales), después de Australia y el Brasil. Mientras que en la venta de cobre y sus manufacturas, el país fue el primer país exportador en el mundo con el 10% de las ventas totales.

Entre otros de sus principales capítulos de exportación figuran los productos químicos orgánicos (10,2% en 2023), seguidos por los pescados y crustáceos (7,3%), las frutas y frutos comestibles (6,7%), los productos de madera (4,9%), las máquinas y aparatos mecánicos (1,8%) y las bebidas (1,6%), como se muestra en el gráfico 11. En la venta de pescados y crustáceos, así como en la de frutas y frutos

comestibles, Chile se encuentra entre los diez principales exportadores mundiales. En el primer tipo de productos, Chile obtuvo en 2022 una participación del 5% en las ventas mundiales, detrás de Noruega, China, el Ecuador, la Federación de Rusia y Viet Nam. En el segundo tipo, su participación mundial alcanzó 5,8%, en este año, solo detrás de los Estados Unidos, España y México.

Gráfico 11
Chile: estructura de sus exportaciones de bienes por capítulo, 2023
(En porcentajes)

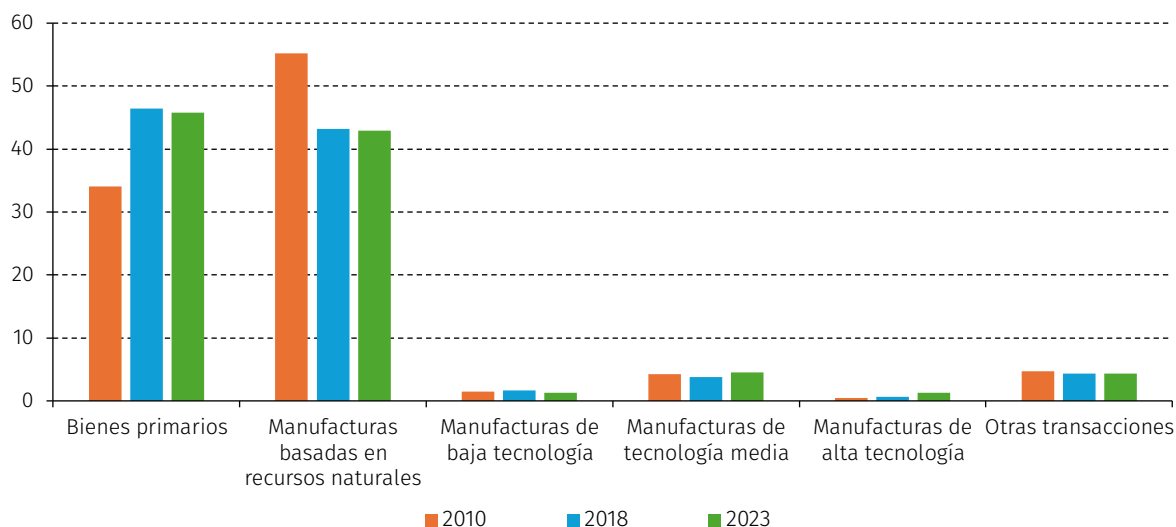


Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Centro de Comercio Internacional (ITC), TradeMap [base de datos en línea] <https://www.trademap.org/Index.aspx>; y con información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile.

Clasificadas por intensidad tecnológica, las exportaciones chilenas estuvieron constituidas en su mayoría por bienes primarios y manufacturas basadas en recursos naturales. En 2023 estas categorías de productos sumaron el 89% de las exportaciones totales chilenas. Este porcentaje no ha cambiado en los últimos años, y la estructura de la canasta exportadora de Chile se mantiene compuesta por productos sujetos a la volatilidad del mercado y a sus precios internacionales. Los productos chilenos más importantes en esas categorías son los minerales de cobre y sus concentrados, el cobre refinado en forma de cátodos, los carbonatos de litio, el cobre sin refinar, las cerezas frescas, los minerales de molibdeno y sus concentrados, los filetes de salmónes, los minerales de hierro y sus concentrados, el yodo, el vino y las frutas frescas.

La participación de manufacturas con incorporación tecnológica es baja en las exportaciones de Chile. En 2023, esos grupos de productos representaban el 7% del total de sus exportaciones, y las más importantes fueron las manufacturas de tecnología media, como se expone en el gráfico 12. Entre los productos más destacados en ese grupo se cuentan los motores de émbolo, los contenedores y cisternas, el metanol, el ferromolibdeno, los abonos minerales o químicos, las partes de aviones, helicópteros o aeronaves, las barras de aceros aleados, los medicamentos constituidos para fines terapéuticos y profilácticos, el cloruro de potasio y los helicópteros con un peso superior a 2.000 kg.

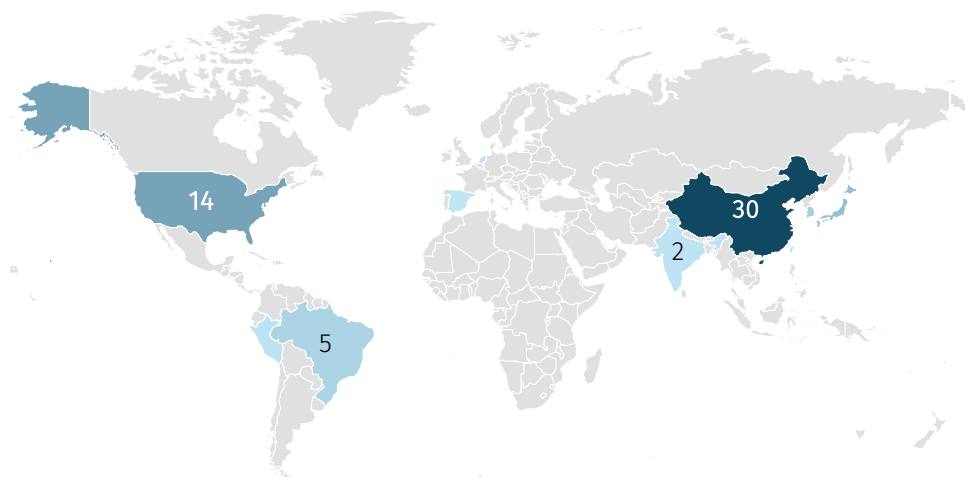
Gráfico 12
Chile: estructura de sus exportaciones de bienes de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2023
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Centro de Comercio Internacional (ITC), TradeMap [base de datos en línea] <https://www.trademap.org/Index.aspx>; y con información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile.

Los Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones chilenas hasta 2006, pero a partir de 2007 China se convirtió en el primer destino de exportación del país, relegando a los Estados Unidos a la segunda posición. Entre 2010 y 2023, el 30,5%, en promedio, de los bienes chilenos se enviaron a China, como se aprecia en el mapa 1. Entre otros países asiáticos que figuran en la lista de sus diez principales proveedores se hallan el Japón (9% de las ventas totales entre 2010 y 2023), seguido por la República de Corea (5,9%), la India (2,2%), la provincia china de Taiwán (2,1%). La participación de los Estados Unidos, en este período, fue de 13,8%. El Brasil (5%) y el Perú (2,3%) también se cuentan entre sus principales destinos en el período de estudio (2010-2023). Por último, se incluyen en la lista otros países europeos como los Países Bajos (2,6%) y España (1,9%) (véase el cuadro A6 del anexo).

Mapa 1
Chile: principales destinos de sus exportaciones de bienes, 2010-2023
 (En porcentajes)



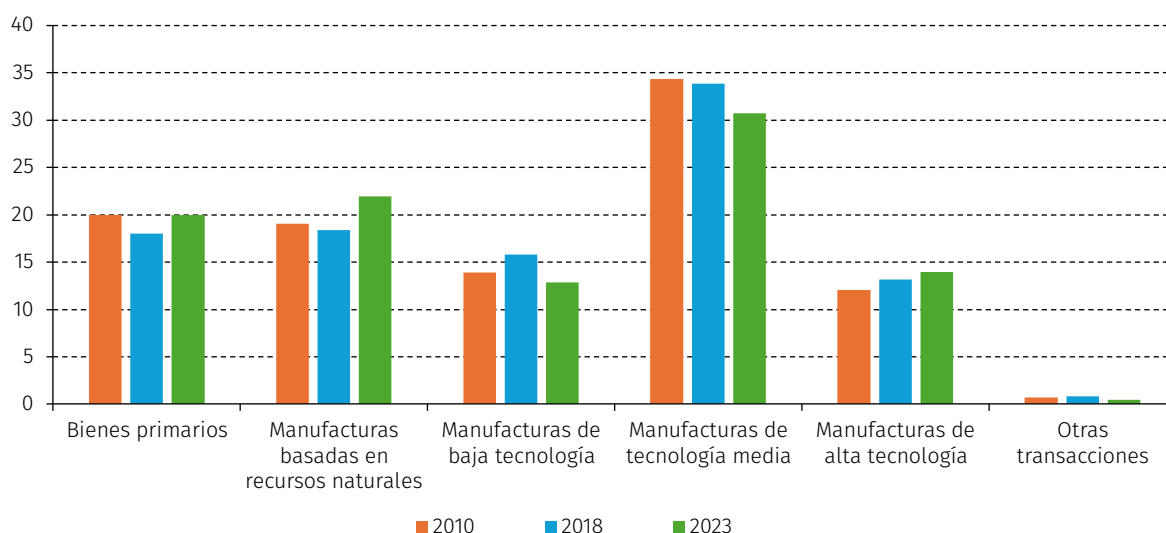
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile, Exportaciones por continente y país [base de datos en línea] <https://www.aduana.cl/exportaciones-por-continente-y-pais/aduana/2018-12-13/115605.html>.

Nota: Los límites y los nombres que figuran en este mapa no implican su apoyo o aceptación oficial por las Naciones Unidas.

Las exportaciones que presentaron las tasas de crecimiento más altas entre 2010 y 2013 en la lista de los principales proveedores fueron las destinadas a China y a los Estados Unidos. Ambas exportaciones registraron una tasa de crecimiento promedio de 6,5%, en el período de análisis. Mientras que otros mercados como Burkina Faso, Côte d'Ivoire, la República Centroafricana, Mali, Bahrein y Mónaco reportaron entre 2010-2023 tasas de crecimiento promedio superiores al 43%. Sin embargo, el porcentaje de esos seis países sigue siendo bajo, dado que suman el 0,1% de las exportaciones chilenas.

En el flujo de las importaciones se aprecia una mayor participación de las manufacturas con incorporación tecnológica (60% en promedio), aunque la compra de bienes primarios y manufacturas basadas en recursos naturales también es importante (39% en promedio). Sus mayores importaciones en el primer grupo de productos en 2023 fueron los aceites de petróleo, la carne deshuesada de bovinos, la hulla bituminosa, el gas natural licuado y en estado gaseoso, el maíz, los minerales de molibdeno y el gas propano. En el segundo tipo de productos, sus mayores compras correspondieron a teléfonos inteligentes, vehículos automóviles para el transporte de mercancías y turismo, medicamentos para fines terapéuticos o profilácticos, máquinas automáticas para procesamiento de datos, máquinas para la recepción de voz e imágenes, grupos electrógenos de energía eólica, generadores volcánicos, entre otros.

Gráfico 13
Chile: estructura de sus importaciones de bienes de acuerdo con su intensidad tecnológica, 2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Centro de Comercio Internacional (ITC), TradeMap [base de datos en línea] <https://www.trademap.org>; y con información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inicio.html>.

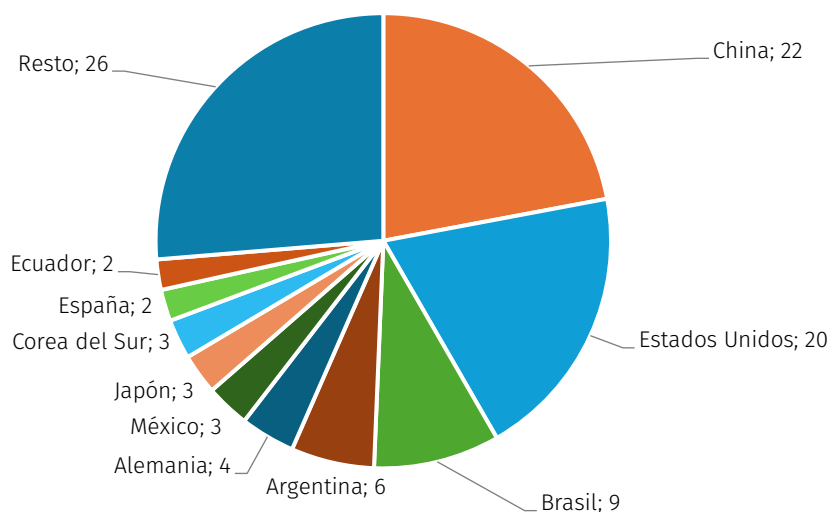
La mayoría de los bienes importados por Chile entre 2010 y 2023 provinieron de sus dos principales socios comerciales: China (22% del total) y los Estados Unidos (20%). Véase el gráfico 14. Ambos mercados sumaron el 42% de las compras totales, por lo que es válido afirmar que Chile tiene una canasta importadora de bienes diversificada en sus proveedores. Otros de sus principales mercados fueron sus vecinos del Cono Sur: el Brasil (9% del total) y la Argentina (6%), además del Ecuador (2%). Entre otros de los principales diez proveedores en el período de estudio cabe mencionar a Alemania, México, el Japón, la República de Corea y España. Todos ellos sumaron el 15% de las importaciones totales de Chile en 2023.

El dinamismo de las importaciones provenientes de China ha determinado que este país se ubique como el primer proveedor del mercado chileno, desplazando a los Estados Unidos. Entre 2010 y 2023, la tasa promedio anual de crecimiento de las compras de Chile desde China fue del 6,7%, casi el doble de la tasa de crecimiento de sus importaciones totales (3,5%). A su vez, en este período la tasa anual de

crecimiento promedio de las importaciones desde los Estados Unidos fue del 4,7%. Otros de sus principales proveedores con las mayores tasas de crecimiento fueron el Brasil (5,5%) y España (5,6%). Sin embargo, proveedores como la India, Viet Nam, Turquía, Polonia, Nueva Zelanda, Bangladesh y Camboya observaron tasas de crecimiento promedio anual superiores a dos dígitos. En ese grupo, Bangladesh mostró el mayor crecimiento: 28,7% promedio anual entre 2010 y 2023 (véase el cuadro A7 en el anexo). Panamá se ubicó en la posición 62 como proveedor de Chile con una tasa de crecimiento promedio anual del 0,3% durante el período analizado.

Entre 2010 y 2023, el monto de las importaciones de Chile fue similar al de sus exportaciones. En promedio, sus importaciones sumaron 68.201 millones de dólares, lo que arrojó un superávit promedio de 9.168 millones de dólares.

Gráfico 14
Chile: principales orígenes de importación de bienes, 2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Centro de Comercio Internacional (ITC), TradeMap [base de datos en línea] <https://www.trademap.org>; y con información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inicio.html>.

b) Comercio de servicios

Chile se posicionó entre 2010 y 2022 como el 62 exportador mundial de servicios (0,17% de las ventas mundiales) y en el puesto 50 como mayor importador (0,31% de las compras). En 2023 las exportaciones chilenas de servicios alcanzaron un monto de 9.792 millones de dólares, gracias a un mayor dinamismo en el rubro de viajes y mayores servicios aéreos. En ese mismo año, las importaciones de servicios de Chile sumaron 20.574 millones de dólares. De acuerdo con el Banco Central de Chile, el incremento en el valor de las importaciones en los últimos años está relacionado con el aumento en los precios de los fletes marítimos, así como con las mayores compras de servicios financieros y de turismo.

La mayoría de sus exportaciones son servicios tradicionales, como el transporte y los viajes, aunque los servicios modernos adquieren dinamismo en los últimos años. Los principales rubros de ese flujo fueron el transporte, que representó el 47%; seguido por los otros servicios empresariales con el 21% y los viajes con el 12%. Las importaciones también están constituidas en su mayoría por servicios tradicionales, especialmente el transporte y los viajes, que representaron el 54% de las importaciones en 2022. Los otros servicios empresariales y de telecomunicaciones sumaron el 24%, en ese mismo año.

Entre 2010 y 2023, las exportaciones de servicios de Chile se contrajeron 0,3% promedio anual, principalmente por el efecto de la pandemia del COVID-19 en sus rubros de exportación clave. Aun así, desde 2014 ya se observaba una baja en sus ventas de servicios, que cesó en 2023 con el aumento de los viajes. En cambio, sus importaciones alcanzaron una tasa de crecimiento positiva del 3,8%, en promedio,

durante este período. Este cambio ha redundado en un déficit creciente en su balanza comercial de servicios, que en 2022 presentó un saldo de 14.824 millones de dólares y en 2023 disminuyó a 10.782 millones de dólares.

2. Apertura y marco comercial

De acuerdo con la Dirección General de Aduanas de Chile, el país ha firmado un total de 33 acuerdos comerciales con 65 economías, entre los que destacan los suscritos con China, los Estados Unidos, MERCOSUR y la Unión Europea, sus principales socios comerciales. Chile comenzó su proceso de apertura en la década de 1990 con la firma de varios Acuerdos de Complementación Económica (ACEs) y su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1995, como se observa en el cuadro 2.

Cuadro 2
Chile: tratados de libre comercio firmados y en vigor a junio 2024

Socio	Firma	En vigor
ACE Bolivia (Estado Plurinacional de) núm. 22	1993	1993
ACE Venezuela (República Bolivariana de) núm. 23	1993	1993
OMC	1995	1995
ACE MERCOSUR núm. 35	1996	1996
TLC Canadá	1996	1997
TLC México	1998	1999
ACE Cuba núm. 42	1999	2008
TLC Centroamérica	1999	2002
AA Unión Europea	2003	2004
TLC Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	2003	2004
TLC Estados Unidos	2003	2004
TLC República de Corea	2003	2004
AA Nueva Zelanda, Singapur y Brunéi (P4)	2005	2006
TLC China	2005	2006
AAP India	2006	2007
TLC Panamá	2006	2008
AA Japón	2007	2007
TLC Australia	2008	2009
TLC Turquía	2009	2011
ALC Malasia	2010	2012
TLC Viet Nam	2011	2014
TLC Hong Kong (China)	2012	2014
TLC Tailandia	2013	2015
Alianza Pacífico	2014	2016
ACE Uruguay núm. 73	2016	2018
AAE Indonesia	2017	2019
TLC Argentina	2017	2019
TLC Brasil	2018	2022
Tratado de Asociación Transpacífico (TPP)	2018	2023
AA Reino Unido	2019	2021
ACE Ecuador núm. 75	2020	2022
AEC Paraguay	2021	2024

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inicio.html> y de Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) [en línea] http://www.sice.oas.org/ctyindex/CHL/CHLagreements_s.asp.
Nota: TLC= Tratado de Libre Comercio; AA= Acuerdo de Asociación; ACE= Acuerdo de Complementación Económica; AAP= Acuerdo de Alcance Parcial; AAE= Acuerdo de Asociación Económica; AEC= Acuerdo Económico Comercial; OMC= Organización Mundial de Comercio; P4= Pacífico 4.

En 2022, el 79,4% de las importaciones de Chile ingresaron bajo las preferencias de algunos de los acuerdos firmados. A China correspondió el mayor porcentaje, con el 25% de esas importaciones, seguido por el TLC con los Estados Unidos (23,2% del total), el ACE con MERCOSUR (20,1%) y el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea (11,2%)¹².

A nivel arancelario, la tarifa de nación más favorecida (NMF) aplicada por Chile en 2022 fue del 6% *ad valorem*, de acuerdo con los datos de la OMC. Una tasa superior a la observada con Panamá (5,1%). En 2022 el nivel arancelario para los productos agrícolas e industriales fue del 6%. No obstante, al 93,6% de sus importaciones agrícolas en 2021 se aplicó un arancel mayor al 5% y menor al 10%, *ad valorem*. En cambio, el 99,9% de los productos industriales se importaron con una tasa del 6% (OMC, 2023).

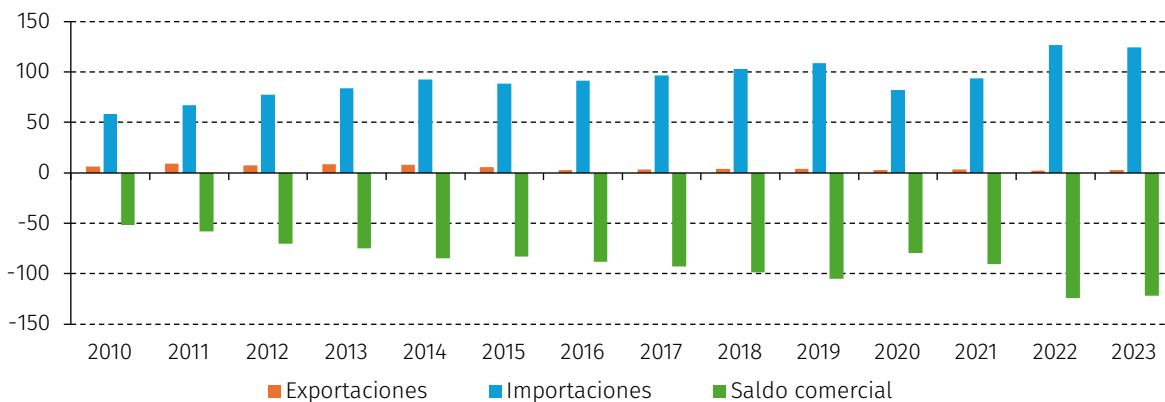
Aun cuando Chile es el país de América Latina y el Caribe con el mayor número de acuerdos comerciales firmados, su grado de apertura comercial es bajo, medido por el peso de su comercio de bienes y servicios en relación con su PIB. En 1990 su grado de apertura fue del 56% del PIB. Durante el período 1990-2023 su mayor grado de apertura se registró en 2008, cuando su comercio de bienes y servicios representó el 81% de su PIB (véase el cuadro A3 en el anexo). Ahora bien, pese a las cimas alcanzadas en 2008 y 2022 (75% del PIB), su apertura comercial promedio fue del 61% durante el período 1990-2023, un índice menor al observado en Panamá.

¹² Véase [en línea] <https://www.aduana.cl/en-chile-casi-el-80-de-las-importaciones-se-acogen-a-aranceles/aduana/2023-11-03/170557.html>.

II. Comercio bilateral de bienes entre Chile y Panamá

Entre 2010 y 2023, las exportaciones panameñas hacia Chile presentaron una baja tasa de crecimiento promedio anual (6,8%). Un comportamiento diverso al de sus importaciones desde Chile, que en este período se elevaron a una tasa de crecimiento promedio anual de 6,6% (véase el gráfico 15). Este comportamiento en sus flujos comerciales ha incrementado el déficit comercial de Panamá con ese país. Un déficit que solo disminuyó durante la pandemia del COVID-19, ocasionado por las dificultades experimentadas en ese período en el transporte de mercancías. Sin embargo, mientras que en 2010 las exportaciones panameñas a Panamá representaban casi 10 veces el monto de sus importaciones desde Chile, en 2023 esa relación fue de casi 50 veces. En ese último año, el déficit comercial de Panamá con Chile alcanzó un monto de 121,9 millones de dólares. La disminución observada desde 2016 en las exportaciones de Panamá hacia Chile, en tendencia con sus exportaciones globales, contribuyó al aumento del déficit comercial.

Gráfico 15
Panamá: comercio de bienes con Chile, 2010-2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

A. Exportaciones de Panamá hacia Chile

La canasta exportadora de Panamá a Chile se concentra en tres productos: el ron, las grasas y aceites de pescado, y las piñas frescas o secas. Dichos rubros sumaron el 77% de las ventas panameñas a Chile entre 2010 y 2023 (véase el gráfico 16). Esa misma concentración se observa a nivel de capítulo del sistema armonizado. Los tres mayores capítulos de exportación a Chile fueron las bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (capítulo 22), entre los que se hallan el ron, las grasas y aceites animales y vegetales (capítulo 15), que incluye los aceites de pescado, y las frutas y frutos comestibles (capítulo 8), que comprende a las piñas. El resto de sus exportaciones por capítulo representó el 18% de las ventas panameñas a Chile, con porcentajes menores al 5% por capítulo.

A nivel de producto, con participaciones menores al 5% de las exportaciones totales de Panamá a Chile, destacan el alcohol etílico, los medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos, las preparaciones para salsas y salsas preparadas, los desechos de papel o cartón, los cementos sin pulverizar, las construcciones de fundición de hierro o acero, la harina de pescado y las preparaciones para sopas.

Gráfico 16
Panamá: principales exportaciones hacia Chile a nivel de capítulo, 2010-2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

La estructura de las exportaciones panameñas a Chile se ha mantenido prácticamente constante a lo largo del período 2010-2023, en el que las manufacturas basadas en recursos naturales fueron las más representativas, como se observa en el gráfico 17 y el cuadro A10 (véase el anexo). En promedio, ese tipo de exportaciones representó durante el período de estudio el 78% de las ventas de Panamá a Chile. En esa categoría se encuentran sus principales productos: el ron, los aceites de pescado, los desperdicios de papel, los jugos de frutas y las preparaciones alimenticias, como las salsas y sopas¹³.

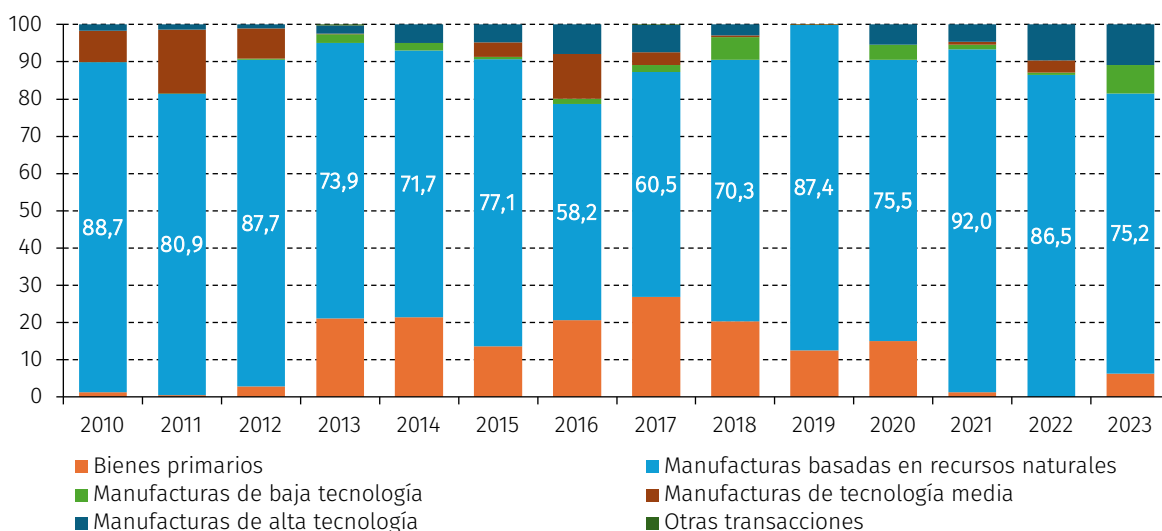
Los productos primarios se posicionan en el segundo lugar entre los bienes más vendidos por Panamá a Chile, ya que representaron el 12% de las ventas, durante el período de estudio. El principal producto incluido en esta categoría fue la piña. Y también se registraron exportaciones de café, atún, harina de pescado, despojo de porcinos, salmónidos frescos, pescado fresco y leche. Se debe subrayar

¹³ Para mayor detalle de los principales productos por categoría, véase en el anexo, el cuadro A12.

que las ventas de esos productos son volátiles, pues registran exportaciones entre uno o seis años, de los 14 años del período de estudio.

A este tipo de productos le siguieron las ventas de manufacturas de alta tecnología, que representaron el 5% en promedio de sus ventas a Chile. De hecho, su porcentaje pasó del 2%, en 2010, al 11%, en 2023. Esta categoría abarca exclusivamente medicamentos para fines terapéuticos o profilácticos. La exportación de las manufacturas de baja y mediana tecnología significó, en promedio, el 6% de las ventas de Panamá a Chile. Los principales productos en esas categorías fueron: el alcohol etílico, las construcciones y partes de hierro y acero, artículos de pasta de papel, productos inorgánicos y pigmentos.

Gráfico 17
Panamá: exportaciones de bienes hacia Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

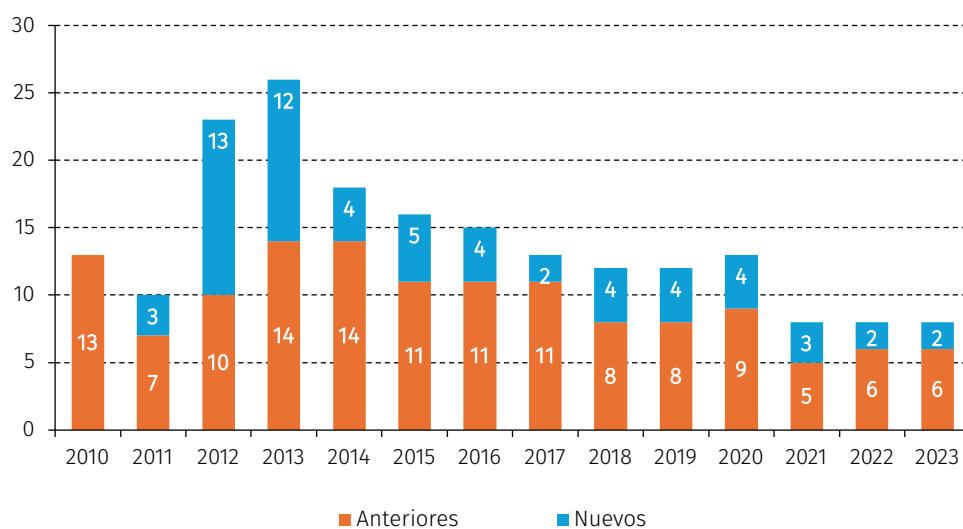
Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Una característica adicional observada en las exportaciones de Panamá a Chile es su alta volatilidad. En general, solo se registró la venta de algunos productos a lo largo del período estudiado. Esta volatilidad parece ir de la mano con la desaceleración en el ritmo de sus exportaciones. En el curso del período 2010-2023, exclusivamente la venta del ron y otras bebidas espirituosas ha sido constante a lo largo de los 14 años comprendidos en el período. En cuanto a los desperdicios de papel y cartón, los medicamentos, las piñas y las preparaciones de salsas, su venta ha sido casi continua, pero no en todos los años del período.

Con el objetivo de identificar la continuidad y volatilidad en las exportaciones panameñas a Chile, se practicó un ejercicio de contabilidad de los productos a nivel de seis dígitos del SA. El año 2010 se fijó como el año base, en el que los 13 productos registrados en ese año se consideraron exportaciones anteriores, como se muestra en el gráfico 18. En los años posteriores, los productos se clasificaron como “nuevos” si en los años previos no se habían efectuado ventas de Panamá a Chile; mientras que se denominaron “anteriores” si de los productos se habían efectuado ventas en los años previos. De esa manera, en 2011 siete de los 10 productos registrados que se exportaron también en 2010 se clasificaron como “anteriores” y tres de ellos, que no se exportaron en 2010, se consideraron “nuevos”. En 2012, 10 de los 23 productos enviados en años anteriores (ya sea en 2010, 2011 o en ambos) se ubicaron como “anteriores” y 13 productos que no se habían exportado en 2010 o 2011 se catalogaron como “nuevos”.

La cantidad máxima de productos enviados por Panamá a Chile se registró en 2013, cuando se exportaron 26 productos, de los cuales 12 se identificaban como “nuevos” en el período estudiado, y 14 como “anteriores” (véase el gráfico 18). Sin embargo, es probable que esos productos se podrían haber enviado previo a 2010, lo que mostraría la volatilidad de sus exportaciones. En los años posteriores a 2013, el dinamismo de “nuevos” productos disminuyó, comprendiendo a solo dos “nuevos” productos exportados en 2023. Entre 2021 y 2023, Panamá envió a Chile solo ocho productos, en promedio. En esos años, los productos “nuevos” no sumaron más de tres. La dinámica observada en las ventas de Panamá, a través de este ejercicio, reafirma la concentración de sus exportaciones a Chile únicamente en cinco productos, principales.

Gráfico 18
Panamá: exportaciones de bienes hacia Chile por número de productos registrados, 2010-2023
(En números, a 6 dígitos del Sistema Armonizado)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Al parecer, la razón del bajo nivel de productos exportados por Panamá a Chile no radicaría en las barreras arancelarias. Panamá sostiene tres acuerdos comerciales vigentes con Chile. El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y Panamá, firmado el 27 de junio de 2006, y en vigor desde el 7 de marzo de 2007; así como dos Acuerdos Regionales en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) (A.Reg 04 y A.Reg 07). El primero en vigor desde mayo de 2012 y el segundo desde febrero de 2014. Mientras que el primero abarca todos los productos originarios de los países miembros, el segundo abarca con exclusividad los bienes culturales.

El TLC de 2008 cubrió 8.912 líneas arancelarias, 64,4% de las cuales ya estaban libres de aranceles desde 2009. A 2023, el 97% de esas líneas estaban libres de aranceles para la entrada de productos panameños al mercado chileno. Como se observa en el cuadro 3, el arancel promedio aplicado por Chile a las exportaciones de origen panameño es menor al 1% del equivalente *ad valorem*. Los aranceles más altos se aplican a los bienes primarios y en la manufactura de alta tecnología, con un arancel promedio del 0,7% *ad valorem*. Estos niveles reafirman la apertura comercial de Chile observada en el capítulo I, así como la apertura, en términos de barreras arancelarias, que tiene Panamá para entrar al mercado chileno. Sin embargo, es preciso también considerar e indagar en las barreras no arancelarias y la facilidad de Panamá para cumplir con los requisitos de origen. La realización de encuestas o encuentros con los exportadores panameños a Chile sería una de las actividades que podrían ayudar a identificar las razones de la baja exportación panameña a Chile.

Cuadro 3
Chile: tarifas *ad valorem* aplicadas a las importaciones de bienes desde Panamá, 2023

Intensidad tecnológica	Promedio EAV (En porcentajes)	Núm. de líneas
Bienes primarios	0,7	1 794
Manufacturas basadas en recursos naturales	0,4	2 077
Manufacturas de baja tecnología	0,3	1 743
Manufacturas de tecnología media	0,4	2 178
Manufacturas de alta tecnología	0,7	686
Otras transacciones	0,1	74
Total	0,4	8 552

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Centro de Comercio Internacional (ITC), con información de Trade Map [base de datos en línea] www.trademap.org.

B. Importaciones de Panamá desde Chile

La dinámica en las importaciones de Panamá desde Chile difiere de la observada en las exportaciones. Su canasta importadora está diversificada, de modo que entre 2010 y 2013 el país adquirió 1.607 diferentes productos desde Chile. La concentración de las importaciones de esos productos fue menor al 6%, en todos los casos. Sin embargo, a nivel de producto (seis dígitos del SA) se identifican como sus mayores importaciones el vino de uvas, los filetes de salmónes del Pacífico, las preparaciones alimenticias, las manzanas frescas, los medicamentos constituidos, las preparaciones alimenticias de harina de sémola, las uvas frescas, las partes y aparatos de máquinas para preparar y trabajar minerales, las peras frescas y los conductores eléctricos de 80 volts o menos. Esos 10 productos representaron el 39%, en promedio, de las compras de Panamá desde Chile entre 2010 y 2023.

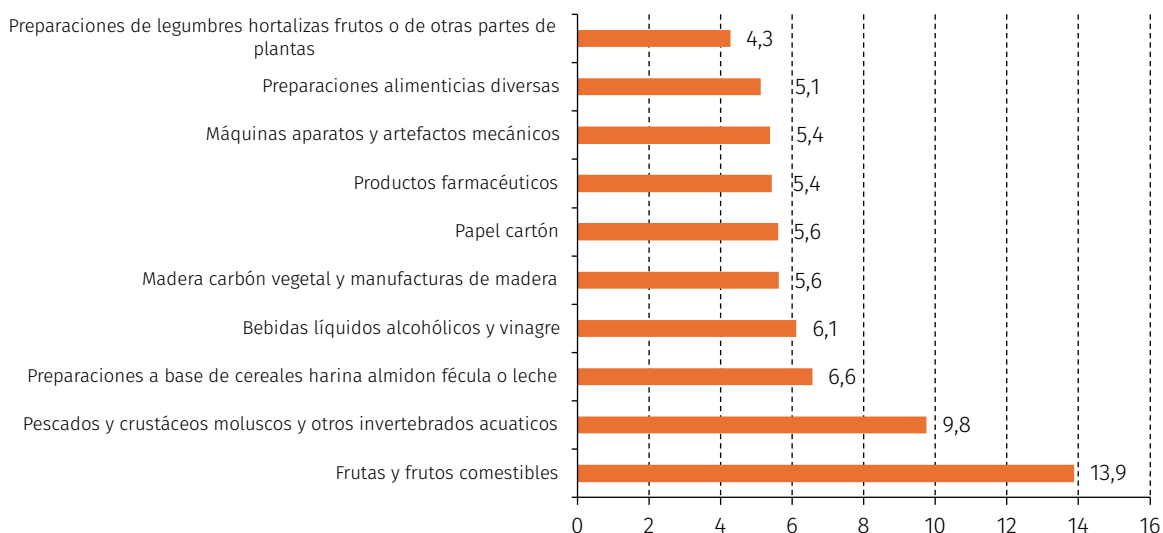
Por el tipo de productos comercializados entre Chile y Panamá, se constata que su intercambio comercial está enfocado en bienes de consumo, en donde no hay intercambio inter o intraindustrial. El índice de similitud de Grubel-Lloyd¹⁴ mide el grado de intercambio a nivel intraindustrial, es decir, el intercambio entre países de bienes que pertenecen a diferentes sectores, conocido como de doble vía. Aplicado al caso entre Panamá y Chile arrojó 0,20 puntos en 2023. Un resultado mayor a 0,33 indicaría comercio intraindustrial entre ambos socios. Por ende, se reafirma que el comercio bilateral de ambos países se basa principalmente en bienes de consumo.

Las estructuras exportadoras de ambos países son ligeramente similares, enfocadas en productos primarios y manufacturas basadas en recursos similares. El índice de similitud que mide estructuras exportadoras de los socios comerciales arrojó un resultado de 0,39 puntos entre 2023. Este índice fluctúa entre 0 y 1, en donde 0 indica que los países tienen estructuras de comercio totalmente diferentes y 1 cuando son idénticas.

Aunque las importaciones de Panamá desde Chile se hallan más diversificadas, la mayoría de estas recae en el capítulo 8, relativo a frutas y verduras. Ese capítulo representó el 14% de las importaciones de Panamá desde Chile durante el período 2010-2023. Las compras de ese capítulo se componían principalmente de manzanas, uvas y peras. Aunque solo un total de 37 diferentes tipos de productos se comercializaron. Otros de los principales sectores de importación fueron los pescados y crustáceos (10% del total), los productos de pastelería (7%), las bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (6%) y la madera y sus manufacturas (6%), entre otros.

¹⁴ Para calcular el índice Grubel-Lloyd entre dos socios se aplica la siguiente fórmula: $IGL_{ij} = 1 - \frac{\sum_k |X_{ij}^k - M_{ij}^k|}{\sum_k |X_{ij}^k + M_{ij}^k|}$, donde X son exportaciones; M, importaciones; i, país que reporta; j, socio; K, sector productivo a tres dígitos de la clasificación de productos CUCU Rev.2. El índice arroja resultados entre 0 y 1. Un resultado mayor a 0,33 indicaría comercio intraindustrial entre ambos socios; un resultado menor a 0,33 indicaría potencial de comercio intraindustrial; y menor a 0,10 indicaría relaciones interindustriales, pero no de forma directa.

Gráfico 19
Panamá: importaciones de bienes desde Chile por capítulo del SA, 2010-2023
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

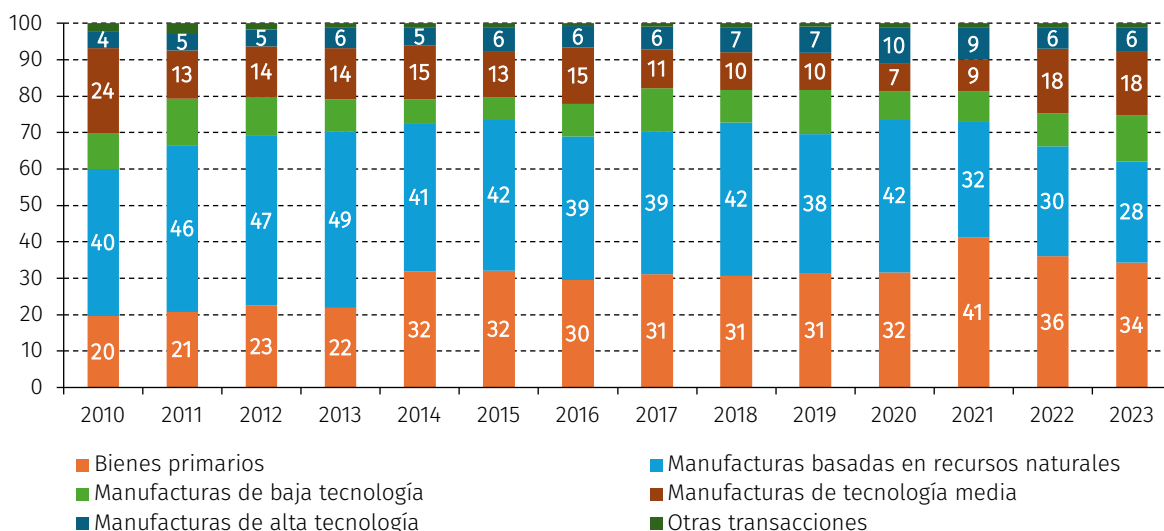
La mayoría de los productos de los principales capítulos de importación entran en la categoría de productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales. Ambos tipos de productos representaron entre 2010 y 2023 más de la mitad de las compras de Panamá a Chile (69% en promedio). Aunque el segundo tipo de categoría de productos era el más importante en 2010, al final del período las compras de productos primarios se convirtieron en el principal tipo de producto importado. En 2023, los productos primarios representaron el 34% de las compras de Panamá desde Chile, como se muestra en el gráfico 20 y el cuadro A11 en el anexo).

Entre los principales productos en la categoría de bienes primarios que ha importado Panamá de Chile se cuentan: los filetes de salmónes, las manzanas, uvas y peras frescas, los alimentos para perros y gatos y los tomates¹⁵. Mientras que en la categoría de manufacturas basadas en recursos naturales, los principales productos importados fueron el vino de uvas frescas, preparaciones alimenticias, granos de avena, jugos de fruta y extracto de malta.

Las manufacturas con tecnología incorporada sumaron en el período en estudio el 29% de las importaciones de Panamá, en promedio. Entre estas, las manufacturas de tecnología media fueron las más representativas, con un promedio de compra del 14% entre 2010-2023. Los principales bienes adquiridos en esa categoría fueron las construcciones y partes de hierro y acero, las compresas y productos higiénicos, así como artículos para molinos. En segundo lugar, se reportan las manufacturas de mediana tecnología, como las partes de máquinas y aparatos para preparar y trabajar materias minerales, y los conductores de alta tensión. Finalmente, en la importación de manufacturas de alta tecnología, las más representativas fueron los medicamentos para fines terapéuticos o profilácticos, las preparaciones químicas anticonceptivas, los medicamentos con antibióticos y las impresoras y fotocopiadoras.

¹⁵ Para mayor detalle de los principales productos por categoría véase en el anexo, el cuadro A13.

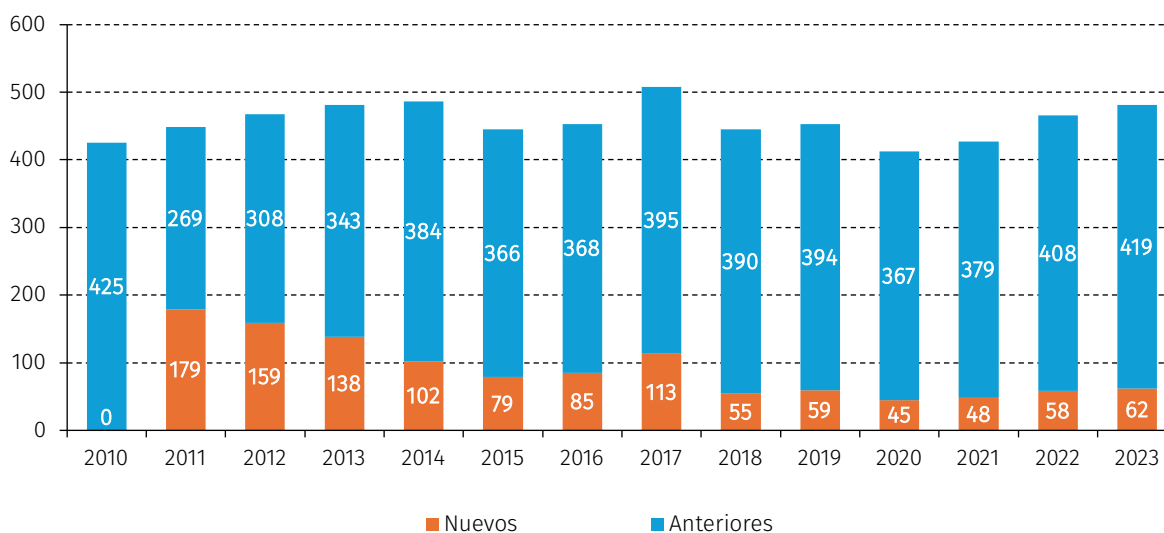
Gráfico 20
Panamá: importaciones de bienes desde Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

La diferencia entre el flujo de importación y el de exportación también se observa en el número de productos importados y la continuidad de su compra por parte del mercado panameño. En promedio, Panamá importó, entre 2010 y 2023, 457 diferentes productos de Chile a un nivel de desagregación de seis dígitos del SA. De esos 457 productos, 81 se importaron continuamente durante todos los años del período estudiado. Entre esos productos destacan, por su valor, el vino, los alimentos para perros o gatos, las manzanas frescas, los medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos, las preparaciones alimenticias, entre otros.

Gráfico 21
Panamá: importaciones de bienes desde Chile por número de productos registrados, 2010-2023
 (En números, a 6 dígitos del Sistema Armonizado)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

Realizando este ejercicio de contabilidad de los productos, descrito en la sección de las exportaciones de Panamá a Chile, se obtuvo que 195 productos se importaron de manera continua entre 10 y 14 años; mientras que 590 productos se adquirieron solo una vez, en uno de esos 14 años del período. Estos datos muestran la volatilidad en las importaciones, aunque en menor medida que lo observado en las exportaciones. La mayoría de los productos importados en una sola ocasión durante el período de estudio, se clasificaron en la categoría de manufacturas con incorporación de tecnología. Lo anterior reafirma que califica como un comercio basado en productos primarios y de manufacturas basadas en recursos naturales.

III. Análisis de la competitividad exportadora de Panamá en el mercado chileno

A fin de identificar los productos panameños que podrían expandir sus ventas con mayor éxito en el mercado chileno, se llevó a cabo un ejercicio de competitividad *ex post*, de acuerdo con la metodología desarrollada por la CEPAL. Esta metodología se basa principalmente en el análisis de dos variables: la demanda y la oferta en el comercio de bienes. Además, se agregan otras variables, como las barreras arancelarias, la concentración de los mercados, la VCR o especialización y la complejidad productiva.

En este documento, la metodología se ha dividido en tres partes. En la primera se analiza el comportamiento de las exportaciones de Panamá hacia Chile. Este ejercicio se llevó a cabo desde la perspectiva de Panamá, es decir, a partir de los datos de exportación proporcionados por este país. El objetivo fue identificar la oferta de productos panameños en el mercado chileno y global. En la segunda parte se estudió la dinámica de las importaciones de productos panameños desde Chile, a partir de la perspectiva chilena, es decir, a partir de los datos de comercio de Chile. Por medio de este ejercicio se procuró identificar los productos con demanda creciente en el mercado chileno y la competitividad de Panamá en ese mercado. Finalmente, en la tercera parte se conjugaron las dos primeras con objeto de identificar los sectores con demanda creciente en el mercado chileno y los productos, dentro de esos sectores, en los que Panamá podría aumentar sus exportaciones a México.

El período de análisis para el estudio de competitividad fue el mismo que para el análisis de los dos primeros capítulos: 2010 a 2023. En algunas partes del presente capítulo, ese período se dividió en grupos de tres años para un mejor análisis de las variaciones en los diferentes indicadores. En la tercera parte se dio mayor énfasis a la dinámica del comercio en los últimos cinco años. Se consideró que el período 2019-2023 recoge la tendencia previa y posterior a la pandemia de COVID-19, que ha generado cambios en los patrones del comercio internacional.

El análisis se realizó a nivel de subpartida, a seis dígitos del SA, y por sector. La clasificación a seis dígitos permite un mayor detalle del producto y el cruce de los datos entre la oferta de Panamá y la demanda de Chile. Además del análisis e identificación de oportunidades a seis dígitos del SA, en la tercera sección de este capítulo, se resumió el análisis de la competitividad exportadora por sectores. Esa clasificación permite identificar los sectores para los cuales Panamá podría elaborar y ejecutar políticas industriales y de comercio que apoyen e incentiven los sectores con mayores oportunidades de exportación en el mercado chileno.

A. Ejercicio de competitividad exportadora de Panamá hacia Chile a partir de sus exportaciones totales

En este ejercicio se analizó la dinámica de 25 productos exportados por Panamá a Chile entre 2010 y 2023, por medio de cinco indicadores de competitividad¹⁶. El primero de estos fue la contribución que aporta el peso de cada uno de los productos en la canasta exportadora de Panamá a Chile. El segundo indicador fue la participación de mercado que registra la participación de Chile como destino de las exportaciones de Panamá por producto. El tercero fue la especialización o ventaja comparativa revelada (VCR), que permite comparar el peso del producto en la canasta exportadora de Panamá a Chile frente a la importancia del producto en la canasta exportadora global panameña. El cuarto indicador fue el valor unitario relativo que posee el nivel promedio al que Panamá vendió los productos a Chile, en relación con el precio global de venta de Panamá. Finalmente, el quinto indicador fue la tipología del producto que ayuda a identificar los productos más competitivos y los sectores más dinámicos en el comercio entre Chile y Panamá.

La contribución mide el porcentaje que representa, en términos de valor, cada uno de los 25 productos exportados a Chile, en el total de las exportaciones de Panamá a ese país. Por medio de este indicador se constató la reconfiguración de la canasta exportadora panameña a Chile en ese período. En los primeros seis años (2010-2015), el 70% de las ventas a Chile se concentraron en un producto: ron y otras bebidas espirituosas obtenidas de productos de caña de azúcar, destiladas y fermentadas. En los siguientes ocho años (2016-2023), las exportaciones se diversificaron a causa de la reducción en la concentración de las ventas de ron y al crecimiento en las exportaciones de grasas y aceites de pescado, cementos sin pulverizar y medicamentos constituidos para fines terapéuticos y profilácticos. En 2022-2023 los cuatro productos sumaron el 85% de las ventas de Panamá a Chile.

En la columna de contribución del cuadro 4 se expone el cambio en puntos porcentuales de la contribución de cada producto, entre 2010 y 2023. Con un ícono verde se marcó a aquellos productos que aumentaron su contribución a la canasta exportadora de Panamá a Chile. Como se puede apreciar, solo se incluyeron las grasas y aceites de pescado y los cementos sin pulverizar. Ambos productos registraron un cambio de más de 20 puntos porcentuales entre 2010 y 2023. El ícono rojo correspondió a los productos en que se observaron reducciones en su contribución a la canasta exportadora. El caso más representativo fue el del ron, que disminuyó en más de 37 puntos porcentuales, al pasar de una contribución del 74% entre 2010-2012, al 36% entre 2022-2023. Finalmente, en amarillo se señala a los productos que mantuvieron relativamente su contribución en las exportaciones de Panamá, con cambios menores a 10 puntos porcentuales.

Algunos de los productos que elevaron su contribución relativa también incrementaron el porcentaje de sus exportaciones destinadas al mercado chileno. Esta dinámica se advierte por medio de la participación de mercado, el segundo indicador de competitividad. Con este indicador se mide el porcentaje de cada producto en las exportaciones panameñas a Chile. En el período de estudio, las preparaciones de sopas fue el producto que más concentró sus envíos a Chile. En promedio, el 49% de las exportaciones panameñas de preparaciones de sopas se destinó a Chile, entre 2010 y 2023. Otros de los productos con una buena participación de mercado en Chile fueron las preparaciones para salsas (29% promedio), seguidas por las camisas y blusas de materia textil (21%) y el alcohol etílico sin desnaturalizar (17%), entre los más significativos.

Entre 2010 y 2023, solo 10 de los 25 productos analizados ampliaron su participación de mercado, como se observa en la columna cuatro del cuadro 4, marcados con un ícono amarillo y verde. Entre estos, los cementos y los vasos destacan por el cambio de la participación de mercado de Chile en más de 10 puntos porcentuales (marcados con un ícono verde). En contraposición, 15 de los 25 productos disminuyeron su participación de mercado en Chile, lo que indica la desviación de las exportaciones panameñas a otros mercados. Así ocurrió con las preparaciones para salsas y sopas, el alcohol etílico, el ron, papel y cartón, así como varios de los productos textiles.

¹⁶ La dinámica de la lista completa de los productos exportados por Panamá puede verse en el cuadro A15 del anexo.

En la preparación de salsas, Panamá disminuyó la participación de mercado hacia Chile, mientras que expandió sus ventas a Honduras, el Japón y Puerto Rico. Esta dinámica se observó en el ron. Panamá incrementó las participaciones de mercado de sus exportaciones hacia Italia, Francia, México, El Salvador y las Islas Vírgenes, así como las destinadas a la Zona Franca de Panamá. En 2010 Chile era el primer destino de sus exportaciones de ron y en 2023 fue el sexto. La participación de mercado de las exportaciones de ron a Chile disminuyó en más de 23 puntos porcentuales entre 2010 y 2023.

Cuadro 4
Panamá: análisis de competitividad de mercado de sus exportaciones a Chile, 2010-2023
(En cambio porcentual y promedio del precio relativo)

Código SA	Descripción producto	Contribución	Participación de mercado	Especialización	Precio relativo	Tipología 2019-2023
080430	Piñas (ananás), frescas o secas	✗ -1,0	✗ -0,1	● 2,0	● 1,0	Retirada
090111	Café sin tostar ni descafeinar	● 0,0	● 0,2	● 2,4	✗ 0,5	Estrella menguante
090122	Café tostado descafeinado	● 0,1	● 0,0	● 0,2	✗ 0,6	Retirada
150420	Grasas y aceites de pescado y sus fracciones...	✓ 20,5	● 3,4	✓ 46,2	✗ 0,8	Retirada
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas...	✗ -1,3	✗ -19,4	✗ -20,2	✓ 1,1	
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	✗ -1,4	✗ -40,6	✗ -42,1	● 1,0	
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar... >= 80% vol.	✗ -11,9	✗ -18,8	✗ -19,5	✗ 0,9	
220840	Ron y otros espíritus..., de caña de azúcar...	✗ -37,5	✗ -28,7	✓ 22,2	✓ 1,3	Estrella menguante
252310	Cementos sin pulverizar (clínker)	✓ 20,5	✓ 11,1	✓ 151,6	✗ 0,5	Oportunidad perdida
300490	Medicamentos constituidos..., para usos terapéuticos...	● 6,7	✗ 0,0	● 6,2	✓ 3,9	Estrella naciente
340600	Velas cirios y artículos similares	● 0,7	● 1,1	✓ 14,4	✗ 0,8	Oportunidad perdida
382440	Aditivos preparados para cementos, morteros u hormigones	● 0,3	● 0,4	● 5,2	✓ 1,3	Estrella menguante
391590	Desechos (desperdicios) y recortes de plástico...	● 0,4	● 0,9	✓ 12,3	✓ 2,0	Estrella naciente
440399	Madera en bruto...	✗ -0,1	✗ -0,1	✗ -0,1	✓ 3,2	
470710	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos)...	● 2,2	✗ -25,2	✓ 97,0	✓ 1,1	Oportunidad perdida
470790	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos)...	✗ -0,5	✗ -13,9	✓ 45,0	✗ 0,7	Retirada
610610	Camisas, blusas y blusas..., de algodón, para mujeres o niñas...	✗ 0,0	✗ -0,4	✗ -0,5	● 1,0	
610690	Camisas, blusas y blusas..., de materia textil, para mujeres o niñas...	✗ 0,0	✗ -35,6	✗ -37,0	✓ 1,1	
620332	Chaquetas (sacos) de algodón, para hombres o niños...	✗ 0,0	✗ -0,4	✗ -0,4	● 1,0	
620339	Chaquetas (sacos) de materia textil, para hombres o niños...	✗ 0,0	✗ -0,8	✗ -0,8	✗ 0,9	
620412	Trajes sastre, de algodón, para mujeres o niñas...	✗ 0,0	✗ -2,3	✗ -2,4	● 1,0	
620452	Faldas y faldas pantalón, de algodón, para mujeres o niñas...	✗ 0,0	✗ -0,3	✗ -0,3	● 1,0	
701337	Vasos, jarros y demás recipientes de cristal para...	● 0,0	✓ 12,1	✓ 175,3	✗ 0,9	Retirada
730890	Construcciones y partes de construcciones, de fundición, hierro o acero...	● 2,6	● 1,3	✓ 17,3	✗ 0,9	Estrella naciente
760200	Desperdicios y desechos de aluminio	● 0,2	● 0,0	● 0,3	✗ 0,1	Retirada

Fuente: Elaboración propia, sobre la base Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con información de Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <http://magic.cepal.org>.
Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón. Código SA= código de Sistema Armonizado.

Las mayores especializaciones o VCR de Panamá a Chile se observan en los vasos y jarros de cristal (175 puntos), los cementos sin pulverizar (152 puntos), el papel o cartón para reciclar desperdicios (55 puntos) y las grasas y aceites de pescado (37 puntos). Con la especialización se mide la relación entre la contribución del producto y la participación del producto¹⁷ en las exportaciones totales de Panamá. Un valor mayor a uno indicaría que las exportaciones de Panamá a Chile están especializadas en ese producto y que el peso de ese producto en el comercio bilateral es mayor que en el comercio total de Panamá.

Entre 2010 y 2023, la mayoría de las exportaciones panameñas incrementaron su nivel de especialización en Chile. Entre esos productos destacan las grasas y aceites de pescado, los cementos sin pulverizar, las velas y cirios, la madera en bruto, el papel o cartón para reciclar, los vasos y jarros de cristal y las construcciones o partes de construcciones de fundición de hierro o acero. En todos esos productos el cambio de sus niveles de especialización superó los 10 puntos porcentuales, marcados con un ícono verde en el cuadro 4. En el resto de los productos se registró un cambio en su especialización menor a 10 puntos porcentuales (marcados con un ícono amarillo). Otros productos, como las preparaciones para sopas o salsas, las camisas de materia textil para niñas y el alcohol etílico (marcados con un ícono rojo) disminuyeron su especialización, lo que se podría traducir como un menor peso en la canasta a Chile, en comparación con la mayor importancia de los productos en las ventas globales.

Finalmente, en el análisis del valor unitario relativo se observa que los precios de ventas de Panamá a Chile han descendido en los últimos cinco años, aunque su precio promedio se ubica por encima del precio promedio global de venta de Panamá. El valor unitario relativo es el cociente entre el valor del producto exportado a Chile y el valor unitario promedio de ese producto en las exportaciones panameñas. En este dato no se cuenta el costo de fletes y seguros. Cuando el valor unitario del producto es mayor a uno, significa que el precio al que se vendió ese producto a Chile fue mayor al precio promedio de venta al que Panamá comerció el producto a nivel global. Dependiendo del precio promedio de compra de Chile, este indicador podría sugerir la conveniencia para Panamá de elevar sus ventas en Chile.

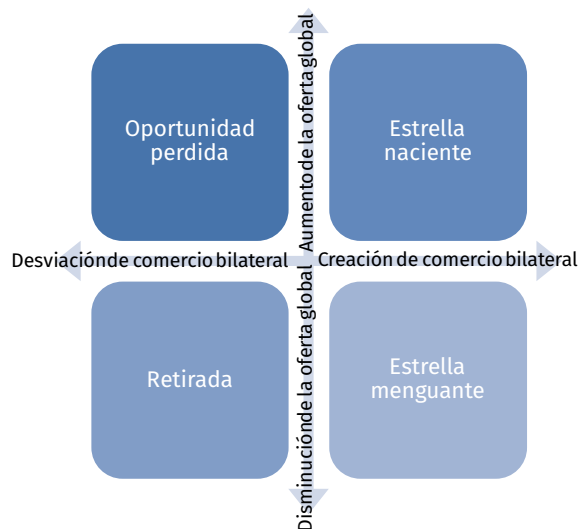
Continuando con este análisis, en el caso de los medicamentos para usos terapéuticos, su valor unitario relativo registra un valor de 3,9 en el cuadro 4, lo que significa que el precio al que se vendieron los medicamentos a Chile fue casi tres veces mayor al valor promedio de venta de Panamá. Sin embargo, a lo largo del período su valor ha bajado. En 2010-2012 el valor unitario promedio de los medicamentos de Panamá fue de 179 dólares por kilogramo. Entre 2022-2023, el valor fue de 29,6 dólares por kilogramo. Algo similar sucedió con el café tostado descafeinado, que entre 2016 y 2023 cayó su valor unitario de 13,5 dólares por kilogramo a 6,3 dólares por kilogramo. Ahora bien, pese a esas disminuciones, en la columna 6 se indica que un poco más de la mitad de los productos panameños exportados a Chile se vendieron por encima del valor promedio de venta, lo que sugiere la conveniencia de intensificar la venta de esos productos a Chile.

Con el objetivo de obtener un resumen de la dinámica de las exportaciones de Panamá a Chile, estas se clasificaron en cuatro categorías, de acuerdo con el cambio de dos variables. Por una parte, el cambio entre 2019 y 2023 de la participación de mercado de Chile en cada producto exportado. Por la otra, el cambio de la participación de cada producto en las exportaciones globales de Panamá en este período. A partir de la interrelación de esas dos variables se obtuvieron cuatro tipos de productos.

Al primero de esos productos se le denominó “estrella naciente”. Ese tipo de producto se caracteriza por registrar un aumento de la participación de mercado de Chile en las exportaciones y, al mismo tiempo, una mayor participación en las exportaciones globales de Panamá (véase el diagrama 1). Al segundo producto se le denominó “estrella menguante” a raíz del incremento registrado en la participación de mercado de Chile en las exportaciones y al descenso de su participación en las exportaciones globales de Panamá. Al tercer tipo de producto se le llamó “oportunidad perdida”. En ese producto se registró una reducción de la participación de mercado de Chile en las exportaciones, acompañado de una mayor participación en las exportaciones globales de Panamá. Finalmente, al cuarto tipo de producto se le nombró “retirada” por la disminución registrada tanto en la participación de mercado de Chile en las exportaciones, como en las exportaciones globales de Panamá.

¹⁷ En este caso, participación de producto es el porcentaje que representa el valor de las exportaciones de un producto panameño en el valor de las exportaciones globales totales de Panamá.

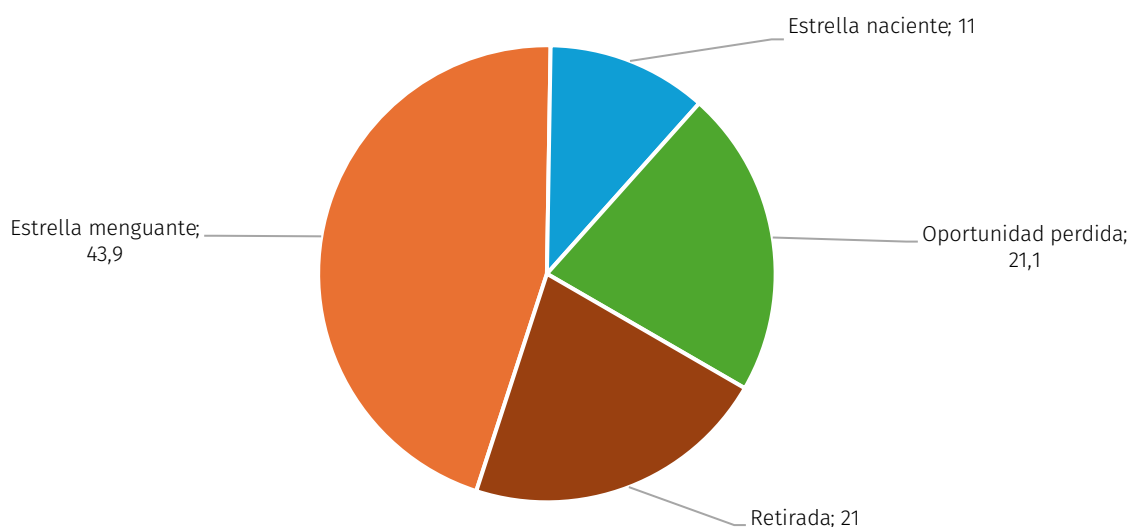
Diagrama 1
Tipología de producto de las exportaciones



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con información de Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <http://magic.cepal.org>.

El resultado de la clasificación de las exportaciones de Panamá a Chile de acuerdo con su tipología se presenta en el gráfico 22. En este gráfico se constata que cerca de la mitad de los productos enviados (43,9% del total) entre 2019 y 2023, se clasificaron como productos “estrella menguante”, es decir, productos que elevaron su participación de mercado en las exportaciones a Chile en los últimos cinco años, pero en los que Panamá redujo su oferta global en este período. Otro 21% de los productos se clasificó como retirada, lo que indica productos que mermaron su oferta en las exportaciones globales de Panamá y su participación de mercado en las exportaciones a Chile. Se considera que ambos tipos de productos se ubican en sectores de exportación estancados.

Gráfico 22
Panamá: tipología de sus exportaciones hacia Chile, 2019-2023
(En porcentajes con respecto a su contribución en las exportaciones)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.
Nota: No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

En contraposición, en los sectores de exportación dinámicos estarían los productos clasificados como “estrella naciente” y “oportunidad perdida”. En ambos productos, las exportaciones globales de Panamá se incrementaron, lo que se traduce en una ampliación de su oferta global. En el primer tipo de productos, la participación de mercado de las exportaciones hacia Chile también ascendió, mientras que en el segundo descendió. Es decir, la expansión de la oferta de Panamá no se observó en el incremento de sus ventas a Chile. En resumen, se concluye que la mayor parte de los productos exportados a Chile (64,9% del total) ha reducido su oferta global, mientras que únicamente el 32,1% restante amplió la oferta exportadora.

B. Análisis de la competitividad de las exportaciones panameñas a partir de las importaciones totales de Chile

Con objeto de analizar la competitividad exportadora de Panamá en el mercado chileno, se utilizaron las estadísticas publicadas por la Aduana de Chile en su portal web¹⁸. Debido a que en esas estadísticas se incluyen las importaciones desde las zonas francas de Panamá, se decidió solo tomar en cuenta los productos que Panamá reportó vender a Chile o al mundo, y se eliminó el resto de los productos.

Las importaciones totales de Chile desde Panamá y la Zona Franca sumaron 2.167 diferentes productos, a seis dígitos del SA. Una vez seleccionados los productos de exportación global de Panamá entre 2010 y 2023, la lista se redujo a 68 productos (43 productos más que los analizados en el apartado anterior). Sin embargo, comparando esos productos con las exportaciones panameñas hacia Chile, se observa que en la lista de las importaciones de Chile no figuran ocho productos que Panamá reportó haber exportado a Chile. Esos productos son: los despojos de porcino comestibles congelados (020649 del SA); los salmónidos frescos o refrigerados (030219); el pescado fresco o refrigerado de la Bregmacerotidae familias (030259); la leche y nata crema en polvo (040221); los productos inorgánicos de los tipos utilizados como luminóforos (320650); la madera en bruto (440399); los postes y vigas de madera (441860); y, los desperdicios y desechos de chatarra de hierro o acero estañados (720430).

Los indicadores analizados en este ejercicio fueron los mismos que en el ejercicio del análisis de la competitividad exportadora de Panamá a Chile, a excepción del valor unitario relativo, sobre el cual se carece de datos. El primer indicador es la contribución que en este ejercicio adquiere el peso de cada uno de los productos en la canasta importadora de Chile desde Panamá. El segundo indicador es la participación de mercado, que contiene la participación de Panamá como proveedor en el mercado chileno. El tercero es la especialización o ventaja comparativa revelada (VCR), que permite comparar el peso del producto en la canasta importadora de Chile desde Panamá frente a la importancia del producto en sus compras globales. Finalmente, el cuarto indicador está representado por la tipología del producto que ayuda a identificar los productos más competitivos y los sectores más dinámicos para Panamá en el mercado chileno.

En términos de análisis de la contribución, los datos reportados por Chile colocan a los aceites de petróleo como el principal producto de importación desde Panamá en 2023. Cabe aclarar que este es un producto comúnmente exportado por las zonas francas de Panamá. Dejando fuera ese producto, el ron aparece en ese año como el principal producto de importación de Chile desde Panamá. La contribución del ron en las importaciones totales de Chile desde Panamá representó el 38% de las compras, en promedio, entre 2010 y 2023. Otras de las principales adquisiciones fueron los aceites minerales (13% del total, en promedio), las grasas y aceites de pescado (11%), el papel o cartón para reciclar (11%), las piñas (10%) y los medicamentos (8%). Estos seis productos sumaron el 91% de las compras chilenas promedio desde Panamá entre 2010 y 2023.

La estructura de las importaciones chilenas desde Panamá también se modificó, al igual que la canasta exportadora de Panamá a Chile, mencionada en el apartado anterior. La contribución del ron ha descendido más de 22 puntos porcentuales. Una contracción menor también se observa en el alcohol etílico (con una reducción de 8 puntos porcentuales), el papel o cartón para reciclar y las piñas. Esos cambios están relacionados con el aumento en la importación de otros productos, principalmente de las grasas y aceites de pescado, medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos, preparaciones de belleza de maquillaje, folletos impresos y triciclos. Conviene tener en cuenta que en los tres últimos productos podrían incluirse compras desde la Zona Franca de Panamá.

¹⁸ Véase [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/comex.html>.

La participación o cuota de mercado de Panamá en las importaciones totales de Chile es baja. En términos generales, las compras desde Panamá representaban el 0,025% de las importaciones totales de Chile en 2023, si se consideran las compras de aceites de petróleo y medicamentos. Sin esos dos productos, con probable origen en las zonas francas, las importaciones desde Panamá representaron el 0,003% de las compras mundiales chilenas. Considerando todas las importaciones desde Panamá, nacionales y de zonas francas, la cuota de mercado de Panamá en Chile se elevó al 0,06%, en 2023. Una cuota que ha ido a la baja en el curso del período estudiado, y la mayor caída (0,14%) correspondió a la ocurrida en 2016.

Los productos panameños con las mayores participaciones de mercado en Chile son el ron (con el 10% de participación promedio entre 2010 y 2023), el papel y cartón para reciclar (8%), los trajes sastre de algodón para mujeres (4%) y las piñas frescas (4%). El resto de los artículos importados poseen una participación de mercado menor al 2%. Agréguese a estos resultados que algunos de los productos anteriores y otros con menor valor han ido perdiendo participación de mercado.

Un caso muy peculiar sucede con el ron, que reportó esta tendencia en las exportaciones de Panamá. Entre 2010-2012, el ron panameño representaba el 12% de la participación del mercado de exportación, y entre 2013-2015 registró una participación de 16%. En cambio, a partir de 2011 se observó una reducción en las importaciones totales de ron desde Chile. Cabría suponer que el surgimiento de empresas nacionales productoras de ron estaría contribuyendo a esa tendencia. Además, nuevos países competidores de ron en Chile como Colombia, Guatemala, los Estados Unidos e incluso China, ampliaron su presencia en este mercado. También cabe reconocer que la República Dominicana, México y Cuba son los mayores competidores de Panamá en Chile. Por ende, entre 2022 y 2023 la participación de mercado en exportaciones de Panamá fue del 7%, lo que se traduce en una disminución de 5 puntos porcentuales respecto del período 2010-2023.

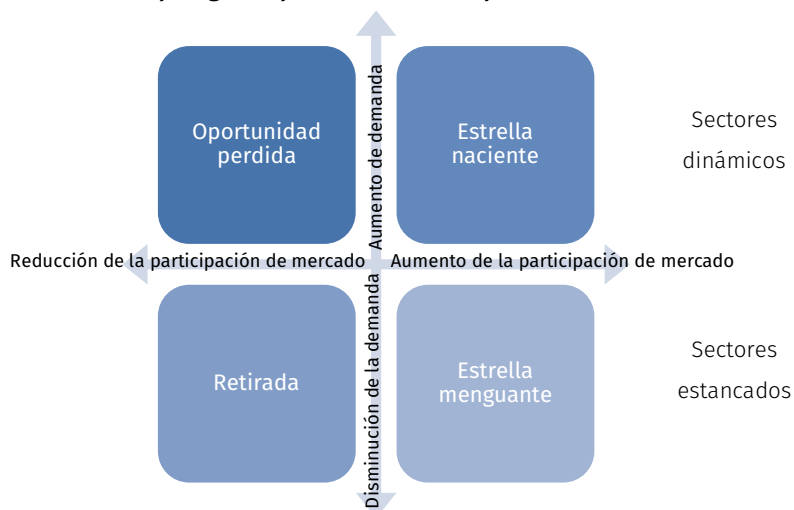
En términos de especialización, los mayores registros de Panamá en el mercado chileno se hallan principalmente en el papel o cartón para reciclar, el ron, el agua mineral, las piñas y algunos textiles con rangos promedio mayores a 300 puntos. Esta especialización resulta de la relación entre el peso de los productos panameños importados por Chile, con respecto de las importaciones totales de esos productos en Chile. Es decir, son productos con una contribución más alta en la canasta importadora de Chile desde Panamá, que en su canasta global. Por tanto, la participación de esos productos en las importaciones totales chilenas es baja.

Combinando el cambio en la dinámica de las importaciones en Chile con el cambio en la participación de mercado de los productos panameños, y enfocándose en el período 2019-2023, se observa la tipología de competitividad de 56 partidas. Los resultados arrojan que, en términos de número de productos, la mayoría se clasificaron en el eje inferior de la matriz de competitividad, como “retirada” (22 productos) y en “estrella menguante” (10 productos); véase el diagrama 2. En el eje superior de la matriz de competitividad se clasificaron 24 productos. La mayor parte de ese grupo fueron “oportunidades perdidas” (14 productos) y el resto “estrellas nacientes”.

Sobre la base del diagrama 2, con la explicación gráfica de la tipología de los productos en el flujo de las importaciones, se constata que las importaciones de Chile desde Panamá están concentradas en los sectores estancados, es decir, en los que no se registró un aumento en su demanda en Chile. Esos productos se clasificaron como “retirada” y “estrella menguante”. La dinámica en la demanda se midió por el cambio de la participación del producto en las importaciones totales de Chile entre 2019 y 2023. Además de ese descenso en la demanda, en los productos en “retirada” Panamá también acotó en este período su participación de mercado en Chile. Algunos de esos productos fueron los libros y folletos impresos o los triciclos. No obstante, en el caso de las “estrellas menguantes” Panamá incrementó su participación de mercado frente a otros competidores; por ejemplo, en productos como los medicamentos constituidos o el papel o cartón para reciclar.

En los sectores dinámicos en Chile, es decir, en los que se registró un aumento en su demanda, se clasificaron 24 productos. En la mayoría de los casos, se localizan en la parte superior-izquierda de la matriz. Se interpreta que aun con el aumento de la demanda en Chile, Panamá mermó su participación de mercado en esos productos. Por este comportamiento, dichos productos se ubican como “oportunidades perdidas”. Valga identificar entre esos productos a las preparaciones de belleza y maquillaje y el agua mineral. En contraste, en la parte superior-derecha del diagrama 2 se hallan los productos panameños que aprovecharon el crecimiento en su demanda y ampliaron su participación de mercado. El ron y algunos artículos textiles, por ejemplo.

Diagrama 2
Tipología de producto de las importaciones

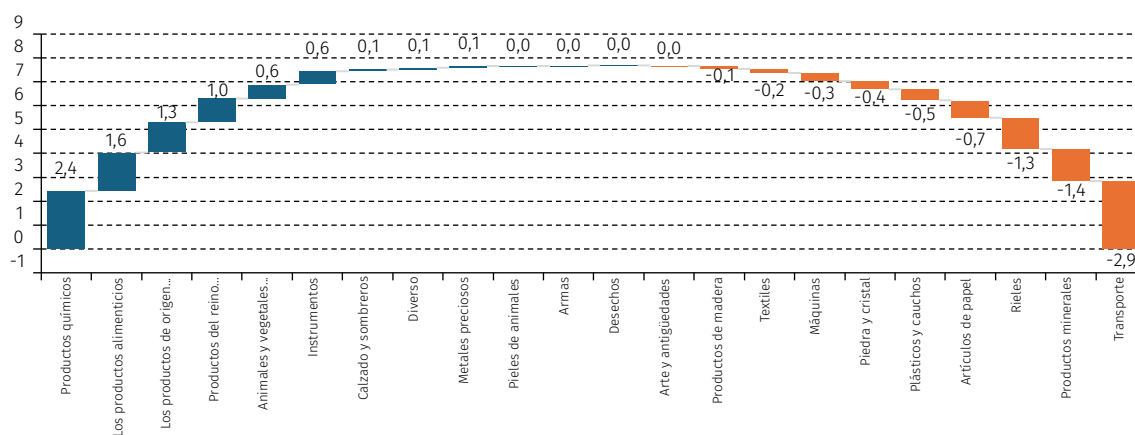


Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), con información de Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <http://magic.cepal.org>.

C. Identificación de oportunidades a partir de la demanda de Chile y la oferta de Panamá

El estudio sobre la dinámica de las importaciones totales en el mercado chileno evidencia que entre 2010 y 2023 los sectores con mayores aumentos de su demanda fueron los productos químicos, los productos alimenticios, los de origen animal, los del reino vegetal, los animales y vegetales biproductos y los instrumentos. El primero de esos seis sectores incrementó su participación en las importaciones totales chilenas desde Panamá en 2,4 puntos porcentuales (véase el gráfico 23). El cambio positivo del segundo sector más dinámico fue de 1,6 puntos porcentuales; mientras que el sexto de los sectores dinámicos avanzó 0,6 puntos porcentuales. El resto de los sectores dinámicos, marcados en azul en el gráfico 23 presentaron crecimientos mínimos¹⁹.

Gráfico 23
Chile: productos con demanda creciente en sus importaciones totales, 2010-2023
(El cambio de puntos porcentuales de la participación de producto)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inicio.html>.

¹⁹ La dinámica de las importaciones de los principales 30 productos importados por Chile puede verse en el cuadro A16 del anexo.

En contraposición, el sector transporte fue el que más disminuyó su participación en las importaciones totales de Chile (2,9 puntos porcentuales), entre 2010 y 2023, como se observa a la derecha del gráfico 23. Otros de los sectores con menor dinamismo fueron los productos minerales, los rieles, los artículos de papel, los plásticos y cauchos, la piedra y cristal, máquinas, textiles, productos de madera, así como arte y antigüedades. Todos esos sectores de menor dinamismo se muestran a la derecha del gráfico 23 marcados en naranja.

Entre todos los sectores de importación de Chile se identificaron 402 productos con demanda creciente entre 2019 y 2023, que Panamá exportó (ya sea a Panamá o al mundo) y en los que podría aprovechar la demanda creciente (véase el cuadro A18 en el anexo). De acuerdo con la dinámica de las exportaciones de Panamá, se identificaron 124 productos que incrementaron sus ventas en los últimos 14 años y que califican como competitivos. Esos productos representaron el 31% de los 402 productos identificados. La proporción de productos competitivos por sector está marcada en azul en el gráfico 24, en cada uno de los sectores. En amarillo se indica la proporción de productos exportados por Panamá que disminuyeron sus ventas entre 2019 y 2023 y que podrían considerarse como no competitivos. Como se observa en el gráfico 24, la mayor proporción de las exportaciones panameñas entre 2019 y 2023 cayeron en esa categoría.

Gráfico 24
Chile: productos con crecimiento en su demanda en el mercado chileno que exporta Panamá al mundo, 2019-2023
(Por sector y número de productos en cada sector a 6 dígitos del Sistema Armonizado)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inicio.html>; y de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Notas: Círculo interior: sectores que importa Chile globalmente y en los que Panamá registra exportaciones globales. El tamaño de los sectores corresponde al número identificado de productos exportados globalmente por Panamá, a nivel de partida. El color de los sectores corresponde a la proporción predominante de productos panameños clasificados como “competitivos” y “no competitivos”. Los sectores marcados en azul oscuro identifican los sectores en donde se sumó un mayor número de productos clasificados como “competitivos”. Los sectores coloreados en gris señalan los sectores en los que fue mayor el número de productos clasificados como “no competitivos”. Círculo exterior: clasificación de los productos incluidos por sector de acuerdo con su competitividad entre 2019 y 2023. Los productos que aumentaron su participación en las exportaciones globales de Panamá, entre 2019 y 2023, se consideraron “competitivos” y se marcaron en azul claro. En esos productos se podría decir que Panamá ha incrementado su oferta global. Los productos que disminuyeron su participación en las exportaciones globales de Panamá, entre 2019 y 2023, se consideraron “no competitivos” y se marcaron en amarillo. En esos productos se podría decir que Panamá decreció su oferta global.

Mediante el gráfico 24 se advierte que la mayor parte de los productos panameños están concentrados en los sectores de productos alimenticios, productos químicos, textiles y productos del reino vegetal y animal. A su vez, los sectores en los que Panamá registra menor presencia son el de calzado y sombreros, metales preciosos, pieles de animales, productos minerales, animales y vegetales, y piedra y cristal.

En los sectores de animales y vegetales, plásticos y cauchos, y en los productos químicos es donde los productos competitivos de Panamá ostentan una mayor proporción. En el sector de productos químicos, el 53% de los productos exportados por Panamá se clasificaron como competitivos, mientras que el 47% restante resultaron no competitivos, por haber reportado una contracción en su contribución a las exportaciones totales panameñas.

En el resto de los 13 sectores seleccionados, la mayoría de los productos exportados por Panamá se clasificaron como no competitivos. En este tipo de productos destacan los sectores de productos alimenticios, textiles, y productos del reino vegetal y animal, en los que más del 68% de estos bienes se clasificaron como no competitivos. Con todo, la mayor proporción de ese tipo de productos se registró en el sector de productos alimenticios.

A fin de complementar el análisis de competitividad con indicadores de facilidad de entrada al mercado chileno, en el cuadro 5 se exponen los 16 sectores incluidos en el gráfico 24 con cuatro indicadores adicionales, además del número de productos incluidos por cada sector: los niveles arancelarios, la concentración del mercado importador, el nivel de especialización de las exportaciones panameñas y el índice de complejidad económica del producto.

Cuadro 5
Panamá: análisis de competitividad de mercado de sus exportaciones a Chile, 2010-2023
(En cambio porcentual y promedio del precio relativo)

Sector	Núm. de productos	Tarifa (En porcentajes)	Núm. de líneas HH2023	Especialización	ICP	
Animales y vegetales biproductos	10	0,0	20	0,67	11	-0,92
Artículos de papel	22	0,3	35	0,33	1	0,13
Calzado y sombreros	3	0,0	3	0,47	0	-0,96
Diverso	12	0,0	10	0,43	0	0,25
Los productos alimenticios	67	0,6	147	0,42	23	-0,52
Los productos de origen animal	41	0,8	150	0,71	16 557	-0,38
Metales preciosos	7	0,0	7	0,42	3 908	0,09
Piedra y cristal	10	0,0	16	0,48	1	0,27
Pieles de animales	7	0,0	8	0,48	52	-0,54
Plásticos y cauchos	19	0,0	27	0,29	0	0,30
Productos de madera	14	2,1	14	0,44	104	-0,70
Productos del reino vegetal	44	0,4	117	0,64	47	-1,41
Productos minerales	9	0,5	24	0,56	7	-1,23
Productos químicos	51	0,4	157	0,32	0	0,12
Rieles	36	0,0	40	0,51	112	0,38
Textiles	50	0,1	59	0,43	0	-1,18

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/direccion-nacional-de-aduanas/aduana/2019-01-10/092719.html>; Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>; Centro de Comercio Internacional (ITC), Market Access Map [base de datos en línea] <https://www.macmap.org/>; y Harvard University, Atlas de Complejidad Económica [base de datos en línea] <https://atlas.cid.harvard.edu/>.

El primer indicador, la tarifa arancelaria, se complementa con el número de líneas incluidas. Este último se refiere al nivel más detallado que existe del producto a ocho o más dígitos del arancel

aduanero. Los niveles arancelarios *ad valorem* son los reportados por Chile y aplicados a Panamá en 2017. La columna reafirma las bajas barreras arancelarias aplicadas a Panamá en el mercado chileno, observadas en el segundo capítulo de este documento. En promedio simple, la tarifa arancelaria aplicada a los 402 productos con demanda creciente en Chile fue en 2017 del 5,2% *ad valorem*. El sector con los niveles arancelarios más elevados resultó el de los productos de madera, con una tarifa promedio del 2,1% en los 14 productos incluidos en ese sector. Al resto de los sectores se aplicaron tarifas arancelarias menores al 1% *ad valorem*.

La mayor diversidad de los productos incluidos en cada sector se observa en los productos químicos. Ese sector reportó 51 productos dinámicos, con 157 productos al nivel arancelario más detallado. Algo similar se percibe en los sectores de productos alimenticios, los de origen animal y los del reino vegetal. Respecto de esos sectores se sugiere llevar a cabo estudios de competitividad más detallados a fin de identificar las oportunidades en productos con demanda específica.

El segundo indicador es el índice Herfindahl-Hirschman (HH), que reporta el nivel de concentración de los proveedores en el mercado importador, en este caso, el mercado chileno. Este índice arroja valores de cero a uno, donde uno significaría que Chile importa el producto de un solo proveedor, lo que implicaría una concentración de mercado. En cambio, un valor cercano a 0 indicaría una alta diversificación del número de proveedores en el mercado chileno, lo que sugeriría mayores oportunidades de entrada y expansión de las exportaciones en ese mercado.

De acuerdo con datos del cuadro 5, el sector con mayor concentración de mercado corresponde al de productos de origen vegetal, con un valor en el índice HH de 0,71 puntos. Este resultado sugiere que Chile está comprando este tipo de productos a tres o cuatro proveedores internacionales, en promedio. Este indicador puede variar si se analiza por producto y a un nivel arancelario más detallado. Una concentración similar se observa en los sectores de animales y vegetales biproductos y en los productos del reino vegetal, con índices superiores a 0,6. Las mayores oportunidades de entrada se hallarían en los sectores con los índices más bajos, como los plásticos y caucho, los productos químicos o los artículos de papel. Esos tres sectores arrojaron índices menores a 0,4 puntos.

El tercer indicador es la especialización, que se refiere al cociente entre la contribución del producto en las exportaciones totales panameñas y la participación del producto en las importaciones totales chilenas. Cuando el resultado es mayor a uno, se afirma que el país exportador, en este caso Panamá, está especializado en ese producto en el mercado chileno, es decir, la importancia del producto en la canasta del exportador es mayor que en la del importador. Cuanto mayor sea el indicador, mayor será la especialización del producto.

La mitad de los sectores de Panamá arrojan niveles de especialización mayores a dos dígitos en el cuadro 5. Al mismo tiempo, resaltan los productos de origen animal con una especialización promedio de 16.557 puntos. Niveles tan altos de especialización sugerirían que Panamá se está especializando en productos que en el mercado de Chile no son tan representativos en términos de valor. Otro caso similar de especialización son los metales preciosos, aunque muestran un valor del indicador menor, pero igualmente importante.

Finalmente, en el cuadro 5 se ha incluido el índice de complejidad económica del producto (IPC), reportado por el Growth Lab, de la Universidad de Harvard. Con este índice se mide la diversificación y sofisticación de los conocimientos productivos necesarios para producir un bien, en relación con el número de países que están en condiciones de hacerlo. El índice se determina calculando la diversidad media de los productos que fabrican el producto y la ubicuidad media de los otros productos que produce el país²⁰. Cuando el índice reporta valores menores a uno significa que la complejidad económica del producto es baja y que existe mayor competencia entre los proveedores debido a su baja ubicuidad. Por el contrario, cuando los valores son mayores a uno significa que el producto requiere mayor

²⁰ La fórmula para el cálculo de este indicador es: $\tilde{M}_{p,p'}^p \equiv \sum_c \frac{M_{cp}M_{cp'}}{k_{c,0}k_{p,0}}$ en donde, M_{cp} es una matriz cuyas filas representan diferentes países y las columnas representan diferentes productos. La fórmula de la diversidad es $k_{c,0} = \sum_p M_{cp}$, y de la ubicuidad es $k_{p,0} = \sum_c M_{cp}$.

sofisticación de conocimientos para su producción y que la ubicuidad del producto es mayor, como también menor es la competencia entre los proveedores²¹.

En el cuadro 5 se observa que la mayoría de los sectores en los que Panamá podría expandir sus exportaciones en el mercado chileno tienen un IPC menor a uno, lo que indica la mayor competencia que enfrentaría Panamá en el mercado chileno. Entre los sectores con mayor complejidad del producto se cuentan los rieles (como productos laminados de acero inoxidable), plásticos y cauchos (intercambiadores de iones a base de polímeros), piedra y cristal (como los productos cerámicos refractarios), artículos diversos (como accesorios de billares o aparatos de alumbrado), artículos de papel (como papel resistente a las grasas), productos químicos (como hidruros nitruros aziduros) y metales preciosos (como el chapado de plata sobre metal).

Conjugando todos los indicadores del cuadro 5 se observa que el mayor número de bienes con demanda creciente en Chile corresponde a los productos alimenticios (67 productos). Este grupo posee la ventaja de ser objeto de aranceles bajos (0,6% sobre el valor del producto) y una pequeña concentración de los proveedores en el mercado chileno. Estas características presentan la posibilidad de una mayor apertura de entrada y expansión. La especialización de Panamá en este tipo de productos es alta, en comparación con la demanda del producto en Chile. La única desventaja del producto es que se encuentra entre los productos con un índice de complejidad económica negativo, lo cual indica que es un producto que no requiere alto valor agregado y, por tanto, la competencia en el mercado chileno y la volatilidad en la demanda y precios serían mayores.

Considerando solamente los productos que Panamá ha exportado a Chile entre 2010 y 2023, en el diagrama 3 y en el cuadro A17 (véase en el anexo), se presentan los productos con mayor demanda en Chile, por sector, en los que Panamá podría aumentar sus exportaciones. Los sectores con los mayores números de productos son el alimenticio, textil y químicos. Si se pretende incrementar la competitividad y ubicuidad de los productos panameños, se sugiere la promoción e incentivación de mayor incorporación de valor agregado y diferenciación en los productos.

Diagrama 3

Chile: productos exportados por Panamá que más han aumentado su demanda en el mercado chileno, 2010-2023

<p>Animales y vegetales</p> <ul style="list-style-type: none"> Grasas y aceites de pescado y sus fracciones 	<p>Artículos de papel</p> <ul style="list-style-type: none"> Bandejas y platos Etiquetas impresas Envases de cartón Manteles y servilletas Carretes Impresos Papel Kraft para reciclar Cajas 	<p>Diverso</p> <ul style="list-style-type: none"> Unidades de construcción modulares de acero Aparatos de alumbrado Asientos Muebles y sus partes 	<p>Productos alimenticios</p> <ul style="list-style-type: none"> Preparaciones para salsas Alcohol etílico Preparaciones para sopas Mezclas de jugos de frutas Agua mineral 	<p>Piedra y cristal</p> <ul style="list-style-type: none"> Microesferas de vidrio
<p>Pieles de animales</p> <ul style="list-style-type: none"> Billeteras, portamonedas, llaveros 	<p>Productos del reino vegetal</p> <ul style="list-style-type: none"> Café 	<p>Productos químicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Medicamentos para usos terapéuticos o profilácticos Preparaciones de belleza Pinturas y barnices Insecticidas Velas 	<p>Plásticos y rieles</p> <ul style="list-style-type: none"> Manufacturas de hierro y acero Tubos rígidos de polímeros de cloruro 	<p>Textiles</p> <ul style="list-style-type: none"> Vestidos para mujeres y niñas Pantalones cortos y largos para hombres y niños Chaquetas y sacos Camisas y blusas Trajes

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Dirección Nacional de Aduanas de Chile [en línea] <https://www.aduana.cl/direccion-nacional-de-aduanas/aduana/2019-01-10/092719.html>; y de la Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

²¹ Este índice muestra una tendencia similar a la observada en la clasificación del producto de exportación por intensidad tecnológica incorporada, reportada en los capítulos uno y dos de este documento.

IV. Inversiones de Chile en Panamá

En este capítulo se fija como objetivo identificar algunas oportunidades de inversión de Chile en Panamá. Con miras a cumplirlo, el capítulo se dividió en tres apartados. En el primero se estudia la posición de Panamá como polo internacional de atracción de inversiones. Se identifican los principales orígenes de la inversión panameña y los destinos de esas inversiones por sectores. También se muestra el marco jurídico y las políticas de atracción de inversión con los que cuenta el país. En el segundo apartado, se analizan las inversiones chilenas en Panamá, especialmente durante el período 2010-2023. También se identifican las empresas chilenas que han invertido en el país y los principales determinantes de esas inversiones. Finalmente, en el tercer apartado se identifican algunas oportunidades de inversión para Chile con base en la información arrojada en los primeros apartados de este capítulo y en los datos analizados a lo largo de este documento.

A. Panamá como polo de atracción de inversiones

Panamá es el séptimo mayor polo de atracción de inversión extranjera directa (IED) de América Latina y el Caribe, y el primero de Centroamérica. En 2022 el *stock* de IED en el país era de 61.680 millones de dólares (de acuerdo con datos de la UNCTAD). En términos agregados de posición de IED, los principales inversionistas en ese año fueron los Estados Unidos (19%), seguido por Colombia (18%), Barbados (11%), Suiza (7%), el Reino Unido (4%) y España (4%), como se observa en el gráfico 25. En ese año, la posición de México como inversionista en Panamá fue del 3,4%, ubicado en el décimo puesto.

Como inversionista mundial, Panamá ocupó la décima posición en América Latina y el Caribe, y la primera entre los países Centroamericanos. En 2022, el *stock* de su inversión en el mundo sumó 6.322 millones de dólares. Panamá no reporta información sobre el destino de su inversión extranjera de salida. Sin embargo, utilizando la información de Chile²², Panamá registra un *stock* de inversión en ese país de 655 millones de dólares, y ocupaba en 2022 la vigesimoprimera posición como inversionista en ese mercado.

²² A través del FMI [sitio web] <https://data.imf.org/>.

Gráfico 25
Panamá: principales inversionistas por inversión acumulada a 2022.
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Fondo Monetario Internacional (FMI), IMF Data – Access to macroeconomic & financial data [base de datos en línea] <https://data.imf.org/?sk=40313609-F037-48C1-84B1-E1F1CE54D6D5&slid=1482331048410>.

Según datos de la UNCTAD, Panamá es el segundo país de América Latina que ha atraído mayores montos de IED por PIB, después de Chile, y el que reporta la más elevada IED per cápita en esa región. En 2022, la IED acumulada en Panamá representó el 80,6% de su PIB, mientras que la de Chile significó el 85,2%. En términos de IED per cápita, en este año el *stock* de inversión en Panamá fue de 13.991 dólares; mientras que la de Chile alcanzó 13.061 dólares.

De acuerdo con esta organización, los factores que han impulsado la IED en Panamá son la estabilidad política, la política fiscal responsable, la paridad con el dólar estadounidense, las buenas calificaciones de riesgo, las buenas condiciones de vida, estar libre de grandes catástrofes naturales, la mano de obra calificada y la seguridad social; aunque en los últimos años se han manifestado protestas por la desigualdad social, los altos precios de los bienes de importación, la falta de programas de apoyo y algunos inversionistas se han quejado por no encontrar suficiente mano de obra calificada (UNCTAD, 2016).

Además de esas características de Panamá, su Canal y el *hub* logístico que se ha desarrollado en torno al canal, su Centro Bancario Internacional y sus programas de atracción de inversiones representan un fuerte atractivo para los inversionistas internacionales. Entre sus programas se cuentan la Zona Económica Especial Panamá Pacífico (APP)²³, la Sede de Empresas Multinacionales (SEM)²⁴, el programa Empresas Multinacionales de Manufacturas (EMMA)²⁵, la Ciudad del Saber²⁶, la Zona Libre de Colón (ZLC)²⁷, los Agroparques²⁸ y las Zonas Francas²⁹. Además de los diversos incentivos fiscales que ofrece Panamá, también existen incentivos en actividades económicas específicas. Algunos de estos son los incentivos a la industria del reciclaje (Ley 223, de junio de 2021), al sector turismo (Ley 58 de 2006), a la reforestación (Ley 69 de 2017), al cine (Ley 37 de 2007), energías renovables (con varias leyes), a la industria ligera (Ley 3 de 1986), entre otras.

²³ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/panama-pacifico/>.

²⁴ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/sedes-de-empresas-multinacionales/>.

²⁵ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/emma/>.

²⁶ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/cuidad-del-saber/>.

²⁷ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/zona-libre-de-colon/>.

²⁸ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/agroparques/>.

²⁹ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/zonas-francas/>.

PROPANAMA es la Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones de Panamá, que coordina en conjunto con las instituciones de la Junta Directiva el sector privado organizado y el servicio exterior, la atracción de inversiones sostenibles con impacto social que generen transferencia de conocimiento y tecnología, y que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los panameños (Cordero, 2022). La institución se encarga de desarrollar y poner en práctica estrategias para la atracción de inversiones y la promoción de exportaciones, que contribuyan al desarrollo económico y social del país³⁰. A través de una ventanilla única, la institución ofrece servicios de información, de promoción de inversiones, y de orientación y asesoría.

De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo de Panamá, publicadas por medio de INTELCOM, el sector de mayor atracción de la IED en 2021 fue el comercio al por mayor y al por menor, con cerca de un tercio de la IED (30%). A ese sector, le siguieron: las actividades financieras y de seguros (22%), la explotación de minas y canteras (14%), el transporte, almacenamiento y correos (8%), la información y comunicación (8%) y las industrias manufactureras (5%).

B. Inversiones chilenas en Panamá

Chile es el tercer mayor inversionista de América Latina y el Caribe, después del Brasil y México. En 2022, la IED acumulada en ese país sumó 135.558 millones de dólares. Los principales destinos de inversión de Chile son el Brasil, con el 11% de su inversión externa acumulada en 2022, seguido de los Estados Unidos (9%), el Perú (7%), Alemania (7%) y Colombia (5%). Las inversiones dirigidas a Panamá representaron el 1,4% de la inversión chilena en el extranjero, y el país ocupa el undécimo mayor destino de sus inversiones. Panamá fue el único país centroamericano que figura entre los 20 principales destinos de inversión de Chile en el mundo.

De acuerdo con datos del Banco Central de Chile, las mayores inversiones externas del país se han realizado en el sector de la minería (32% de la inversión acumulada en 2019), servicios financieros (24%) y electricidad, gas y agua (13%). Otros sectores relevantes han sido el comercio (7%), la industria manufacturera (6%), las comunicaciones (5%), el transporte y almacenaje (3%), y la construcción (3%). En Panamá, las inversiones chilenas siguen esta tendencia. De acuerdo con la información del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá, el principal sector destino de las inversiones panameñas es el comercio al por mayor y al por menor. En 2022 el sector recibió el 46% de la inversión chilena en Panamá y 40%, en promedio, entre 2010 y 2022, como se observa en el gráfico 26 y en el cuadro A14 del anexo.

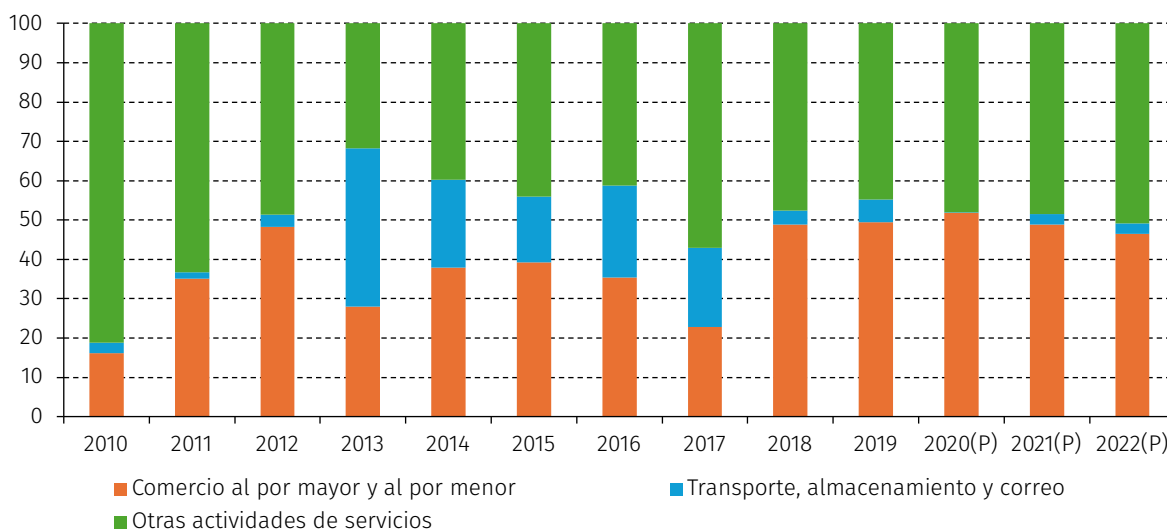
Las principales motivaciones de los empresarios chilenos para invertir en el exterior son la búsqueda de nuevos mercados que le aporten una mayor especialización, diversificación y economías de escala (dado el pequeño tamaño del mercado chileno), de acuerdo con el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. En los últimos años, los elementos que han incentivado la inversión chilena en el extranjero han sido: la consolidación de procesos democráticos, marcos normativos y procesos de privatización ejecutados en los mercados huésped; el avance en los procesos de integración económica mundial; la conformación de una red de acuerdos de comercio e inversión; y el contexto económico internacional y su reconfiguración, en especial después de la pandemia de COVID-19.

Entre 1990 y 2020, más de 1.200 empresas chilenas han ejecutado más de 3.200 proyectos de inversión en el extranjero. Entre las empresas multinacionales chilenas con mayor número de proyectos de inversión en el mundo cabe mencionar a Crystal Lagoons, Agencias Universales S.A., Sigdo Koppers, SQM, Empresas COPEC, Mathiesen S.A.C; Empresas Duncan Fox, Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas (SAAM), Trabajando.com, y Masisa.

En Panamá se registran inversiones de las empresas Crystal Lagoons, Agencias Universales S.A., Empresas COPEC, Sonda S.A., Sun Dreams S.A., y SAAM. El gobierno de Chile reporta que durante ese período las empresas chilenas invirtieron en Panamá 906 millones de dólares (0,7% del total invertido). Los sectores de IED chilena en Panamá con mayor capital han sido las otras actividades de servicios y el comercio al por mayor y al por menor. En 2022 el primer sector poseía el 51% del capital acumulado en Panamá, mientras que el segundo alcanzaba el 46%. Al sector de transporte, almacenamiento y correo correspondía el 3% restante.

³⁰ Véase [en línea] <https://www.propanama.gob.pa/quienes-somos/>.

Gráfico 26
Panamá: principales sectores de inversión chilena por inversión acumulada a 2022.
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de información proporcionada por la Contraloría General de la República, Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), República de Panamá.

Entre 2010 y 2023, la base de datos de fDi Markets solo reporta tres inversiones chilenas en Panamá: una de servicios financieros y dos de servicios de *software* y de tecnologías de la información. En 2010 se registró el anuncio de International Credit Rating (ICR), empresa de servicios financieros. La inversión tendría un capital de 30,9 millones de dólares y la creación de 41 puestos de trabajo en servicios de negocios. En ese mismo año también se reportó la inversión de ActualiSAP, del sector de *software* e IT, en servicios de negocios. Con un capital de 30,2 millones de dólares y la creación de 150 empleos. La última inversión se registró en 2011 por la empresa Payroll, en este sector de *software* e IT. El capital invertido se reporta de 2,4 millones de dólares, con la creación de 23 empleos en actividades de ventas, *marketing* y servicio al cliente.

En 2023, ProChile organizó una visita de potenciales exportadores chilenos a Panamá. De acuerdo con esa agencia de promoción comercial y de inversión, Panamá es un destino reciente para Chile, atractivo como centro de tecnología y de logística, que brinda la posibilidad de expandirse al resto del mercado latinoamericano. Entre algunas de las empresas que ProChile mencionó como interesadas en explorar el mercado panameño se cuentan Gestran S.A., Ionix SPA, Kys Soluciones Ltda, Factura Móvil SPA, Applicatta, America XXI Consultores Informáticos Internacionales Ltda, Creasys S.A. y Miró Ltda. Algunas de esas empresas señalaron las oportunidades que podrían encontrar en la banca panameña para la expansión de servicios de finanzas y tecnología³¹.

Entre las empresas chilenas presentes en Panamá se destacan Sonda (tecnología de transporte), Prestige Impex Inc SA (consolidaciones y manejo de carga), Best Brands Group SA (muebles, juguetes y artículos de gimnasia), EFT Group (tecnología de servicios transaccionales), Agrícola Nacional, ANASAC (química con inversiones en ventas, *marketing* y soporte), Tesacom (comunicaciones con inversiones en ventas, *marketing* y soporte), International Credit Rating (servicios financieros y servicios empresariales), ActualiSAP (*software* y servicios IT, servicios empresariales), Payroll (servicios empresariales, *software* y servicios IT), entre otras.

³¹ Véase Prochile (2023).

C. Identificación de oportunidades

Panamá se está configurando como un mercado nuevo y atractivo para las inversiones chilenas, dado que posee los determinantes que están buscando las empresas chilenas para expandir sus mercados. Con miras a esa expansión y a la apertura de oportunidades, se aprecia la estabilidad de ese destino, la posibilidad de una mayor integración al mercado mundial y en especial al centroamericano. Ello redundaría en una compatibilidad entre los sectores más dinámicos en la inversión de Chile, con los sectores más consolidados y con mayores oportunidades de inversión en Panamá.

Considerando la tendencia de las empresas chilenas a invertir en el sector de servicios, como el logístico, turismo y financiero, así como los incentivos y facilidades que otorga Panamá en estos, mayores oportunidades se podrían generar en el futuro. Aunque la mayoría de los proyectos chilenos han privilegiado las inversiones en los otros servicios, el turismo podría ser una nueva ventana de expansión de las empresas chilenas. En este se podría aprovechar la ruta turística de la región del Caribe y Centroamérica, así como los incentivos específicos que Panamá ofrece en ese sector.

Otra oportunidad para las empresas chilenas es la inversión en el sector energético. En Panamá existe un crecimiento en la demanda de energía eléctrica y Chile cuenta con empresas expertas en el sector. Actualmente, ya se registran inversiones chilenas en este sector en Panamá, pero aún no son significativas.

En suma, Chile busca potenciar encadenamientos productivos a través de sus inversiones externas con empresas de los países receptores. Sin embargo, como lo señala el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, esta capacidad aún es incipiente (Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, 2020). En el sector servicios habría varias oportunidades de inserción a los encadenamientos productivos entre las empresas chilenas y las panameñas. Asimismo, empresas con experiencia en la producción y comercialización de frutas y verduras de Chile podrían crear sinergias en Panamá.

Entre algunas de las empresas chilenas que están apoyando más la potencialización de los encadenamientos productivos en sus inversiones están SONDA y SAAM. Ambas empresas tienen inversiones en Panamá. La primera se dedica a los servicios de tecnología de la información. Esta empresa busca agregar valor en sus actividades y negocios para un mejor uso de las tecnologías. La segunda empresa, SAAM, ofrece servicios de transporte y logística portuaria y extraportuaria. SAAM mantiene una cadena de valor que contempla servicios de almacenaje, transporte naviero, vial y aéreo.

Finalmente, considerando la tendencia de Panamá en sus importaciones, una oportunidad para las empresas chilenas es satisfacer el mercado de consumo del país y expandirlo a otros países de la región. Sin embargo, sería conveniente para Panamá que además de facilitar las inversiones de las empresas chilenas en el país, se buscaran sectores productivos de inversión en el que existiera una transferencia de conocimiento y tecnología para Panamá.

V. Principales hallazgos y recomendaciones

La canasta exportadora de Panamá a Chile y al mundo se ha concentrado en dos tipos de productos: los bienes primarios y las manufacturas basadas en recursos naturales. Se trata de productos considerados comúnmente de bajo valor agregado y con fuerte volatilidad en los mercados internacionales. No obstante, en los últimos años se ha registrado un cambio en la producción de ese tipo de bienes con la incorporación de métodos de producción sostenible, bioindustrialización y energías renovables. También han surgido nuevas variedades de productos como los orgánicos, cuya demanda ha sido creciente en sectores de la población con mayor poder adquisitivo.

A fin de que Panamá pueda aprovechar mejor las ventajas que le ofrece el mercado chileno en términos de tamaño y acercamiento a los mercados de América del Sur, es preciso implantar políticas de desarrollo productivo cuyo objetivo sea modernizar, diversificar y fomentar un cambio estructural en su sector externo. Estas políticas están fuertemente relacionadas con las políticas de desarrollo productivo. Aplicadas a las exportaciones, la política de desarrollo productivo de Panamá debería sustentarse en diversas iniciativas.

Es recomendable que Panamá priorice sus políticas de apoyo al desarrollo de ciencia, tecnología e innovación vinculada al sector exportador a fin de incorporar mayor valor agregado en sus exportaciones tradicionales y fomentar la creación de nuevas manufacturas de exportación con mayor demanda en el mercado chileno. Esas políticas deberían de estar complementadas con políticas de transformación digital para que los exportadores panameños puedan incrementar su productividad, competitividad y a la vez insertarse al mercado chileno y al internacional bajo nuevas formas de comercialización. El aumento de la competitividad de las exportaciones panameñas apoyada en esas dos políticas coadyuvaría a que los exportadores panameños puedan mantener sus exportaciones en el mercado chileno, eliminando así la volatilidad en sus ventas.

Otro grupo de políticas que ayudarían a reducir la concentración de las exportaciones panameñas en pocos productos se relacionan con el extensionismo tecnológico, el emprendimiento, el cierre de brechas de capital humano y el financiamiento. El avance en ciencia, tecnología e innovación y la transformación productiva no sería exitoso si no se extendiera a todos los actores productivos, en especial a las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, para avanzar en esos frentes es necesario fortalecer el capital humano de Panamá, no solo en el sector exportador, sino también en los sectores

de inversión extranjera que buscan capital humano panameño competitivo³². Atraer inversiones con derrame de conocimiento en el país será más beneficioso para el desarrollo económico de Panamá, que las inversiones enfocadas solo en ventas, comercialización o *marketing*. Además, para apoyar a las empresas en la puesta en marcha de todos esos procesos es necesario que cuenten con financiamiento a lo largo de todo su ciclo de vida.

En el diseño y la ejecución de las iniciativas hay que involucrar a los diferentes actores en los sectores de comercio e inversión, en instancias de coordinación público-privadas. Es necesario el compromiso de los respectivos ministerios, las agencias de promoción de comercio e inversión, las cámaras empresariales, centros de investigación y desarrollo, centros universitarios y capacitación técnica, así como representantes a nivel local para poder aplicar exitosamente nuevas políticas y acciones de apoyo al comercio exterior e inversión. Por ejemplo, establecer alianzas y programas de cooperación entre las autoridades de Panamá y las de Chile podría ayudar a identificar y aprovechar mejor las oportunidades de comercio e inversión con ese país.

A nivel micro, los exportadores e inversionistas podrían aprovechar la información sobre las tendencias de demanda en Chile y las oportunidades de inversión en Panamá desplegadas en este documento. Sin embargo, dado el nivel de análisis realizado, es recomendable que los empresarios complementen esta información con otras herramientas e instituciones de apoyo en Panamá y Chile. Una de estas herramientas es la plataforma de INTELCOM sobre “Identificación de oportunidades”³³, que ofrece a los exportadores panameños información de los productos a un nivel más detallado.

Por último, a partir de los resultados arrojados en este estudio se podrían elaborar fichas informativas y realizar campañas de información por sector. Las fichas deberían de incluir información sobre los requisitos de entrada al mercado chileno, la demanda actual, la existencia de socios o distribuidores, los precios actuales, la competencia en el mercado, los costos de transporte y seguros, y las barreras no arancelarias no explícitas, entre otros que se consideren importantes, dependiendo del sector o producto. Sin embargo, la mayor disponibilidad de información debe complementarse con las políticas de apoyo descritas al principio de este apartado.

³² En los últimos análisis de fDi Intelligence Markets se identifican como los principales determinantes de la inversión extranjera en 2024 a: i) la disponibilidad de mano de obra calificada, ii) el marco regulatorio, iii) digitalización e innovación (Lawrence Yeo, FDI markets). Además, se menciona que la atracción de IED por costos e impuestos está quedando fuera (fDi, 2024).

³³ Acceso [en línea] <https://intelcom.gob.pa/buscador-oportunidades>.

Bibliografía

- Autoridad del Canal de Panamá (2024), [sitio web] <https://pancanal.com/> [fecha de consulta: 12 de julio de 2024].
- Banco Central de Chile (2024), *Balanza de pagos de Chile, posición de inversión internacional y deuda externa 2023* [en línea] https://si3.bcentral.cl/estadisticas/principal1/enlaces/informes/anuariosbdp/anuario_bdp_2023.html.
- _____. (2023), *Balanza de pagos de Chile, posición de inversión internacional y deuda externa 2022* [en línea] https://si3.bcentral.cl/estadisticas/Principal1/Informes/AnuarioBDP/pdf/ANUARIO_BP_2022.pdf.
- Banco Mundial (s/f), "Panamá: panorama general" [sitio web] <https://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2024), CEPALSTAT Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas [base de datos en línea] <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/index.html?lang=es>.
- _____. (2023a), *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2023*, Santiago [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/68747-balance-preliminar-economias-america-latina-caribe-2023>.
- _____. (2023b), *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2023: el financiamiento de una transición sostenible: inversión para crecer y enfrentar el cambio climático*, Santiago [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/67989-estudio-economico-america-latina-caribe-2023-financiamiento-transicion>.
- _____. (2023c), *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2023*, Santiago [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48978-la-inversion-extranjera-directa-america-latina-caribe-2023>.
- _____. (2023d), *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2023. Cambios estructurales y tendencias en el comercio mundial y regional: retos y oportunidades*, Santiago [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/68663-perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe-2023-cambios>.
- _____. (2023e), "Informe portuario 2022 a primer trimestre de 2023. Tras la tempestad ¿llega la calma?", *Facilitación, comercio y logística en América Latina y el Caribe, 2023*, Santiago [en línea] <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5d59ddd2-48f3-4928-b164-bd9d84b7ef39/content>.
- Cordero, M. (2022), *La inversión extranjera en los sectores dinamizadores del desarrollo sostenible y sus flujos hacia Centroamérica, Cuba, Haití, México y la República Dominicana, 2015-2021* (LC/MEX/TS.2022/11), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47980-la-inversion-extranjera-sectores-dinamizadores-desarrollo-sostenible-sus-flujos>.

- _____ (2019), *La inversión mexicana en Centroamérica* (LC/MEX/TS.2019/17), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44912-la-inversion-mexicana-centroamerica>.
- Durán Lima, J. E. (2008), "Indicadores de comercio exterior y política comercial: generalidades metodológicas e indicadores básicos", *Documento de Proyecto* (LC/W.216), Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), Santiago de Chile.
- Estrategia y Negocios* (2022), "Exportaciones panameñas de cobre cayeron en 2022 por paralización de Cobre Panamá" [en línea] <https://www.revistaeyn.com/centroamericaymundo/exportaciones-panamenas-de-cobre-cayeron-en-2022-por-paralizacion-de-cobre-panama-FH14130261> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- MICI (Ministerio de Comercio e Industrias) (2024), "Gobierno y organismos internacionales alinean próximos pasos de cara al cierre ordenado y definitivo de Cobre Panamá" [en línea] <https://mici.gob.pa/2024/01/22/gobierno-y-organismos-internacionales-alinean-proximos-pasos-de-cara-al-cierre-ordenado-y-definitivo-de-cobre-panama/> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- _____ (2022), "Panamá ha fortalecido desempeño de sus zonas francas", octubre [en línea] <https://mici.gob.pa/2022/10/24/mici-panama-ha-fortalecido-desempeno-de-sus-zonas-francas/> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- INTELCOM-MICI (Oficina de Inteligencia Comercial-Ministerio de Comercio e Industrias) (2023), "Ficha país: Panamá. Comercio de bienes, servicios e inversión" [en línea] <https://intelcom.gob.pa/ficha-tecnicas?pais=all> [fecha de consulta: 27 de marzo de 2024].
- _____ (2021), "Ficha país: México. Relaciones comerciales y de inversión con Panamá".
- Ministerio de Relaciones Exteriores (2021), "Presencia de inversiones directas de capitales chilenos en el mundo: 1990-2019", Santiago, enero [en línea] https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/inversiones-directas-en-el-exterior/032_08_presencia-de-inversiones-chilenas-directas-en-am%C3%A9rica-latina_1990-2019.pdf?sfvrsn=733d08b1_1#:~:text=Durante%20el%20per%C3%ADodo%20comprendido%20entre,empresas%20chilenas%20en%20el%20mundo.
- _____ (2020), "Presencia de inversiones directas de capitales chilenos en el mundo 1990-diciembre 2019" [en línea] https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/inversiones-directas-en-el-exterior/000_presencia-de-inversiones-chilenas-directas-en-el-mundo_1990-2019_sept2020.pdf?sfvrsn=d63e1341.
- Oficina Económica y Comercial de España (2024a), "Guía de país: Chile", Santiago de Chile, Secretaría de Estado de Comercio, enero [en línea] <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/105/documentos/2024/01/guia-pais/guia-pais-chile-2024.pdf> [fecha de consulta: 28 de mayo de 2024].
- _____ (2024b), "Guía de país: Panamá", Panamá, Secretaría de Estado de Comercio, mayo [en línea] <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/092/documentos/2024/05/anexos/guia-pais-panama-2024.pdf>.
- _____ (2023a), "Informe económico y comercial: Panamá", Panamá, Secretaría de Estado de Comercio, junio [en línea] <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/092/documentos/2023/06/documentos-iec-panam%C3%A1-/iec-panama.pdf>.
- _____ (2023b), "Informe económico y comercial: Chile", Santiago de Chile, Secretaría de Estado de Comercio, septiembre [en línea] <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/105/documentos/2023/09/documentos/IEC%202023.pdf>.
- OMC (Organización Mundial de Comercio) (2024a), "Perfiles arancelarios" [en línea] https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/tariff_profiles_list_s.htm [fecha de consulta: 29 de mayo de 2024].
- _____ (2024b), *World Tariff Profiles 2023* [en línea] https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_tariff_profiles23_e.pdf [fecha de consulta: 5 de junio de 2024].
- Prochile (2023), "Panamá es el nuevo destino comercial de 13 empresas regionales", Ministerio de Relaciones Exteriores, 29 de junio [en línea] <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2023/06/29/panam%C3%A1-es-el-nuevo-destino-comercial-de-13-empresas-regionales>.
- Rodríguez, M. (2024), "Cobre, el 'oro rojo' de Panamá podría dejar de brillar en el comercio mundial", *La Estrella de Panamá* [en línea] <https://www.laestrella.com.pa/economia/cobre-el-oro-rojo-de-panama-podria-dejar-de-brillar-en-el-comercio-mundial-GF5623998> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- SERNAGEOMIN (Servicio Nacional de Geología y Minería) (2024), "Recursos Minerales" [sitio web] <https://www.sernageomin.cl/recursos-minerales/>.
- Superintendencia de Bancos de Panamá (2024), "Reseña histórica" [sitio web] <https://www.superbancos.gob.pa/sobre-sbp/resena-historica> [fecha de consulta: 22 de mayo de 2024].
- The Economist* (2024), "The dwindling of the Panama Canal boosts rival trade routes", 9 de enero [en línea] <https://www.economist.com/the-americas/2024/01/09/the-dwindling-of-the-panama-canal-boosts-rival-trade-routes> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].

- _____ (2023), "Severe drought is constraining the Panama Canal", 23 de noviembre [en línea] <https://www.economist.com/the-americas/2023/11/23/severe-drought-is-constraining-the-panama-canal> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- _____ (2019), "Climate change threatens the Panama Canal", 21 de septiembre [en línea] <https://www.economist.com/the-americas/2019/09/21/climate-change-threatens-the-panama-canal> [fecha de consulta: 1 de abril de 2024].
- UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) (2022a), *Catalogue of Diversification Opportunities 2022: New export possibilities for 233 economies based on economic complexity analysis* [en línea] https://unctad.org/system/files/official-document/tcsdtlinf2022d6_en.pdf.
- _____ (2022b), "Potential new products with higher export opportunity and top 10 growing markets" [en línea] https://unctad.org/system/files/non-official-document/tcsdtlinf2022d6_catalogue.xlsx.
- _____ (2016), *Trade Policy Framework: Panama*, División del Comercio Internacional y de los Productos Básicos [en línea] https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2016d3_en.pdf.
- Yeo, L. (2024), "View from Asia-Pacific: Opinion | Asia-US dynamics make the switch", *fDi Intelligence* [en línea] <https://www.fdiintelligence.com/content/opinion/opinion-asiaus-dynamics-make-the-switch-83765?> [fecha de consulta: 15 de julio de 2024].

Anexo estadístico

Cuadro A1
Chile y Panamá: exportaciones de bienes, 2010-2023
(En millones de dólares)

	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial
Chile			
2010	631,0	9 136,5	8 505,5
2011	689,3	11 339,7	10 650,5
2012	726,5	12 494,3	11 767,8
2013	761,4	13 030,8	12 269,4
2014	741,2	13 707,2	12 966,0
2015	628,5	12 129,3	11 500,8
2016	615,0	11 693,4	11 078,4
2017	624,3	12 719,8	12 095,5
2018	625,1	13 232,1	12 607,0
2019	1 457,0	12 835,6	11 378,6
2020	1 684,0	8 178,0	6 494,0
2021	3 601,2	11 520,1	7 918,9
2022	3 606,2	15 189,7	11 583,5
2023	3 192,8	14 527,0	11 334,2
Panamá^a			
2010	727,6	9 136,5	-8 408,9
2011	785,0	11 339,7	-10 554,8
2012	821,6	12 494,3	-11 672,7
2013	843,7	13 030,8	-12 187,1
2014	817,2	13 707,2	-12 890,0
2015	695,1	12 129,3	-11 434,2
2016	634,8	11 693,4	-11 058,5
2017	660,0	12 724,4	-12 064,3
2018	672,3	13 233,0	-12 560,7
2019	1 504,3	12 836,5	-11 332,2
2020	1 709,1	8 076,8	-6 367,7
2021	3 646,3	11 558,0	-7 911,7
2022	3 652,2	15 230,2	-11 578,0
2023	3 245,8	12 329,0	-9 083,2

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>; y de información de Aduanas de Chile, Estadísticas COMEX [base de datos en línea] <https://www.aduana.cl/intercambio-comercial/aduana/2018-12-17/151753.html>.

^a No incluye las exportaciones de la Zona Libre de Colón.

Cuadro A2
Panamá: exportaciones nacionales por sectores de exportación, 2010-2023
(En porcentajes)

	Industria	Agrícola	Pesca	Agroindustria	Minerales
2010	34,3	28,5	25,9	11,3	0,0
2011	43,3	25,9	15,5	15,4	0,0
2012	43,6	27,3	13,5	15,5	0,0
2013	38,0	28,3	18,1	15,6	0,0
2014	32,2	28,9	22,3	16,6	0,0
2015	29,6	31,9	23,4	15,1	0,0
2016	27,5	31,8	23,5	17,3	0,0
2017	30,6	30,4	21,9	17,1	0,0
2018	32,9	29,8	18,7	18,7	0,0
2019	14,3	17,0	7,8	8,2	52,7
2020	9,7	15,1	5,7	7,2	62,3
2021	6,9	6,5	2,6	3,4	80,6
2022	8,1	6,5	3,6	4,2	77,6
2023	9,1	7,6	5,0	5,0	73,3

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Cuadro A3
Chile y Panamá: grado de apertura comercial, 2010-2022
(En porcentajes de las exportaciones e importaciones en relación con el PIB)

	Chile	Panamá
2010	59,3	144,4
2011	62,0	166,4
2012	64,3	156,5
2013	62,7	136,1
2014	64,1	118,2
2015	70,3	98,8
2016	75,6	87,5
2017	76,9	87,0
2018	80,2	85,4
2019	77,4	79,8
2020	76,8	65,5
2021	83,2	76,8
2022	88,4	93,9

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT [base de datos en línea] <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/index.html?lang=es>; y de Banco Central de Chile [en línea] <https://www.bcentral.cl/inicio>.

Cuadro A4
Panamá: exportaciones nacionales hacia sus principales destinos, con y sin minerales, 2010-2023
(En millones de dólares)

	Con minerales	Sin minerales	Diferencia
China (Continental)	4 833,5	632,2	4 201,4
Estados Unidos	2 013,7	2 013,7	0,0
Japón	1 782,1	98,4	1 683,8
Corea del Sur	1 219,1	155,2	1 064,0
Países Bajos	1 173,3	1 173,3	0,0
España	1 169,3	242,0	927,2
India	1 022,3	422,4	599,9
Alemania	988,1	326,8	661,4
Costa Rica	609,8	609,8	0,0
Zona Libre de Colón (Panamá)	532,7	532,7	0,0
Canadá	521,2	398,4	122,8
Provincia china de Taiwán	512,8	512,8	0,0
Bulgaria	410,6	0,5	410,1
Brasil	261,5	54,2	207,2
México	218,2	218,2	0,0
Italia	213,1	213,1	0,0
Reino Unido	209,9	209,9	0,0
Nicaragua	192,3	192,3	0,0
Tailandia	187,5	187,5	0,0
Viet Nam	186,3	186,3	0,0
Suecia	158,5	158,5	0,0
Honduras	156,0	156,0	0,0
Guatemala	152,8	152,8	0,0
Filipinas	147,6	0,3	147,3
Dinamarca	143,7	143,7	0,0
Colombia	138,2	138,2	0,0
El Salvador	118,9	118,9	0,0
Bélgica	114,0	76,4	37,6
Suriname	77,9	77,9	0,0
Chile	69,1	69,1	0,0

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Cuadro A5
Panamá: importaciones desde sus principales mercados de origen, 2010-2023
(En porcentajes y tasas de crecimiento promedio anual)

	Porcentaje	Tasa de crecimiento promedio anual
Estados Unidos de América	24,5	0,7
Zonas Libres de Petróleo (Panamá)	14,0	4,4
China (continental)	9,4	11,3
Zona Libre de Colón (Panamá)	8,2	-1,5
México	4,6	3,9
Costa Rica	3,9	1,0
Colombia	3,1	2,9
Zonas Francas (Panamá)	2,9	45,1
España	2,5	5,4
Corea del Sur	2,4	-1,1
Japón	2,2	-0,4
Alemania	1,8	4,8
Brasil	1,7	1,7
Guatemala	1,7	3,6
Italia	1,3	9,1
Francia	1,1	9,0
Tailandia	1,1	1,2
El Salvador	0,9	2,7
Argentina	0,9	9,7
Turquía	0,8	9,2
India	0,8	20,0
Perú	0,8	7,3
Chile	0,8	6,6
Canadá	0,7	4,1
Países Bajos	0,6	4,6
Reino Unido	0,5	6,1
Ecuador	0,5	7,9
Provincia china de Taiwán	0,4	0,8
Bélgica	0,4	7,8
Hong Kong (China)	0,4	-5,9

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <https://magic.cepal.org/ES/Default.aspx>, y con información de la base de datos UN Comtrade de la División de Estadística de las Naciones Unidas [base de datos en línea] <https://comtradeplus.un.org/>.

Cuadro A6
Chile: exportaciones hacia sus principales destinos, 2010-2023
(En porcentajes y tasas de crecimiento promedio anual)

	Porcentaje	Tasa de crecimiento promedio anual
China	30,5	6,5
Estados Unidos	13,8	6,5
Japón	9,0	-1,2
Corea del Sur	5,9	3,0
Brasil	5,0	0,2
Países Bajos	2,6	-3,1
Perú	2,3	2,5
India	2,2	-2,3
Provincia china de Taiwán	2,1	-4,2
España	1,9	0,1
México	1,9	-0,8
Italia	1,7	-8,3
Canadá	1,6	-0,2
Francia	1,4	-0,1
Alemania	1,3	1,6
Argentina	1,3	-1,1
Bélgica	1,2	-4,9
Colombia	1,2	1,7
Suiza	1,1	4,0
Otros	0,9	-1,3
Reino Unido	0,9	-1,6
Ecuador	0,8	3,0
Federación de Rusia	0,8	3,3
Australia	0,7	-10,4
Bolivia (Estado Plurinacional de)	0,6	7,7
Tailandia	0,5	6,8
Viet Nam	0,4	2,8
Turquía	0,4	-3,8
Bulgaria	0,4	-3,1
Venezuela (República Bolivariana de)	0,4	-14,4

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Aduanas de Chile, Estadísticas - Intercambio Comercial [base de datos en línea] <https://www.aduana.cl/intercambio-comercial/aduana/2018-12-17/151753.html>.

Cuadro A7
Chile: importaciones desde sus principales mercados de origen, 2010-2023
(En porcentajes y tasas de crecimiento promedio anual)

	Porcentaje	Tasa de crecimiento promedio anual
China	22,0	6,7
Estados Unidos	19,6	4,7
Brasil	9,0	5,5
Argentina	5,9	1,7
Alemania	3,9	3,0
México	3,1	-1,2
Japón	2,9	-2,3
Corea del Sur	2,8	-7,6
España	2,2	5,6
Ecuador	2,2	2,9
Perú	2,1	2,3
Colombia	2,1	-2,1
Italia	1,8	3,7
Francia	1,7	3,2
Canadá	1,3	1,0
India	1,2	10,9
Reino Unido	1,1	-5,2
Otros	1,1	6,9
Paraguay	1,1	6,3
Tailandia	1,0	0,1
Trinidad y Tabago	1,0	6,0
Viet Nam	0,9	21,8
Suecia	0,7	0,8
Países Bajos	0,6	5,0
Bélgica	0,6	5,4
Australia	0,6	5,3
Finlandia	0,5	3,8
Turquía	0,5	12,3
Suiza	0,4	3,1
Provincia china de Taiwán	0,4	-1,9

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Aduanas de Chile, Estadísticas – Intercambio Comercial [base de datos en línea] <https://www.aduana.cl/intercambio-comercial/aduana/2018-12-17/151753.html>.

Cuadro A8
Panamá: exportaciones hacia Chile, 2010-2023
(En porcentajes)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Participación de mercado	0,21	0,29	0,22	0,26	0,23	0,19	0,12	0,13	0,30	0,13	0,08	0,04	0,03	0,04
Por intensidad tecnológica														
Bienes primarios	1,3	0,5	2,9	21,1	21,4	13,7	20,6	26,8	20,3	12,5	15,0	1,3	0,0	6,4
Manufacturas basadas en recursos naturales	88,7	80,9	87,7	73,9	71,7	77,1	58,2	60,5	70,3	87,4	75,5	92,0	86,5	75,2
Manufacturas de alta tecnología	8,3	17,1	8,2	0,1	0,1	3,9	11,9	3,4	0,5	0,0	0,0	0,8	3,3	0,0
Manufacturas de baja tecnología	1,7	1,4	1,1	2,3	4,9	4,8	7,9	7,3	3,0	0,0	5,4	4,6	9,6	10,9
Manufacturas de tecnología media	0,0	0,0	0,2	2,4	2,0	0,6	1,4	1,9	6,0	0,0	4,1	1,3	0,6	7,6
Otras transacciones	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Cuadro A9
Panamá: importaciones desde Chile, 2010-2023
(En porcentajes)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Participación de mercado	0,16	0,15	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19	0,19	0,39	0,43	0,51	0,41	0,42	0,43
Por intensidad tecnológica														
Bienes primarios	19,7	20,8	22,5	21,8	32,0	32,1	29,5	31,1	30,6	31,5	31,6	41,3	36,0	34,4
Manufacturas basadas en recursos naturales	40,4	45,8	46,5	48,6	40,7	41,5	39,4	39,0	42,2	38,2	42,2	31,7	30,3	27,7
Manufacturas de baja tecnología	9,6	12,8	10,7	8,8	6,5	6,0	9,0	12,0	8,8	12,0	7,6	8,4	9,1	12,6
Manufacturas de tecnología media	23,5	13,2	14,0	14,1	14,8	12,9	15,4	10,8	10,4	10,4	7,5	8,5	17,7	17,8
Manufacturas de alta tecnología	4,4	4,7	4,7	5,5	4,7	6,4	6,0	6,2	6,8	7,1	10,0	8,7	5,6	6,4
Otras transacciones	2,3	2,7	1,6	1,3	1,3	1,1	0,7	0,9	1,1	0,9	1,1	1,3	1,3	1,1

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

Cuadro A10
Panamá: principales 30 productos de exportación hacia Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023
(En porcentajes)

Código SA	Descripción de producto	Porcentaje promedio 2010-2023	Clasificación por intensidad tecnológica
220840	Ron y otros espíritus obtenidos de productos de caña de azúcar, destilados y fermentados	55,6	Manufacturas basadas en recursos naturales
150420	Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (excluidos aceites de hígado de pescado)	10,4	Manufacturas basadas en recursos naturales
080430	Piñas (ananás), frescas o secas	10,3	Bienes primarios
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >= 80% vol.	4,5	Manufacturas de tecnología media
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos dosificados...	3,6	Manufacturas de alta tecnología
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos (excluidos salsa de soja (soya), <i>ketchup</i> y demás salsas de tomate, harina de mostaza y mostaza preparada)	2,9	Manufacturas basadas en recursos naturales
470790	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos), incl. los desperdicios y desechos sin clasificar...	2,4	Manufacturas basadas en recursos naturales
252310	Cementos sin pulverizar (clínker)	2,3	Manufacturas basadas en recursos naturales
470710	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos), de papel o cartón Kraft crudo o de papel o cartón ondulado	2,2	Manufacturas basadas en recursos naturales
220890	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% vol.; aguardientes y demás bebidas espirituosas...	1,2	Manufacturas basadas en recursos naturales
730890	Construcciones y partes de construcciones, de fundición, hierro o acero (exc. puentes y partes de puentes; torres y castilletes; puertas, ventanas y sus marcos, contramarcos y umbrales; material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento)	0,7	Manufacturas de baja tecnología
230120	Harina, polvo y <i>pellets</i> , de pescado o de crustáceos, de moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana	0,6	Bienes primarios
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	0,5	Manufacturas basadas en recursos naturales
482370	Artículos de pasta de papel, moldeados o prensados, no comprendidos en otra parte	0,4	Manufacturas de baja tecnología
020649	Despojos de porcino, comestibles, congelados (excluidos los hígados)	0,4	Bienes primarios
040221	Leche y nata (crema), en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias grasas > 1,5% en peso, sin adición de azúcar ni otro edulcorante	0,2	Bienes primarios
320411	Colorantes dispersos sintéticos orgánicos; preparaciones a base de colorantes dispersos sintéticos orgánicos, del tipo de las usadas para colorear cualquier materia o como ingredientes para fabricar preparaciones colorantes...	0,2	Manufacturas basadas en recursos naturales
320650	Productos inorgánicos de los tipos utilizados como luminóforos, incl. de constitución química definida	0,2	Manufacturas de tecnología media
321290	Pigmentos, incl. el polvo y escamillas metálicos, dispersos en medios no acuosos, líquidos o en pasta, de los tipos utilizados para la fabricación de pinturas, a base de tintes y demás materias colorantes...	0,1	Manufacturas de tecnología media

Código SA	Descripción de producto	Porcentaje promedio 2010-2023	Clasificación por intensidad tecnológica
720430	Desperdicios y desechos (chatarra), de hierro o acero estañados (excluidos radiactivos, así como desperdicios y desechos de pilas, de baterías de pilas y de acumuladores eléctricos)	0,1	Manufacturas basadas en recursos naturales
340600	Velas, cirios y artículos similares	0,1	Manufacturas de baja tecnología
620339	Chaquetas (sacos) de materia textil, para hombres o niños...	0,1	Manufacturas de baja tecnología
391723	Tubos rígidos, de polímeros de cloruro de vinilo, incluidos con accesorios	0,1	Manufacturas de baja tecnología
621600	Guantes, mitones y manoplas	0,1	Manufacturas de baja tecnología
090122	Café tostado descafeinado	0,1	Bienes primarios
380891	Insecticidas (excluidas mercancías de subtítulo 3808.50)	0,1	Manufacturas de tecnología media
391590	Desechos, desperdicios y recortes de plástico...	0,1	Manufacturas de tecnología media
620332	Chaquetas (sacos) de algodón, para hombres o niños...	0,1	Manufacturas de baja tecnología
382440	Aditivos preparados para cementos, morteros u hormigones	0,0	Manufacturas de tecnología media
442190	Manufacturas de madera, n.c.o.p	0,0	Manufacturas basadas en recursos naturales

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>.

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

n.c.o.p.= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

incl.= incluso.

Cuadro A11
Panamá: principales 30 productos de importación desde Chile por intensidad tecnológica, 2010-2023
 (En porcentajes)

Código SA	Descripción de producto	Porcentaje promedio 2010-2023	Clasificación por intensidad tecnológica
220421	Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiéndole alcohol, en recipientes con capacidad <= 2 l (exc. vino espumoso)	5,7	Manufacturas basadas en recursos naturales
030481	Filetes de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>), de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y de salmones del Danubio (<i>Hucho hucho</i>) congelados	5,0	Bienes primarios
210690	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	4,9	Manufacturas basadas en recursos naturales
080810	Manzanas frescas	4,7	Bienes primarios
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados incl. los administrados por vía transdérmica (exc. medicamentos que contengan antibióticos; medicamentos que contengan hormonas o esteroides, utilizados como hormonas, pero sin antibióticos; medicamentos que contengan alcaloides o sus derivados pero sin hormonas ni esteroides utilizados como hormonas ni antibióticos; medicamentos que contengan provitaminas, vitaminas o sus derivados utilizados principalmente como vitaminas; medicamentos que contengan yodo o compuestos de yodo; medicamentos acondicionados para la venta al por menor)	4,6	Manufacturas de alta tecnología
190110	Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao o con un contenido de cacao < 40% en peso, calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p. así como preparaciones alimenticias de leche, nata, suero de mantequilla, leche y nata cuajadas, yogur kéfir y demás productos de las partidas 0401 a 0404, sin cacao o con un contenido de cacao < 5% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p., para la alimentación infantil, acondicionadas para la venta al por menor	4,5	Manufacturas basadas en recursos naturales
080610	Uvas frescas	3,4	Bienes primarios
847490	Partes de máquinas y de aparatos para preparar y trabajar materias minerales de la partida 8474, n.c.o.p.	2,7	Manufacturas de tecnología media
080830	Las peras frescas	2,0	Bienes primarios
854449	Conductores eléctricos, para una tensión <= 80 V sin piezas de conexión, n.c.o.p.	2,0	Manufacturas de tecnología media
110412	Granos de avena aplastados o en copos	1,8	Manufacturas basadas en recursos naturales
030313	Salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y salmones del Danubio (<i>Hucho hucho</i>) congelados	1,6	Bienes primarios
200989	Jugo de frutas o verduras, no fermentados, con o sin adición de azúcar u otro edulcorante (excepto con adición de alcohol, mezclas y el jugo de los cítricos, piñas, tomates, uvas, incl. el mosto de uva, las manzanas y arándanos)	1,5	Manufacturas basadas en recursos naturales

Código SA	Descripción de producto	Porcentaje promedio 2010-2023	Clasificación por intensidad tecnológica
190190	Extracto de malta; preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao o con un contenido de cacao < 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p., así como preparaciones alimenticias de leche, nata, suero de mantequilla, leche y nata cuajadas, yogur kéfir y demás productos de las partidas 0401 a 0404, sin cacao o con un contenido de cacao < 5% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p. (exc. para la alimentación infantil, acondicionadas para la venta al por menor, así como mezclas y pastas para la preparación de productos de panadería, pastelería o galletería de la partida 1905)	1,4	Manufacturas basadas en recursos naturales
441239	Madera contrachapada constituida exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario <= 6 mm (exc. madera contrachapada de las subpartidas 4412.31 y 4412.32, tableros de madera llam. Densificada, tableros celulares, marquetería, madera taraceada y tableros reconocibles como partes de muebles)	1,3	Manufacturas basadas en recursos naturales
854460	Conductores eléctricos para una tensión > 1.000 V, n.c.o.p.	1,2	Manufacturas de tecnología media
230910	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	1,2	Bienes primarios
110720	Malta (de cebada u otros cereales) tostada	1,2	Manufacturas basadas en recursos naturales
200290	Tomates, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético (exc. enteros o en trozos)	1,2	Bienes primarios
482110	Etiquetas de todas clases, de papel o cartón, impresas	1,1	Otras transacciones
730890	Construcciones y partes de construcciones, de fundición, hierro o acero (exc. puentes y partes de puentes; torres y castilletes; puertas, ventanas y sus marcos, contramarcos y umbrales; material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento)	1,0	Manufacturas de baja tecnología
441114	Tableros de media densidad MDF, de madera y de medida > 9 mm	1,0	Manufacturas basadas en recursos naturales
480300	Papel del tipo utilizado para papel higiénico, toallitas para desmaquillar, toallas, servilletas o papeles similares de uso doméstico, de higiene o tocador guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, incluso rizados (crepés) plisados, gofrados, estampados, perforados, coloreados o decorados, en la superficie o impresos, en bobinas (rollos) o en hojas	0,9	Manufacturas basadas en recursos naturales
760720	Hojas y tiras, delgadas, de aluminio, con soporte, de espesor <= 02 mm, sin incluir el soporte (exc. hojas delgadas para el marcado a fuego de la partida 3212, así como las hojas y tiras delgadas que constituyan accesorios para árboles de navidad)	0,9	Manufacturas basadas en recursos naturales
310230	Nitrato de amonio, incl. en disolución acuosa (exc. en tabletas o formas simil. o en envases de un peso bruto <= 10 kg)	0,9	Manufacturas de tecnología media
080620	Secas, incl. las pasas	0,9	Bienes primarios
030441	Filetes de salmones del Pacífico (<i>Oncorhynchus nerka</i> , <i>Oncorhynchus gorbuscha</i> , <i>Oncorhynchus keta</i> , <i>Oncorhynchus tshawytscha</i> , <i>Oncorhynchus kisutch</i> , <i>Oncorhynchus masou</i> y <i>Oncorhynchus rhodurus</i>) de salmones del Atlántico (<i>Salmo salar</i>) y de salmones del Danubio (<i>Hucho hucho</i>) frescos o refrigerados	0,8	Bienes primarios

Código SA	Descripción de producto	Porcentaje promedio 2010-2023	Clasificación por intensidad tecnológica
230990	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales (exc. alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor)	0,8	Bienes primarios
961900	Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia	0,7	Manufacturas de baja tecnología
441011	Tableros de partículas y tableros similares, de madera u otras materias leñosas, incl. aglomeradas con resinas o demás aglutinantes orgánicos, en bruto o simplemente lijados (exc. tableros llam. <i>oriented strand board</i> o <i>waferboard</i> , tableros de fibra y tableros celulares y tableros)	0,7	Manufacturas basadas en recursos naturales

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/dashboard-internacionales>.

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

n.c.o.p= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

incl.= incluso.

Cuadro A12
Panamá: posición de la IED de Chile, según actividad económica, 2010-2022
(En millones de dólares)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (P)	2021 (P)	2022 (P)
Comercio al por mayor y al por menor	11 200	13 932	15 952	18 001	24 786	25 682	30 237	20 022	23 271	26 813	28 140	29 782	27 088
Transporte, almacenamiento y correo	1 949	672	1 018	25 878	14 658	11 038	19 952	17 752	1 676	3 161	68	1 670	1 576
Otras actividades de servicios	56 502	25 119	16 084	20 458	26 040	28 853	35 152	50 075	22 699	24 254	26 151	29 518	29 655
Total	69 652	39 723	33 053	64 337	65 484	65 572	85 341	87 849	47 646	54 229	54 359	60 970	58 319

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información proporcionada por la Contraloría General de la República, Instituto Nacional de Estadística y Censo, República de Panamá.
 Notas: Se aplica la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas la Actividades Económica (CIIU), Revisión 4.
 (P) Cifras preliminares.

Cuadro A13
Panamá: exportaciones totales de servicios, 2010-2023
(En millones de dólares y porcentajes)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Bienes y servicios del gobierno, n.i.o.p.	62,5	87,4	103,9	125,7	102,4	107,5	112,9	123,8	117,9	115,8	55,8	66,7	103,1	109,2
Cargos por el uso de la propiedad intelectual, n.i.o.p.	7,8	7,9	12,1	4,6	8,3	5,9	2	14,1	34,4	26,6	3	0,8	0,2	0,3
Construcción	1,7	1,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparaciones, n.i.o.p.	3,4	10,1	12,8	14,8	16,7	16,7	15	16,1	16,4	16,4	14,5	16,4	16,2	15,2
Otros servicios empresariales	233,8	276,7	377	377,4	663,8	546,7	504,4	514,6	465,4	535,9	360,6	311,7	311,7	344,3
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de seguros y pensiones	122,7	139,7	153,7	138,4	120,2	225,7	226,7	262,8	230,4	264,9	205,4	247,8	410,9	533,1
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	326,7	349,4	307,1	310,5	315,3	285,5	301	294,1	477,9	487	423,3	437,2	503,4	529,8
Servicios financieros	463,1	646,6	1087	1 073,3	989,4	1 244,4	1 269,4	1 220,1	900,8	825,6	710	611,6	907,7	1331
Servicios personales, culturales y recreativos	10,1	37	45,8	40,9	35,6	44,6	5,1	7,1	6,1	7,1	4,1	4,1	4	4,2
Transporte	3 435,4	4 032,9	4 806,2	5 182,2	5 456,5	5 440,3	5 604,3	6 459	6 680,1	6 935,4	5 285,6	6 643,2	8316	9 121,8
Viajes	1 744,8	2 518,9	3 064,4	3 532,7	3 729,4	3 948,2	4 234,3	4 422	4 617,2	4 520,3	1 129,4	2 308,7	4 723,4	5 456,3
Total	6 412	8 108,5	9 970	10 800,5	11 437,6	11 865,5	12 275,1	13 333,7	13 546,6	13 735	8191,7	10 648,2	15 296,6	17 445,2

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
En porcentajes														
Bienes y servicios del gobierno, n.i.o.p.	1,0	1,1	1,0	1,2	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6
Cargos por el uso de la propiedad intelectual, n.i.o.p.	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Construcción	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mantenimiento y reparaciones, n.i.o.p.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Otros servicios empresariales	3,6	3,4	3,8	3,5	5,8	4,6	4,1	3,9	3,4	3,9	4,4	2,9	2,0	2,0
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Servicios de seguros y pensiones	1,9	1,7	1,5	1,3	1,1	1,9	1,8	2,0	1,7	1,9	2,5	2,3	2,7	3,1
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	5,1	4,3	3,1	2,9	2,8	2,4	2,5	2,2	3,5	3,5	5,2	4,1	3,3	3,0
Servicios financieros	7,2	8,0	10,9	9,9	8,7	10,5	10,3	9,2	6,6	6,0	8,7	5,7	5,9	7,6
Servicios personales, culturales y recreativos	0,2	0,5	0,5	0,4	0,3	0,4	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Transporte	53,6	49,7	48,2	48,0	47,7	45,8	45,7	48,4	49,3	50,5	64,5	62,4	54,4	52,3
Viajes	27,2	31,1	30,7	32,7	32,6	33,3	34,5	33,2	34,1	32,9	13,8	21,7	30,9	31,3

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), Comercio internacional de servicios en Centroamérica [base de datos en línea] <https://www.servicios.sieca.int/>.

Nota: n.i.o.p.= no incluido en otra parte.

Cuadro A14
Panamá: importaciones totales de servicios, 2010-2023
(En millones de dólares y porcentajes)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Bienes y servicios del gobierno, n.i.o.p.	78,9	67,9	79	65,5	89,6	84,7	122,1	89,1	112,5	122,4	60,9	63,7	86	94,6
Cargos por el uso de la propiedad intelectual, n.i.o.p.	46,3	68,7	96,9	80,9	98,7	57	47	46,3	631,1	380,8	443,6	12,6	24,2	9,2
Construcción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparaciones, n.i.o.p.	4,5	4,7	9,7	11,3	11,4	8,6	5,8	5,1	6	6,6	4,5	4,5	6,4	7,5
Otros servicios empresariales	129,7	543,4	610,2	718,6	852,8	741,5	718,7	764,9	665	682,4	485,6	462,6	472,1	601
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de seguros y pensiones	1 61,3	208,8	214,3	275,6	211,2	239,1	232	237,6	227,3	233,3	147,3	236,5	383,7	557,1
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	58,8	70,8	36	83,4	103,5	89,8	73,7	76,2	152,3	153	119	127,7	153,3	162,7
Servicios financieros	369	605,4	571,2	586,1	450,3	562,2	540,7	505,3	117,3	102,2	220,1	269,8	378	480,2
Servicios personales, culturales y recreativos	0,1	13,1	17,4	34	37,1	28,2	30,3	32,1	32,2	32	23,6	23,3	12,1	12,6
Transporte	1 541,4	2 214,5	2 360,9	2 424,9	2 144,3	1958	1 866,8	1 995,9	2 080,7	1 980	1 241,9	2 254,8	3 039,3	2 823,7
Viajes	397,8	505,2	415,2	862,1	941,7	1 054,7	1 143,5	920,7	1 184,3	1 421,5	466,5	688,9	995,9	1 231,9
Total	2 787,8	4 302,5	4 410,8	5 142,4	4 940,6	4 823,8	4 780,6	4 673,2	5 208,7	5 114,2	3213	4 144,4	5551	5 980,5
(En porcentajes)														
Bienes y servicios del gobierno, n.i.o.p.	2,8	1,6	1,8	1,3	1,8	1,8	2,6	1,9	2,2	2,4	1,9	1,5	1,5	1,6
Cargos por el uso de la propiedad intelectual, n.i.o.p.	1,7	1,6	2,2	1,6	2,0	1,2	1,0	1,0	12,1	7,4	13,8	0,3	0,4	0,2
Construcción	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mantenimiento y reparaciones, n.i.o.p.	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Otros servicios empresariales	4,7	12,6	13,8	14,0	17,3	15,4	15,0	16,4	12,8	13,3	15,1	11,2	8,5	10,0
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Servicios de seguros y pensiones	5,8	4,9	4,9	5,4	4,3	5,0	4,9	5,1	4,4	4,6	4,6	5,7	6,9	9,3
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	2,1	1,6	0,8	1,6	2,1	1,9	1,5	1,6	2,9	3,0	3,7	3,1	2,8	2,7
Servicios financieros	13,2	14,1	13,0	11,4	9,1	11,7	11,3	10,8	2,3	2,0	6,9	6,5	6,8	8,0
Servicios personales, culturales y recreativos	0,0	0,3	0,4	0,7	0,8	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,6	0,2	0,2
Transporte	55,3	51,5	53,5	47,2	43,4	40,6	39,0	42,7	39,9	38,7	38,7	54,4	54,8	47,2
Viajes	14,3	11,7	9,4	16,8	19,1	21,9	23,9	19,7	22,7	27,8	14,5	16,6	17,9	20,6

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), Comercio internacional de servicios en Centroamérica [base de datos en línea] <https://www.servicios.sieca.int/>.

Nota: n.i.o.p.= no incluido en otra parte.

Cuadro A15
Panamá: principales 40 productos de exportación clasificados por el cambio de su participación de producto, 2010-2015, 2016-2021, 2019-2023
(A nivel de partida del Sistema Armonizado)

Código SA	Descripción del producto	2010-2015	2016-2021	2019-2023
2603	Minerales de cobre y sus concentrados	N.D.	N.D.	Dinámico
0803	Plátanos, incl. plátanos frescos o secos	Dinámico	Estancado	Estancado
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera...	Dinámico	Estancado	Dinámico
7204	Desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero; lingotes de chatarra de hierro o acero...	Estancado	Estancado	Dinámico
1511	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	Estancado	Estancado	Dinámico
3004	Medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí o sin mezclar...	Estancado	Dinámico	Dinámico
4403	Madera en bruto incl. descortezada, desalburada o escuadrada...	Dinámico	Estancado	Estancado
0302	Pescado comestible, fresco o refrigerado (exc. filetes y demás carne de pescado de la partida 0304)	Estancado	Estancado	Estancado
2301	Harina, polvo y <i>pellets</i> , de carne, de despojos, de pescado o de crustáceos, de moluscos...	Dinámico	Estancado	Estancado
0901	Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción	Dinámico	Estancado	Estancado
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% volumen...	Dinámico	Estancado	Estancado
1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido	Estancado	Estancado	Estancado
7404	Desperdicios y desechos de cobre...	Dinámico	Estancado	Dinámico
0202	Carne de bovinos, congelada	Dinámico	Estancado	Estancado
1504	Grasas y aceites, y sus fracciones, de pescado o de mamíferos marinos, incl. refinados, sin modificar químicamente	Dinámico	Estancado	Estancado
0807	Melones, sandías y papayas, frescos	Estancado	Estancado	Estancado
2523	Cementos hidráulicos, incl. los cementos sin pulverizar (clínker), incl. coloreados	Estancado	Dinámico	Dinámico
7602	Desperdicios y desechos de aluminio...	Dinámico	Estancado	Estancado
0304	Filetes y demás carne de pescado (incl. picada), frescos, refrigerados o congelados	Estancado	Estancado	Dinámico
7108	Oro, incl. el oro platinado, en bruto, semilabrado o en polvo	Estancado	Dinámico	Dinámico
0407	Huevos de ave con cáscara, frescos, conservados o cocidos	Dinámico	Estancado	Dinámico
0303	Pescado comestible, congelado (exc. filetes y demás carne de pescado de la partida 0304)	Dinámico	Estancado	Estancado
0206	Despojos de animales de las especies bovina, porcina, ovina, caprina, caballar, asnal o mular, comestibles, frescos, refrigerados o congelados	Dinámico	Estancado	Estancado
2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso...	Dinámico	Dinámico	Dinámico
4804	Papel y cartón Kraft, sin estucar ni recubrir, en bobinas (rollos) de anchura > 36 cm o en hojas de forma cuadrada o rectangular con un lado > 36 cm y el otro > 15 cm, sin plegar...	Dinámico	Estancado	Estancado
1207	Semillas y frutos oleaginosos, incl. quebrantados...	Dinámico	Estancado	Dinámico

Código SA	Descripción del producto	2010-2015	2016-2021	2019-2023
7308	Puentes y partes de puentes, compuertas de esclusas, torres, castilletes, pilares, columnas, armazones para techumbre, techados, puertas...	Dinámico	Estancado	Dinámico
0804	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Estancado	Estancado	Estancado
7112	Desperdicios y desechos, de metal precioso o chapado de metal precioso (plaqué)...	Estancado	Estancado	Estancado
7801	Plomo en bruto	Dinámico	Estancado	Estancado
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incl. cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor > 6 mm	Dinámico	Estancado	Dinámico
1604	Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado	Dinámico	Estancado	Estancado
4819	Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napas de fibra de celulosa...	Dinámico	Estancado	Dinámico
3823	Ácidos grasos monocarboxílicos industriales; aceites ácidos del refinado; alcoholes grasos industriales	Dinámico	Dinámico	Dinámico
1516	Grasas y aceites de origen animal o vegetal y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interesterificados, reesterificados o elaidinizados...	Dinámico	Dinámico	
4707	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos) (exc. lana de papel)	Dinámico	Estancado	Dinámico
0402	Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante	Estancado	Estancado	Estancado
4104	Cueros y pieles curtidos o <i>crust</i> de bovino (incl. el búfalo) o de equino, depilados, incl. divididos (exc. preparados de otra forma)	Dinámico	Estancado	Dinámico
0511	Productos de origen animal, n.c.o.p.; animales muertos de todo tipo impropios para la alimentación humana	Dinámico	Estancado	Dinámico
1703	Melaza procedente de la extracción o del refinado del azúcar	N.D.	Estancado	Dinámico

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <https://magic.cepal.org/ES/Default.aspx>, y con información de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA.)

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

n.c.o.p.= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

incl.= inclusivo.

Cuadro A16
Chile: principales 30 productos de importación clasificados por el cambio de su participación de producto,
2010-2015, 2016-2021, 2019-2023
(A nivel de partida del Sistema Armonizado)

Código SA	Descripción del producto	2010-2015	2016-2021	2019-2023
270900	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	Estancado	Estancado	Dinámico
271019	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso, que no contienen biodiésel, n.e.p.	Estancado	Estancado	Dinámico
020130	Carne deshuesada, de bovinos, fresca o refrigerada	Dinámico	Dinámico	Estancado
847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles de peso <= 10 kg que estén constituidas al menos por una unidad central de proceso, un teclado y un visualizador...	Estancado	Dinámico	Estancado
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados, incl. los administrados por vía transdérmica...	Dinámico	Dinámico	Estancado
271012	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que > = 90% en volumen, incl. pérdidas se destilan a 210 °C ASTM D-86 (excepto con biodiésel)	Dinámico	Estancado	Dinámico
100590	Maíz (exc. las de siembra, para siembra)	Dinámico	Dinámico	Dinámico
870410	Volquetes automotores concebidos para utilizarlos fuera de la red de carreteras	Estancado	Dinámico	Dinámico
261390	Minerales de molibdeno y sus concentrados (exc. tostados)	Estancado	Dinámico	Dinámico
230400	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en <i>pellets</i>	Dinámico	Dinámico	Dinámico
850231	Grupos electrógenos de energía eólica	Dinámico	Dinámico	Estancado
280700	Ácido sulfúrico; óleum	Estancado	Dinámico	Dinámico
842952	Palas mecánicas, autopropulsadas cuya superestructura pueda girar 360°	Estancado	Dinámico	Estancado
870431	Vehículos automóviles para transporte de mercancías, con motor de émbolo (pistón) de encendido, por chispa de peso total con carga máxima <= 5 t...	Estancado	Estancado	Dinámico
843149	Partes de máquinas o aparatos de las partidas 8426 8429 u 8430, n.c.o.p.	Dinámico	Estancado	Dinámico
100199	Trigo y morcajo (exc. las de siembra, para la siembra y el trigo duro)	Dinámico	Dinámico	Dinámico
848180	Artículos de grifería y órganos reguladores simil. para tuberías...	Dinámico	Dinámico	Estancado
290919	Éteres acíclicos y sus derivados halogenados, sulfonados, nitrados o nitrosados (exc. éter dietílico (óxido de dietilo))	Dinámico	Estancado	Dinámico
170199	Azúcar de caña o remolacha y sacarosa químicamente pura, sólidos...	Estancado	Estancado	Dinámico
271121	Gas natural, en estado gaseoso	Estancado	Dinámico	Dinámico
310210	Urea, incl. en disolución acuosa...	Estancado	Dinámico	Dinámico
842951	Cargadoras y palas cargadoras de carga frontal, autopropulsadas	Estancado	Dinámico	Dinámico
901890	Instrumentos y aparatos de medicina cirugía o veterinaria, n.c.o.p.	Dinámico	Estancado	Estancado
401180	De los tipos utilizados en vehículos y máquinas para la construcción, minería o mantenimiento industrial	Dinámico	Dinámico	Estancado

Código SA	Descripción del producto	2010-2015	2016-2021	2019-2023
847490	Partes de máquinas y de aparatos para preparar y trabajar materias minerales de la partida 8474, n.c.o.p.	Dinámico	Dinámico	Dinámico
281410	Amoníaco anhidro	Dinámico	Dinámico	Dinámico
851713	<i>Smartphones</i> para redes inalámbricas	Dinámico	Dinámico	Dinámico
850440	Convertidores estáticos	Dinámico	Dinámico	Dinámico
210690	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	Dinámico	Dinámico	Estancado
020329	Carne de porcinos, congelada (exc. canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar)	Dinámico	Dinámico	Estancado

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC) [base de datos en línea] <https://magic.cepal.org>; y con información de la base de datos UN Comtrade de la División de Estadística de las Naciones Unidas.

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

n.c.o.p.= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

Incl.= incluso.

Cuadro A17
Panamá: categorización de los productos potenciales en el mercado chileno, circa 2023

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
150420	Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente (excluyendo aceites de hígado de pescado)	Animales y vegetales biproductos	0,00	3	0,21	2,27	N.D.
482369	Bandejas, fuentes y platos, tazas, vasos y artículos simil., de papel o cartón (excluyendo de papel o cartón)	Artículos de papel	0,06	2	0,49	0,01	0,31
482110	Etiquetas de todas clases, de papel o cartón, impresas	Artículos de papel	0,00	2	0,17	0,97	0,13
481950	Envases, incluso las fundas para discos, de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibra de celulosa (excluyendo cajas de papel o cartón corrugado; cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar; sacos (bolsas) y cucuruchos)	Artículos de papel	0,00	1	0,33	0,03	-0,48
481830	Manteles y servilletas, de pasta de papel, de papel, de guata de celulosa o de napa de fibras de celulosa	Artículos de papel	0,00	2	0,17	1,96	-0,13
482290	Carretes, bobinas, canillas y soportes simil. de pasta de papel, de papel o cartón, incluso perforados o endurecidos (excluyendo de los tipos utilizados para el bobinado de hilados textiles)	Artículos de papel	0,00	1	0,41	0,54	0,36
491199	Impresos, n.c.o.p.	Artículos de papel	0,00	1	0,10	0,00	0,50
470710	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos), de papel o cartón Kraft crudo o de papel o cartón ondulado	Artículos de papel	0,00	3	0,20	7,86	N.D.
481910	Cajas de papel o cartón corrugado	Artículos de papel	0,00	2	0,28	2,23	-0,48
940620	Unidades de construcción modulares de acero	Diverso	N.D.	N.D.	0,22	0,37	0,15
940569	Aparatos de alumbrado, incluso los proyectores, y sus partes, n.c.o.p.; anuncios, letreros y placas indicadores luminosos y artículos simil., con fuente de luz inseparable, y sus partes n.c.o.p.	Diverso	N.D.	N.D.	0,28	0,37	0,75
940139	Asientos, incluso los transformables en cama y sus partes n.c.o.p. (excluyendo asientos para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)	Diverso	N.D.	N.D.	0,73	0,01	0,25
940110	Asientos de los tipos utilizados en aeronaves	Diverso	0,00	1	0,40	0,46	0,25

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
940391	Muebles y sus partes n.c.o.p. (excluyendo asientos y mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)	Diverso	N.D.	N.D.	0,13	0,01	0,50
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazoadores, compuestos (excluyendo salsa de soja (soya), <i>ketchup</i> y demás salsas de tomate, harina de mostaza y mostaza preparada)	Los productos alimenticios	0,00	3	0,45	0,10	-0,53
220890	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% vol.; aguardientes y demás bebidas espirituosas (excluyendo preparaciones alcohólicas compuestas del tipo de las elaboradas para la elaboración de bebidas, aguardiente de vino o de orujo de uvas, whisky, ron y aguardiente de caña, gin y ginebra, vodka y licores)	Los productos alimenticios	0,00	2	0,45	0,03	N.D.
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	Los productos alimenticios	0,00	3	0,31	0,04	-0,61
200990	Mezclas de jugos de frutas u otros frutos, incluso el mosto, o de hortalizas, incluso silvestres, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	Los productos alimenticios	0,00	1	0,31	2,07	N.D.
220110	Agua mineral y agua gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizados	Los productos alimenticios	0,00	1	0,32	1,55	-0,40
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >= 80% vol.	Los productos alimenticios	0,00	1	0,42	0,00	-0,76
701820	Microesferas de vidrio con un diámetro <= 1 mm	Piedra y cristal	0,00	1	0,24	0,04	0,40
420239	Billeteras, portamonedas, llaveros, petacas, pitilleras bolsas para tabaco y demás artículos de bolsillo o de bolso de mano (carteras), con la superficie exterior de fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con estas materias o papel, incluso los estuches para gafas de plástico moldeado	Piel de animales	0,00	1	0,37	0,00	-0,31
391723	Tubos rígidos, de polímeros de cloruro de vinilo, incluso con accesorios	Plásticos y cauchos	0,00	1	0,30	5,74	-0,02
090121	Café tostado sin descafeinar	Productos del reino vegetal	0,00	2	N.D.	2,68	N.D.
090122	Café tostado descafeinado	Productos del reino vegetal	0,00	1	N.D.	421,82	N.D.
090111	Café sin tostar, ni descafeinar	Productos del reino vegetal	0,00	1	N.D.	0,18	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados, incluso los administrados por vía transdérmica...	Productos químicos	0,00	31	0,07	1,29	N.D.
330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluso las preparaciones antisolares y las bronceadoras (excluyendo medicamentos, preparaciones para el maquillaje de los labios o de los ojos, preparaciones para manicuras o pedicuros, y polvos, incluso los compactos)	Productos químicos	0,00	9	0,11	0,04	0,65
320890	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio no acuoso; disoluciones en disolventes orgánicos volátiles de productos citados en las partidas 3901 a 3913, con una proporción de disolvente > 50% del peso de la disolución (excluyendo disoluciones a base de poliésteres, o de polímeros acrílicos o vinílicos, así como disoluciones en colodiones)	Productos químicos	0,00	5	0,09	1,61	0,59
320990	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio acuoso (excluyendo a base de polímeros acrílicos o vinílicos)	Productos químicos	0,00	4	0,22	0,02	N.D.
321000	Las demás pinturas y barnices; pigmentos al agua preparados de los tipos utilizados para el acabado del cuero	Productos químicos	0,00	1	0,20	0,58	0,09
380891	Insecticidas (excluyendo mercancías de subtítulo 3808.50)	Productos químicos	0,05	10	0,15	0,07	0,10
340600	Velas, cirios y artículos similares	Productos químicos	0,00	1	0,58	3,28	N.D.
732690	Manufacturas de hierro o acero, n.c.o.p. (excluyendo moldeadas o forjadas o estampadas, pero sin trabajar de otro modo o de alambre de hierro o acero)	Rieles	0,00	1	0,21	0,02	0,93
610419	Trajes (ambos o ternos), de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de fibras sintéticas, así como prendas de deporte, monos y conjuntos de esquí y trajes de baño)	Textiles	0,00	1	0,29	0,74	-1,33

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
610610	Camisas blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (excluyendo <i>T-shirts</i> y camisetas)	Textiles	0,00	1	0,38	0,01	-1,24
610690	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, así como <i>T-shirts</i> y camisetas)	Textiles	0,00	1	0,20	0,00	-1,24
620339	Chaquetas (sacos) de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas y de punto, así como cazadoras y artículos simil.)	Textiles	0,00	1	0,44	0,28	-1,27
620349	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <i>shorts</i> , de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o de punto, así como calzoncillos y pantalones de baño)	Textiles	0,00	1	0,19	0,07	-1,27
620412	Trajes sastre, de algodón, para mujeres o niñas (excluyendo de punto, así como monos de esquí y trajes de baño)	Textiles	0,00	1	0,37	0,00	-1,32
620449	Vestidos de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o artificiales, así como de punto y las combinaciones)	Textiles	0,00	1	0,47	0,02	-1,32

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile y de la Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>; y del Growth Lab, The Atlas of Economic Complexity, Universidad de Harvard [base de datos en línea] <https://atlas.cid.harvard.edu/>.

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

HH= índice Herfindahl-Hirschman.

IPC= índice de complejidad económica del producto (IPC), reportado por el Growth Lab, de la Universidad de Harvard.

n.c.o.p.= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

incl.= incluso.

Cuadro A18
Panamá: productos con crecimiento de su demanda en el mercado chileno que exporta Panamá al mundo, circa 2023

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
010511	Gallos y gallinas de las especies domésticas, vivos, de peso <= 185 g	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	2	1,0	0,1	-0,2
010649	Los insectos vivos (abejas excluidas)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	0,4	0,5	-1,3
020130	Carne deshuesada, de bovinos, fresca o refrigerada	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	5	0,4	0,0	-0,6
020230	Carne deshuesada, de bovinos, congelada	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	6	0,5	1,7	N.D.
020312	Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar, de porcinos, frescos o refrigerados	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	0,7
020319	Carne de porcinos, fresca o refrigerada (excluyendo canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	0,7
020329	Carne de porcinos, congelada (excluyendo canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	7	0,6	0,0	0,7
020610	Despojos de bovinos, comestibles, frescos o refrigerados	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,3	21,2	N.D.
020621	Lenguas de bovinos, comestibles, congeladas	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	N.D.
020622	Hígados de bovinos, comestibles, congelados	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	N.D.
020629	Despojos de bovinos, comestibles, congelados (excluyendo lenguas e hígados)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	N.D.
020649	Despojos de porcino, comestibles, congelados (excluyendo los hígados)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	3	0,2	2,1	N.D.
021019	Carne de porcinos, salada o en salmuera, seca o ahumada (excluyendo piernas, paletas, y sus trozos, sin deshuesar, así como tocino entreverado de panza (panceta) y sus trozos)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	0,8	0,3	0,3
021020	Carne de bovinos, salada o en salmuera, seca o ahumada	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	0,3
030211	Truchas (<i>Salmo Trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> , <i>Oncorhynchus clarki</i> , <i>Oncorhynchus aguabonita</i> , <i>Oncorhynchus gilae</i> , <i>Oncorhynchus apache</i> y <i>Oncorhynchus Chrysogaster</i>), frescas o refrigeradas	Los productos de origen animal	No competitivo	0,01	4	1,0	0,0	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
030246	Cobia fresca o refrigerada (<i>Rachycentron canadum</i>)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	497 908,9	N.D.
030249	Caballas de la India (<i>Rastrelliger spp.</i>), carites (<i>Scomberomorus spp.</i>), pámpanos (<i>Caranx spp.</i>), palometones plateados (<i>Pampus spp.</i>), papardas del Pacífico (<i>Cololabis saira</i>), macarelas (<i>Decapterus spp.</i>), capelanes (<i>Mallotus villosus</i>), bacoretas orientales (<i>Euthynnus affinis</i>), bonitos (<i>Sarda spp.</i>), agujas, marlines, peces vela o picudos (<i>Istiophoridae</i>), fresco o refrigerado	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	N.D.
030271	Tilapia fresca o refrigerada (<i>Oreochromis spp.</i>)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	1,0	64,0	N.D.
030289	Pescado fresco o refrigerado, n.e.p.	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	18	N.D.	N.D.	N.D.
030323	Congelados de tilapia (<i>Oreochromis spp.</i>)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,6	108,3	N.D.
030341	Albacoras o atunes blancos (<i>Thunnus alalunga</i>), congelados	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	3	N.D.	N.D.	N.D.
030342	Atunes de aleta amarilla o rabiles (<i>Thunnus albacares</i>), congelados	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,8	141,9	N.D.
030356	Cobia (<i>Rachycentron canadum</i>) congelada	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	1,0	2 647,6	N.D.
030432	Filetes frescos o refrigerados de bagre (<i>Pangasius spp.</i> , <i>Silurus spp.</i> , <i>Clarias spp.</i> , <i>Ictalurus spp.</i>)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	1	1,0	0,0	N.D.
030487	Filetes congelados de atún (del género <i>Thunnus</i>), listados o bonitos de vientre rayado (<i>Euthynnus [Katsuwonus] pelamis</i>)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	1	0,5	1,1	N.D.
030499	Congelados de carne de pescado n.c.o.p. (excluyendo filetes)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	19	0,3	4,9	N.D.
030551	Bacalao seco (<i>Gadus morhua</i> , <i>Gadus ogac</i> , <i>Gadus macrocephalus</i>), incluso salado sin ahumar (excluyendo filetes y vísceras)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	1,0	39,3	-1,6
030571	Aletas de tiburón, salmuera ahumados, secos, salados...	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	22	0,8	0,0	-1,6
030617	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no incluye camarones y langostinos, sin pelar, cocidos en agua o en agua hirviendo (sin agua fría, camarones y langostinos)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	9	0,5	35,6	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
030635	Camarones y langostinos, y demás decápodos Natantia de agua fría (<i>Pandalus spp.</i> , <i>Crangon crangon</i>)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	3	N.D.	117 152,9	N.D.
030743	Congelados	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	5	0,8	0,0	-1,7
030799	Moluscos, aptos para el consumo humano, incluso con cáscara, ahumados, congelados, secos, salados o en salmuera...	Los productos de origen animal	No competitivo	0,05	1	1,0	1,2	-1,7
040120	Leche y nata (crema), sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante, con un contenido de materias grasas > 1% en peso pero <= 6% en peso	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	0,0
040150	Leche y nata con un contenido en peso de > 10%, sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	5	0,4	0,6	0,0
040229	Leche y nata (crema), en polvo, gránulos o demás formas sólidas, con un contenido de materias grasas > 15% en peso, con adición de azúcar u otro edulcorante	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	9	0,6	0,0	N.D.
040291	Leche y nata (crema), concentradas, sin adición de azúcar ni otro edulcorante (excluyendo en polvo, gránulos o demás formas sólidas)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	2	0,6	0,2	N.D.
040299	Leche y nata (crema), concentradas, con adición de azúcar u otro edulcorante (excluyendo en polvo, gránulos o demás formas sólidas)	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	2	0,5	0,0	N.D.
040320	Suero de mantequilla (de manteca), leche y nata (crema) cuajadas, yogur, kéfir y demás leches y natas (cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao	Los productos de origen animal	Competitivo	N.D.	N.D.	0,7	75,0	-0,2
040610	Queso fresco (sin madurar), incluso el del lactosuero, y requesón	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	4	0,3	0,0	0,0
040711	Los huevos fertilizados para la incubación de aves domésticas	Los productos de origen animal	No competitivo	0,00	1	1,0	27 506,5	N.D.
050590	Pielés y demás partes de ave, con sus plumas o plumón, plumas y partes de plumas, incluso recortadas, en bruto o simplemente limpiados, desinfectados o preparados para su conservación, así como polvo y desperdicios de plumas o de partes de plumas (excluyendo utilizadas para relleno y plumón)	Los productos de origen animal	Competitivo	0,00	1	1,0	8,7	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
060290	Plantas vivas, incluso sus raíces, y micelios (excluyendo bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, y raíces de achicoria; esquejes y estaquillas, sin enraizar, e injertos; árboles, arbustos y matas, de frutas o de otros frutos comestibles; rododendros y azaleas, así como los rosales)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	36	0,2	0,0	-0,9
060315	Lirios frescos cortados (<i>Lilium spp.</i>) y las yemas, de una, para ramos o adornos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,05	1	1,0	0,0	-1,6
060420	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos y hierbas, musgos y líquenes, siendo los productos de los tipos utilizados para ramos o adornos, frescos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	2	0,9	18,0	-0,9
070200	Tomates frescos o refrigerados	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,9	0,0	-1,2
070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	3	0,5	0,0	-2,0
070610	Zanahorias y nabos, frescos o refrigerados (excluyendo remolachas para ensalada)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,9	0,0	-0,8
070690	Remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos rábanos, y raíces comestibles, frescas o refrigeradas (excluyendo zanahorias y nabos)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-0,8
070960	Frutos de géneros Capsicum o Pimenta, frescos o refrigerados	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	3	0,7	0,3	-1,2
070993	Calabazas frescas o refrigeradas, la calabaza y calabazas (<i>Cucurbita spp.</i>)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	5	1,0	44,6	-1,2
071080	Hortalizas, incluso silvestres, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (excluyendo patatas (papas), hortalizas de vaina, espinacas, incluso las de Nueva Zelandia, armuelles y maíz dulce)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	7	0,2	0,0	-0,8
071333	Judías (porotos, alubias, frijoles, frêjoles), común (<i>Phaseolus vulgaris</i>), seca y desvainada, aunque estén mondada o partida	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	2	0,5	0,0	-2,1
071340	Lentejas secas desvainadas aunque estén mondadas o partidas	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,8	0,0	-2,1
071410	Raíces de mandioca (yuca), frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso troceadas o en pellets	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	-2,2

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
071420	Batatas (boniatos, camotes), frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso troceadas o en <i>pellets</i>	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	-2,2
071440	Taro (<i>Colocasia spp.</i>), frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en <i>pellets</i>	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	-2,2
071450	Yautía (<i>Xanthosoma spp.</i>), frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en <i>pellets</i>	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	1,0	1366,3	-2,2
080390	Plátanos frescos o secos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	1,0	32,6	N.D.
080440	Aguacates (paltas), frescos o secos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	5	1,0	0,0	N.D.
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,5	0,0	N.D.
080711	Sandías frescas	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,7	141,0	N.D.
080719	Melones frescos (excluyendo sandías)	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,5	6,1	N.D.
090111	Café sin tostar ni descafeinar	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,6	0,2	N.D.
090121	Café tostado sin descafeinar	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	2	0,2	2,7	N.D.
090122	Café tostado descafeinado	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,2	421,8	N.D.
090190	Cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,2	1,1	N.D.
090412	Pimienta del género Piper, triturada o pulverizada	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	0,5	0,4	-1,8
090422	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, triturados o pulverizados	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	4	0,6	0,0	-1,8
090710	Clavo de olor, frutos, clavillos y pedúnculos, sin triturar ni pulverizar	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-1,4
091099	Espicias...	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-1,6
100590	Maíz (excluyendo las de siembra para siembra)	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	3	0,5	0,0	-0,9
100610	Arroz con cáscara o arroz <i>paddy</i>	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	2	1,0	0,0	-1,6
100630	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	3	0,3	0,0	-1,6
100640	Arroz partido	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	0,8	0,0	-1,6
110100	Harina de trigo o de morcajo (tranquillón)	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,06	1	0,3	2,4	-1,4
110220	Harina de maíz	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,8	0,0	-1,5

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
110412	Granos de avena aplastados o en copos	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-0,9
110423	Granos de maíz mondados, perlados, troceados quebrantados o trabajados de otro modo (excepto los aplastados, en copos, gránulos y harina)	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	1,0	0,0	-0,9
110812	Almidón de maíz	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,00	1	0,9	0,0	-0,6
120799	Semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados...	Productos del reino vegetal	Competitivo	0,05	1	0,7	16,6	N.D.
120999	Semillas, frutos y esporas para siembra...	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	3	0,3	0,0	-0,9
121229	Algas marinas y otras algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, con o sin tierra, no aptas para el consumo humano	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	8	0,4	0,1	-1,7
121294	Las raíces de achicoria, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	-1,7
121299	Huesos y almendras de frutos y demás productos vegetales, incluso las raíces de achicoria sin tostar de la variedad <i>Cichorium intybus sativum</i> , empleados principalmente en la alimentación humana, n.c.o.p.	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	0,6	0,3	-1,7
121300	Paja y cascabillo de cereales, en bruto, incluso picados, molidos, prensados o en <i>pellets</i>	Productos del reino vegetal	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	-0,3
150190	Grasa de ave, fundidas o extraídas de otro modo	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	1	0,9	9,9	N.D.
150420	Grasas y aceites de pescado, y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente (excluyendo aceites de hígado de pescado)	Animales y vegetales biproductos	No competitivo	0,00	3	0,2	2,3	N.D.
150600	Las demás grasas y aceites animales, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente	Animales y vegetales biproductos	No competitivo	0,00	1	1,0	0,0	0,5
150790	Aceite de soja (soya) y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	2	0,9	0,0	-1,2
151110	Aceite de palma en bruto	Animales y vegetales biproductos	No competitivo	0,00	1	0,7	87,7	N.D.
151190	Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente (excluyendo aceite de palma en bruto)	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	1	0,6	3,1	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
151321	Aceites de almendra de palma o babasú, en bruto	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	1	1,0	8,6	-2,1
151590	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incluso refinados, sin modificar químicamente...	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	7	0,6	0,3	N.D.
151710	Margarina (excluyendo margarina líquida)	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	2	0,4	0,0	-0,9
151800	Grasas y aceites, animales o vegetales, y sus fracciones, cocidos, oxidados, deshidratados, sulfurados, soplados, polimerizados por calor en vacío o atmósfera inerte («estandarizados») o modificados químicamente de otra forma...	Animales y vegetales biproductos	Competitivo	0,00	1	0,5	0,5	N.D.
160100	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,4	1,0	0,2
160210	Preparaciones de carne, despojos o sangre, finamente homogeneizados, para la alimentación infantil o para usos dietéticos, acondicionadas para la venta al por menor en recipientes con un contenido <= 250 g	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,5	7,4	0,1
160232	Preparaciones y conservas de carne o despojos, de gallo o gallina de especies domésticas...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	4	0,6	1,4	0,1
160249	Preparaciones y conservas, incluso las mezclas de carne o de despojos de porcinos...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,5	0,6	0,1
160250	Preparaciones y conservas de carne o de despojos, de bovinos ...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,3	0,4	0,1
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito (<i>Sarda spp.</i>), enteros o en trozos (excluyendo picados)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,4	0,1	-1,5
160529	Camarones y langostinos, preparados o conservados, en envases herméticamente cerrados (sin ahumar)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	10	0,6	0,0	-1,7
160553	Mejillones, preparados o conservados (excepto ahumado)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-1,7
160555	Pulpo, preparados o conservados (sin ahumar)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,05	1	1,0	0,0	-1,7
170113	Azúcar de caña, en estado sólido, sin adición de aromatizante ni colorante, que se obtiene sin centrifugar, con un contenido de sacarosa 69° a 93° que solo contiene microcristales anhedrales naturales (véase la nota de subpartida 2.)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,06	1	0,7	1478,3	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
170114	Azúcar de caña, en estado sólido, (excepto los de la caña de azúcar 1701 13) sin adición de aromatizante ni colorante	Los productos alimenticios	No competitivo	0,06	1	0,9	0,0	N.D.
170199	Azúcar de caña o remolacha y sacarosa químicamente pura, sólidos (excluyendo los con adición de aromatizante o colorante, así como el azúcar en bruto)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,06	3	0,2	0,0	N.D.
170310	Melaza de caña, procedente de la extracción o del refinado del azúcar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,9	17,9	N.D.
170410	Chicle, incluso recubierto de azúcar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,2	0,2	-0,6
170490	Artículos de confitería sin cacao, incluso el chocolate blanco (excluyendo chicle)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,01	7	0,1	0,2	-0,6
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,4	0,4	-0,7
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,2	0,1	-0,6
180610	Cacao en polvo con adición de azúcar ni otro edulcorante	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	2	0,2	0,0	0,2
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, bien en bloques o barras con peso > 2 kg, bien en forma líquida o pastosa, o en polvo, gránulos o formas simil., en recipientes o envases inmediatos con un contenido > 2 kg (excluyendo cacao en polvo)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,2	0,0	0,2
180631	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, con peso <= 2 kg, rellenas	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,2	0,1	0,2
180632	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras con peso <= 2 kg, sin rellenar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,1	0,0	0,2
190110	Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao o con un contenido de cacao < 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,6	0,0	0,1
190120	Mezclas y pastas de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao o con un contenido de cacao < 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,2	0,0	0,1

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
190190	Extracto de malta; preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao o con un contenido de cacao < 40% en peso calculado sobre una base totalmente desgrasada, n.c.o.p...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,1	0,0	0,1
190219	Pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma, que no contengan huevo	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	3	0,3	0,3	-1,1
190220	Pastas alimenticias, rellenas de carne u otras sustancias incluso cocidas o preparadas de otra forma	Los productos alimenticios	No competitivo	0,05	2	0,2	0,0	-1,1
190230	Pastas alimenticias cocidas o preparadas de otra forma (excluyendo las rellenas)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,5	0,0	-1,1
190531	Galletas dulces (con adición de edulcorante)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,1	0,0	-0,2
190540	Pan tostado y productos simil. tostados	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-0,2
190590	Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos simil...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	4	0,1	0,2	-0,2
200290	Tomates, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético (excluyendo enteros o en trozos)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,4	1,0	-1,4
200551	Judías (porotos, alubias, frijoles fréjoles) (<i>Vigna spp.</i> , <i>Phaseolus spp.</i>), desvainadas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, sin congelar	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,7	0,0	-0,8
200580	Maíz dulce (<i>Zea Mays var. Saccharata</i>), preparado o conservado sin vinagre ni ácido acético, sin congelar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,5	0,0	-0,8
200599	Vegetales y mezcla de vegetales, preparados o conservados sin vinagre, sin congelar (excluyendo conservados con azúcar, vegetales homogenizados de subtítulo 2005.10, y tomates, champiñones, trufas, patatas, guisantes (<i>Pisum sativum</i>), judías (<i>Vigna Phaseolus</i>), espárragos, aceitunas, maíz (<i>Zea Mays var. Saccharata</i>) y brotes de bambú sin mezclar	Los productos alimenticios	No competitivo	0,05	2	0,2	0,0	-0,8

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
200791	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de agrios (cítricos), obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante (excluyendo preparaciones homogeneizadas)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	N.D.
200799	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante (excluyendo de agrios (cítricos), así como las preparaciones homogeneizadas)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	14	0,1	0,0	N.D.
200811	Cacahuetes (cacahuetes, maníes), preparados o conservados (excluyendo confitados con azúcar)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,4	0,0	-1,2
200870	Melocotones (duraznos), incluso los griñones y nectarinas, preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol (excluyendo confitados con azúcar pero no conservados en jarabe, así como confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas, de frutos, obtenidos por cocción)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,8	0,0	-1,2
200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol...	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	4	0,3	0,0	-1,2
200919	Jugo de naranja, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante (excluyendo de valor Brix <= 20 a 20 °C, así como congelado)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,9	0,2	N.D.
200941	Jugo de piña (ananá), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor Brix <= 20 a 20 °C	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	N.D.
200949	Jugo de piña (ananá), sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor Brix > 20 a 20 °C	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	N.D.
200950	Jugo de tomate, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	N.D.
200961	Jugo de uva, incluso el mosto, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor Brix <= 30 a 20 °C	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,8	0,0	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
200971	Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor Brix <= 20 a 20 °C	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	N.D.
200979	Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor Brix > 20 a 20 °C	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,8	0,1	N.D.
200990	Mezclas de jugos de frutas u otros frutos, incluso el mosto, o de hortalizas, incluso silvestres, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,3	2,1	N.D.
210111	Extractos, esencias y concentrados de café	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	4	0,2	0,0	-0,6
210112	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de café o a base de café	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-0,6
210310	Salsa de soja (soya)	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,3	0,0	-0,5
210320	<i>Ketchup</i> y demás salsas de tomate	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,3	0,0	-0,5
210330	Harina de mostaza y mostaza preparada	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,7	0,1	-0,5
210390	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores compuestos (excluyendo salsa de soja (soya), <i>ketchup</i> y demás salsas de tomate, harina de mostaza y mostaza preparada)	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	3	0,4	0,1	-0,5
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	3	0,3	0,0	-0,6
210420	Preparaciones para la alimentación infantil o para usos dietéticos que consistan en una mezcla finamente homogeneizada de varias sustancias básicas, tales como carne, pescado, legumbres u hortalizas o frutas, acondicionadas para la venta al por menor en envases con un contenido <= 250 g	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,6	0,0	-0,6
210500	Helados, incluso con cacao	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	3	0,4	0,1	-0,1
210610	Concentrados de proteínas y sustancias proteicas texturadas	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,6	0,0	0,2
210690	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	Los productos alimenticios	No competitivo	0,03	3	0,1	0,0	0,2
220110	Agua mineral y agua gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizados	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,3	1,5	-0,4

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
220210	Agua, incluso el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, que pueda consumirse directamente como bebida	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	1	0,4	0,2	-0,5
220710	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico >= 80% vol.	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	-0,8
220850	Gin y ginebra	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	2	0,8	3,0	N.D.
220870	Licores	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	N.D.
220890	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% vol; aguardientes y demás bebidas espirituosas (excluyendo preparaciones alcohólicas compuestas del tipo de las elaboradas para la elaboración de bebidas, aguardiente de vino o de orujo de uvas, whisky, ron y aguardiente de caña, gin y ginebra, vodka y licores)	Los productos alimenticios	Competitivo	0,00	2	0,5	0,0	N.D.
220900	Vinagre y sucedáneos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,3	26,8	N.D.
230910	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor	Los productos alimenticios	Competitivo	0,04	5	0,2	0,0	N.D.
240210	Cigarros (puros) (incluso despuntados), y cigarrillos (puritos), que contengan tabaco	Los productos alimenticios	No competitivo	0,00	1	0,5	0,1	N.D.
250590	Arenas naturales de cualquier clase, incluso coloreadas (excluyendo arenas auríferas y platiníferas, arenas de circón, de rutilo y de ilmenita, arenas monacíticas, arenas bituminosas o asfálticas, arenas silíceas y arenas cuarzosas)	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-0,7
251320	Esmeril; corindón natural, granate natural y demás abrasivos naturales, incluso tratados térmicamente	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	-1,2
251520	Mármol y travertino cortados, en bloques o en placas	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-1,3
251710	Cantos, grava, piedras machacadas, de los tipos generalmente utilizados para hacer hormigón, o para firmes de carreteras, vías férreas u otros balastos, guijarros y pedernal, incluso tratados térmicamente	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-0,3

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
252390	Cementos hidráulicos incluso coloreados (excluyendo cemento Portland cementos aluminosos)	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,9	0,0	N.D.
271019	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso, que no contienen biodiésel, n.e.p.	Productos minerales	Competitivo	0,00	15	0,7	0,0	N.D.
271099	Desechos de aceites que contengan principalmente aceites de petróleo o de mineral bituminoso (excluyendo que contengan difenilos policlorados "PCB", terfenilos policlorados "PCT" o difenilos polibromados "PBB")	Productos minerales	Competitivo	0,05	2	0,2	62,4	N.D.
271129	Hidrocarburos, en estado gaseoso (excluyendo gas natural)	Productos minerales	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-2,3
271500	Mezclas bituminosas a base de asfalto, o de betún naturales, de betún de petróleo, de alquitrán mineral o de brea de alquitrán mineral (por ejemplo: mástiques bituminosos, <i>cut backs</i>)	Productos minerales	Competitivo	0,00	1	0,5	0,0	-1,5
280430	Nitrógeno	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,7	2,5	-0,3
280920	Ácido fosfórico; ácidos polifosfóricos, incluso de constitución química no definida	Productos químicos	Competitivo	0,00	2	0,3	0,0	-0,6
281410	Amoniaco anhidro	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,5	0,0	-1,3
283421	Nitratos de potasio	Productos químicos	Competitivo	0,05	1	0,6	0,1	-0,3
283650	Carbonato de calcio	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	-0,5
285000	Hidruros, nitruros, aziduros (azidas), siliciuros y boruros, aunque no sean de constitución química definida, excepto los compuestos que consistan igualmente en carburos de la partida 2849	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	1,7
293629	Vitaminas y sus derivados utilizados principalmente como vitaminas, sin mezclar (excluyendo vitaminas A, B1, B2, B3, B5, B6, B12, C, E, H y sus derivados)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	1,1
300420	Medicamentos, que contengan antibióticos, dosificados, incluso los administrados por vía transdérmica (excluyendo que contengan penicilinas o derivados de estos productos con la estructura del ácido penicilánico o estreptomycinas o derivados de estos productos)	Productos químicos	Competitivo	0,00	10	0,1	0,3	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
300439	Medicamentos que contengan hormonas o esteroides utilizados como hormonas pero sin antibióticos, dosificados, incluso los administrados por vía transdérmica (excluyendo que contengan insulina u hormonas corticosteroides sus derivados y análogos estructurales)	Productos químicos	No competitivo	0,00	2	0,3	0,0	N.D.
300449	Medicamentos, que contengan alcaloides o sus derivados, que no contengan hormonas, esteroides utilizados como hormonas o antibióticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor (excepto efedrina, pseudoefedrina (DCI), norefedrina o sus sales)	Productos químicos	Competitivo	0,00	4	0,6	0,4	N.D.
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados, incluso los administrados por vía transdérmica...	Productos químicos	Competitivo	0,00	31	0,1	1,3	N.D.
320418	Materias colorantes de carotenoides sintéticos y preparaciones a base de ellas de los tipos utilizados para teñir tejidos o producir preparaciones colorantes (excluyendo preparaciones de las partidas 3207 3208 3209 3210 3213 y 3215)	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,0	0,6
320890	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales, modificados, dispersos o disueltos en un medio no acuoso; disoluciones en disolventes orgánicos volátiles, de productos citados en las partidas 3901 a 3913 con una proporción de disolvente > 50% del peso de la disolución (excluyendo disoluciones a base de poliésteres o de polímeros, acrílicos o vinílicos, así como disoluciones en colodiones)	Productos químicos	Competitivo	0,00	5	0,1	1,6	0,6
320990	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio acuoso (excluyendo a base de polímeros acrílicos o vinílicos)	Productos químicos	Competitivo	0,00	4	0,2	0,0	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
321000	Las demás pinturas y barnices; pigmentos al agua preparados de los tipos utilizados para el acabado del cuero	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,2	0,6	0,1
321490	Plastes no refractarios de los tipos utilizados en albañilería	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,3	0,1	0,6
321590	Tintas, incluso concentradas o sólidas (excluyendo para dibujar)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	0,8
330112	Aceites esenciales de naranja, desterpenados o no, incluso los concretos o absolutos (excluyendo esencias de azahar)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,3	0,0	-1,3
330113	Aceites esenciales de limón, desterpenados o no, incluso los concretos o absolutos	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,7	0,0	-1,3
330129	Aceites esenciales, desterpenados o no, incluso los concretos o absolutos (excluyendo de agrios (cítricos), de geranio, de jazmín, de lavanda (espliego), de lavandín, de mentas y de espicanardo (vetiver))	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,5	0,0	-1,3
330210	Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, incluso las disoluciones alcohólicas, a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,2	0,0	0,1
330300	Perfumes y aguas de tocador	Productos químicos	Competitivo	0,00	2	0,2	0,1	N.D.
330420	Preparaciones para el maquillaje de los ojos	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,1	0,0	0,7
330491	Polvos de belleza o maquillaje y polvos para bebés, incluso los compactos (excluyendo medicamentos)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,2	2,2	0,7
330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incluso las preparaciones antisolares y las bronceadoras (excluyendo medicamentos, preparaciones para el maquillaje de los labios o de los ojos, preparaciones para manicuras o pedicuros y polvos, incluso los compactos)	Productos químicos	No competitivo	0,00	9	0,1	0,0	0,7
330510	Champúes	Productos químicos	Competitivo	0,00	3	0,5	0,0	0,4

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
330590	Preparaciones capilares (excluyendo champúes, preparaciones para ondulación o desrizado permanentes, lacas para el cabello)	Productos químicos	No competitivo	0,00	3	0,2	0,0	0,4
330620	Hilo utilizado para limpieza de los espacios interdentes (hilo dental), en envases individuales para la venta al por menor	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,3	0,0	0,3
330720	Desodorantes corporales y antitranspirantes	Productos químicos	No competitivo	0,00	2	0,2	0,0	0,3
340119	Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, y papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes (excluyendo de tocador, incluso los medicinales)	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,6	0,2	-1,0
340120	Jabón en copos, en gránulos, en polvo, en pasta o en disolución acuosa	Productos químicos	Competitivo	0,00	2	0,3	0,1	-1,0
340231	Ácidos alquilbenceno sulfónicos lineales y sus sales	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,6	0,2
340239	Agentes de superficie orgánicos (excluyendo jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incluso las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón (excluyendo preparaciones de la partida 3401)	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,2	0,0	0,2
340241	Agentes de superficie orgánicos (excluyendo jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incluso las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón (excluyendo preparaciones de la partida 3401)	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,2	0,6	0,2
340249	Agentes de superficie orgánicos (excluyendo jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incluso las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón (excluyendo preparaciones de la partida 3401)	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,2	0,1	0,2

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
340250	Agentes de superficie orgánicos (excluyendo jabón); preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incluso las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón (excluyendo preparaciones de la partida 3401)	Productos químicos	Competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,3	0,2
340290	Preparaciones tensoactivas, preparaciones para lavar, incluso las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza...	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,1	0,0	0,2
340510	Betunes, cremas y preparaciones simil. para el calzado o para el cuero y pieles, incluso papel, guata fieltro tela sin tejer plástico o caucho celulares impregnados recubiertos o revestidos de estas preparaciones (excluyendo ceras artificiales y ceras preparadas de la partida 3404)	Productos químicos	No competitivo	0,00	2	0,2	0,0	0,1
340600	Velas, cirios y artículos similares	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,6	3,3	N.D.
350610	Productos de cualquier clase utilizados como colas o adhesivos, acondicionados para la venta al por menor como colas o adhesivos, de un peso neto <= 1 kg	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,3	0,0	1,5
360200	Explosivos preparados (excepto la pólvora)	Productos químicos	Competitivo	0,00	5	0,5	0,0	N.D.
360490	Cohetes de señales o granífulgos y simil., petardos y demás artículos de pirotecnia (excluyendo cartuchos sin proyectil)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,6	0,0	-0,1
380891	Insecticidas (excluyendo mercancías de subtítulo 3808.50)	Productos químicos	Competitivo	0,05	10	0,2	0,1	0,1
380991	Aprestos y productos de acabado, aceleradores de tintura o de fijación de materias colorantes y demás productos y preparaciones (p.ej. aprestos y mordientes), de los tipos utilizados en la industria textil o industrias simil., n.c.o.p. (excluyendo a base de materias amiláceas)	Productos químicos	Competitivo	0,00	2	0,6	0,1	0,5
381400	Disolventes y diluyentes orgánicos compuestos, no expresados ni comprendidos en otra parte; preparaciones para quitar pinturas o barnices	Productos químicos	No competitivo	0,05	4	0,2	0,0	0,0

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
381590	Iniciadores y aceleradores de reacción y preparaciones catalíticas, n.c.o.p. (excluyendo aceleradores de vulcanización y catalizadores sobre soporte)	Productos químicos	No competitivo	0,00	1	0,4	0,0	1,1
381600	Cementos, morteros, hormigones y preparaciones similares, refractarios (excepto los productos de la partida 3801)	Productos químicos	No competitivo	0,00	4	0,2	0,0	0,6
382319	Ácidos grasos monocarboxílicos industriales; aceites ácidos del refinado (excluyendo ácido esteárico, ácido oleico y ácidos grasos del <i>tall oil</i>)	Productos químicos	Competitivo	0,00	1	0,5	0,5	-0,1
382499	Productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas, incluidas las mezclas de productos naturales, n.e.p.	Productos químicos	No competitivo	0,00	19	0,2	0,0	N.D.
382600	Biodiésel y sus mezclas, sin aceites de petróleo o de mineral bituminoso o con un contenido inferior al 70% en peso	Productos químicos	No competitivo	0,05	9	0,6	0,0	N.D.
382790	Productos diversos de las industrias químicas	Productos químicos	Competitivo			0,5	0,5	N.D.
390750	Resinas alídicas, en formas primarias	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,3	0,2	1,0
390799	Poliésteres saturados en formas primarias (excluyendo plicarbonatos, resinas alídicas y poli "tereftalato de etileno")	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,2	0,1	1,0
391400	Intercambiadores de iones a base de polímeros de las partidas 3901 a 3913, en formas primarias	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	2	0,3	0,0	1,9
391620	Monofilamentos cuya mayor dimensión del corte transversal sea > 1 mm, barras, varillas y perfiles, incluso trabajados en la superficie, pero sin otra labor, de polímeros de cloruro de vinilo	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,3	0,0	0,7
391721	Tubos rígidos de polímeros de etileno incluso con accesorios	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,0
391723	Tubos rígidos de polímeros, de cloruro de vinilo, incluso con accesorios	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,3	5,7	0,0
391731	Tubos flexibles, de plástico, para una presión >= 276 MPa	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,0
391739	Tubos flexibles, de plástico, reforzados o combinados con otras materias y con accesorios (excluyendo tubos para una presión >= 276 MPa)	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	4	0,2	0,0	0,0

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
391890	Revestimientos para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas y revestimientos para paredes o techos, presentados en rollos de anchura >= 45 cm, con cara vista graneada, gofrada, coloreada con motivos impresos o decorada de otro modo y fijada permanentemente a un soporte de cualquier materia distinta del papel, de plástico (excluyendo de polímeros de cloruro de vinilo)	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,6	0,0	0,7
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, sin trabajar o trabajadas solo en la superficie o solo cortadas en forma cuadrada o rectangular (excluyendo autoadhesivas, así como los revestimientos para suelos, paredes o techos de la partida 3918)	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	2	0,2	0,1	0,4
392030	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de estireno y sin esfuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, sin trabajar o trabajadas solo en la superficie o solo cortadas en forma cuadrada o rectangular (excluyendo autoadhesivas, así como los revestimientos para suelos, paredes o techos de la partida 3918)	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,4	0,1	0,4
392059	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros acrílicos no celulares y sin esfuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias, sin trabajar o trabajadas solo en la superficie o solo cortadas en forma cuadrada o rectangular (excluyendo de poli "metacrilato de metilo", así como productos autoadhesivos y revestimientos para suelos, paredes o techos de la partida 3918)	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,3	0,0	0,4
392113	Placas, láminas, hojas y tiras de poliuretanos celulares, sin trabajar o trabajadas solo en la superficie o solo cortadas en forma cuadrada o rectangular (excluyendo autoadhesivas, así como los revestimientos para suelos, paredes o techos de la partida 3918)	Plásticos y cauchos	No competitivo	0	1	0,1	0,0	0,6

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
392321	Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos de polímeros de etileno	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	2	0,2	0,4	0,0
392390	Artículos para transporte o envasado de plástico (excluyendo cajas, jaulas y artículos simil.; sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos; bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos simil.; bobinas, rollos, carretes, canillas y soportes simil.; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre)	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	3	0,1	0,1	0,0
392510	Depósitos, cisternas, cubas y recipientes simil., de plástico, de capacidad > 300 l	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,3	0,1	0,2
392520	Puertas, ventanas, y sus marcos, contramarcos y umbrales, de plástico	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,5	0,2	0,2
392590	Elementos estructurales para la construcción de suelos, paredes, tabiques, techos o tejados de plástico; canalones y sus accesorios, de plástico; barandillas, balaustradas y barreras simil. de plástico...	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,2	0,0	0,2
400122	Cauchos naturales técnicamente especificados (TSNR)	Plásticos y cauchos	Competitivo	0	1	0,6	0,1	-2,1
410390	Cueros y pieles, frescos o incl. salados, secos, encalados, piquelados o conservados de otro modo, incluso depilados, las pieles sin plumas o plumón (sin bronceado, vestido con un pergamino ni preparar de otra, cueros y pieles de bovino, incluso búfalo, los animales equinos, ovejas, corderos, reptiles y los cerdos)	Pieles de animales	No competitivo	0	2	1,0	0,0	-2,0
410419	Cueros y pieles, de bovino, incluso el búfalo, o de equino, en estado húmedo, incluso el <i>wet blue</i> , curtidos, depilados, incluso divididos (excluyendo preparados de otra forma, así como plena flor sin dividir o divididos con la flor)	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,5	365,2	N.D.
420100	Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales, incluidos los tiros, traíllas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigos para perros y artículos similares, de cualquier materia	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,7	0,0	0,0

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
420229	Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con estas materias o papel	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-0,3
420239	Billeteras, portamonedas, llaveros, petacas, pitilleras, bolsas para tabaco y demás artículos de bolsillo o de bolso de mano (carteras), con la superficie exterior de fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con estas materias o papel, incluso los estuches para gafas de plástico moldeado	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,3
420291	Sacos (bolsas) de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas y bolsas para artículos de deporte, bolsas para la compra, mochilas, portamapas, bolsas para herramientas, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado (excluyendo baúles, maletas (valijas), maletines, portadocumentos, portafolios (carteras de mano) y continentes similares; bolsas de mano (carteras); artículos de bolsillo o de bolso de (mano carteras))	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,1	0,0	-0,3
420299	Sacos de viaje, bolsas de aseo, mochilas y bolsas para artículos de deporte, bolsas para la compra, mochilas, portamapas, bolsas para herramientas, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes simil...	Pieles de animales	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,3
440290	Carbón vegetal, incluso el de cáscaras o de huesos (carozos) de frutas, aunque esté aglomerado...	Productos de madera	Competitivo	0,048	1	0,5	0,0	-1,6
440399	Madera en bruto, incluso descortezada, desalburada o escuadrada...	Productos de madera	No competitivo	0	1	0,4	343,8	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
440723	<i>Baboen Mahogany Imbuia</i> y balsa aserrada o desbastada, longitudinalmente cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por entalladuras múltiples, de espesor superior a 6mm	Productos de madera	Competitivo	N.D.	N.D.	0,5	1 048,1	-1,3
440799	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor > 6 mm (excluyendo maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 del capítulo 44, así como madera de coníferas, de encina, roble, alcornoque y demás belloteros (<i>Quercus spp.</i>) y de haya (<i>Fagus spp.</i>))	Productos de madera	No competitivo	0	4	0,6	46,2	-1,3
440910	Madera de coníferas, incluso las tablillas y frisos para parqués sin ensamblar, perfilada longitudinalmente con lengüetas, ranuras, rebajes acanalados, biselados, con juntas en V, moldurados, redondeados o similares, en una o varias caras, cantos o extremos, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos	Productos de madera	No competitivo	0	3	0,6	0,0	-0,9
441112	Fibra de media densidad (MDF), de madera y de medida <= 5 mm	Productos de madera	Competitivo	0,048	1	0,4	0,1	0,0
441114	Tableros de media densidad (MDF), de madera y de medida > 9 mm	Productos de madera	Competitivo	0,048	1	0,2	0,0	0,0
441829	Obras y piezas de carpintería para construcciones, incluidos los tableros celulares, los tableros para parqués y tablillas para cubierta de tejados o fachadas [<i>shingles</i> y <i>shakes</i>] de madera (excluyendo tableros de madera contrachapada para encofrado, tablillas y frisos, sin ensamblar para parqués y construcciones prefabricadas)	Productos de madera	Competitivo	N.D.	N.D.	0,2	13,1	0,2
441830	Tableros para parqués (excluyendo tablillas y frisos, sin ensamblar para parqués)	Productos de madera	No competitivo	N.D.	N.D.	0,4	0,0	0,2
441911	Tablas para pan, tablas para cortar y artículos similares	Productos de madera	Competitivo	0	1	0,8	2,2	-0,5

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
442011	Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera tropical (excluyendo marquetería de madera y taracea)	Productos de madera	No competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,0	-0,9
442019	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas simil., de madera; estatuillas y demás objetos de adorno de madera; artículos de mobiliario, de madera (excluyendo muebles, aparatos de alumbrado y sus partes)	Productos de madera	No competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,0	-0,9
442090	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas simil., de madera; artículos de mobiliario de madera (excluyendo estatuillas y demás objetos de adorno, así como muebles, aparatos de alumbrado y sus partes)	Productos de madera	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,9
460219	Artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia trenzable vegetal...	Productos de madera	No competitivo	0,048	1	0,4	0,0	-1,5
470710	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos), de papel o cartón Kraft crudo o de papel o cartón ondulado	Artículos de papel	No competitivo	0	3	0,2	7,9	N.D.
470730	Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos) obtenido principalmente a partir de pasta mecánica, como p.ej. diarios, periódicos e impresos simil.	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,6	4,5	N.D.
480100	Papel prensa en bobinas (rollos) o en hojas	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,3	0,0	0,8
480300	Papel del tipo utilizado para papel higiénico, toallitas para desmaquillar, toallas, servilletas o papeles similares de uso doméstico, de higiene o tocador, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, incluso rizados (crepés), plisados, gofrados, estampados, perforados, coloreados o decorados en la superficie o impresos, en bobinas (rollos) o en hojas	Artículos de papel	No competitivo	0	3	0,2	0,0	-0,4
480419	Papel y cartón para caras (cubiertas [<i>kraftliner</i>], sin estucar ni recubrir, en bobinas (rollos) de anchura > 36 cm (excluyendo crudos, así como los artículos de las partidas 4802 ó 4803)	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,2	0,0	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
480525	Testliner, reciclado, sin estucar ni recubrir, en bobinas (rollos) de anchura > 36 cm o en hojas de forma cuadrada o rectangular con un lado > 36 cm y el otro > 15 cm sin plegar, de peso > 150 g/m ²	Artículos de papel	Competitivo	0	1	0,2	0,1	0,0
480620	Papel resistente a las grasas [<i>greaseproof</i>], en bobinas (rollos) de anchura > 36 cm o en hojas de forma cuadrada o rectangular con un lado > 36 cm y el otro > 15 cm, sin plegar	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,3	0,9	1,7
480810	Papel y cartón corrugados, incluso revestidos por encolado, incluso perforado, en bobinas (rollos) de anchura > 36 cm o en hojas de forma cuadrada o rectangular con un lado > 36 cm y el otro > 15 cm, sin plegar	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,4	0,0	0,1
481690	Papel para copiar o transferir, en bobinas (rollos) de anchura <= 36 cm o en hojas cuadradas o rectangulares en que no haya ningún lado > 36 cm sin plegar, o cortados de forma distinta de la cuadrada o rectangular, así como planchas <i>offset</i> , de papel, incluso acondicionados en cajas (excluyendo para copiar, papel autocopia)	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,7	0,0	0,8
481830	Manteles y servilletas, de pasta de papel, de papel, de guata de celulosa o de napa de fibras de celulosa	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,2	2,0	-0,1
481910	Cajas de papel o cartón corrugado	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,3	2,2	-0,5
481930	Sacos (bolsas) de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibra de celulosa, con una anchura en la base >= 40 cm	Artículos de papel	Competitivo	0	2	0,2	0,0	-0,5
481940	Sacos (bolsas) y cucuruchos de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibra de celulosa (excluyendo sacos (bolsas) con una anchura en la base >= 40 cm, así como las fundas para discos)	Artículos de papel	Competitivo	0	1	0,4	0,2	-0,5
481950	Envases, incluso las fundas para discos, de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibra de celulosa (excluyendo cajas de papel o cartón corrugado; cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar; sacos (bolsas) y cucuruchos)	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-0,5

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
482020	Cuadernos	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,6	0,0	-0,6
482090	Carpetas de mesa y demás artículos escolares, para oficina o papelería, de papel o cartón; cubiertas para libros, de papel o cartón...	Artículos de papel	Competitivo	0	1	0,5	0,0	-0,6
482110	Etiquetas de todas clases, de papel o cartón, impresas	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,2	1,0	0,1
482290	Carretes, bobinas, canillas y soportes simil. de pasta de papel, de papel o cartón, incluso perforados o endurecidos (excluyendo de los tipos utilizados para el bobinado de hilados textiles)	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,4	0,5	0,4
482369	Bandejas, fuentes y platos, tazas, vasos y artículos simil., de papel o cartón (excluyendo de papel o cartón)	Artículos de papel	Competitivo	0,06	2	0,5	0,0	0,3
490110	Libros, folletos e impresos simil., en hojas sueltas, incluso plegadas (excluyendo publicaciones periódicas impresas, así como las publicaciones consagradas esencialmente a la publicidad)	Artículos de papel	No competitivo	0	2	0,2	0,6	0,4
490890	Calcomanías de cualquier clase (excluyendo vitrificables)	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,9
491199	Impresos, n.c.o.p.	Artículos de papel	No competitivo	0	1	0,1	0,0	0,5
581099	Bordados distintos de los de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, sobre materia textil, en pieza, tiras o motivos (excluyendo bordados químicos o aéreos y bordados con fondo recortado)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-0,5
610130	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (excluyendo trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,2
610190	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,2

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
610349	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <i>shorts</i> , de punto, de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas, así como calzoncillos y pantalones de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,4
610413	Trajes sastre de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (excluyendo monos de esquí y trajes de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	-1,3
610419	Trajes (ambos o ternos), de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de fibras sintéticas, así como prendas de deporte, monos y conjuntos de esquí y trajes de baño)	Textiles	Competitivo	0	1	0,3	0,7	-1,3
610453	Faldas y faldas pantalón de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (excluyendo enaguas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,3
610610	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (excluyendo <i>t-shirts</i> y camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-1,2
610690	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de algodón o de fibras sintéticas, o artificiales, así como <i>t-shirts</i> y camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,2
610719	Calzoncillos de punto, de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de algodón o de fibras sintéticas o artificiales)	Textiles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	-1,5
610721	Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para hombres o niños (excluyendo camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	-1,5
610729	Camisones y pijamas, de punto, de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, así como camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,8	0,0	-1,5
611012	Suéteres (<i>jerseys</i> , <i>pullovers</i>), cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino de cabra de Cachemira (excluyendo chalecos acolchados)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,4

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
611019	Suéteres (<i>jerseys, pullovers</i>), cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (excluyendo de pelo de cabra de Cachemira, así como los chalecos acolchados)	Textiles	Competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,4
611090	Suéteres (<i>jerseys, pullovers</i>), cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de materia textil (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón y de fibras sintéticas o artificiales, así como chalecos acolchados)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,4	-1,4
611211	Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chándales), de punto, de algodón	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,8
611249	Bañadores de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de fibras sintéticas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,7	0,0	-0,8
611490	Prendas de vestir especiales, para usos específicos (p.ej., profesional, deportivo, etc.), n.c.o.p., de punto, de materia textil (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, o de fibras sintéticas o artificiales)	Textiles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,3
620120	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para hombres o niños (excluyendo de punto, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	No competitivo	N.D.	N.D.	0,4	0,0	-0,9
620130	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para hombres o niños (excluyendo de punto, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	Competitivo	N.D.	N.D.	0,5	0,1	-0,9
620140	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para hombres o niños (excluyendo de punto, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	Competitivo	N.D.	N.D.	0,5	0,0	-0,9
620190	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para hombres o niños (excluyendo de punto, así como trajes o ternos, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> y pantalones)	Textiles	Competitivo	N.D.	N.D.	0,4	0,2	-0,9

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
620290	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., para mujeres o niñas (excluyendo de punto, así como trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), incluso los <i>blazer</i> , vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)	Textiles	Competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,0	-0,6
620319	Trajes (ambos o ternos) de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino o de fibras sintéticas o de punto, así como prendas, de deporte, monos (overoles), conjuntos de esquí y trajes de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-1,3
620339	Chaquetas (sacos) de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas y de punto, así como cazadoras y artículos simil.)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,3	-1,3
620341	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <i>shorts</i> , de lana o pelo fino para hombres o niños (excluyendo de punto, calzoncillos y pantalones de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,3
620349	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <i>shorts</i> , de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o de punto, así como calzoncillos y pantalones de baño)	Textiles	Competitivo	0	1	0,2	0,1	-1,3
620412	Trajes sastre, de algodón, para mujeres o niñas (excluyendo de punto, así como monos de esquí y trajes de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-1,3
620419	Trajes sastre, de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas o de punto, así como monos de esquí y trajes de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,3
620421	Conjuntos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excluyendo de punto, así como conjuntos de esquí y trajes de baño)	Textiles	Competitivo	0	1	1,0	2,6	-1,3
620429	Conjuntos de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas o de punto, así como conjuntos de esquí y trajes de baño)	Textiles	Competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,3

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
620439	Chaquetas (sacos) de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas y de punto, así como cazadoras y artículos simil.)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,3
620441	Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (excluyendo de punto, así como combinaciones)	Textiles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,3
620449	Vestidos de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o artificiales, así como de punto y las combinaciones)	Textiles	Competitivo	0	1	0,5	0,0	-1,3
620459	Faldas y faldas pantalón de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón o de fibras sintéticas, así como de punto y las enaguas)	Textiles	Competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,3
620469	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <i>shorts</i> , para mujeres o niñas (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o de punto, así como bragas y trajes de baño)	Textiles	No competitivo	0	1	0,5	0,1	-1,3
620590	Camisas de materia textil, para hombres o niños (excluyendo de lana o pelo fino, de algodón, de fibras sintéticas o artificiales y de punto, así como camisones y camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,1	-1,3
620690	Camisas, blusas y blusas camiseras de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de seda o desperdicios de seda de lana o pelo fino, de algodón y de fibras sintéticas o artificiales, así como de punto y camisetas)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-1,0
620829	Camisones y pijamas de materia textil, para mujeres o niñas (excluyendo de algodón, de fibras sintéticas o artificiales y de punto, así como camisetas y saltos de cama)	Textiles	Competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,3
621010	Prendas de vestir confeccionadas con fieltro y tela sin tejer, incluso impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas (excluyendo prendas para bebés y complementos (accesorios de vestir))	Textiles	No competitivo	0	3	0,4	0,0	-0,9

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
621050	Prendas de vestir confeccionadas con tejidos distintos de los de punto, cauchutados o impregnados, recubiertos o revestidos de plástico u otra materia, para mujeres o niñas (excluyendo las prendas de vestir del tipo de las citadas en las subpartidas 6202.11 a 6202.19, así como prendas para bebés y complementos (accesorios de vestir))	Textiles	Competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,9
621132	Prendas de vestir para entrenamiento o deporte (chándales), así como otras prendas de vestir, n.c.o.p., de algodón, para hombres o niños (excluyendo de punto)	Textiles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,1
621149	Mujeres o niñas y otras prendas de vestir, n.c.o.p. de materiales textiles (excepto de lana, pelo fino, algodón o fibras artificiales y sintéticas de punto y otros bienes de 9619)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,1
621710	Complementos (accesorios) de vestir confeccionados, de todo tipo de materia textil, n.c.o.p. (excluyendo de punto)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-0,7
630239	Ropa de cama de materia textil (excluyendo de algodón y de fibras sintéticas o artificiales, así como estampada y de punto)	Textiles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	-1,2
630259	Ropa de mesa, de lino (excluyendo de punto, de algodón o hechas a mano)	Textiles	Competitivo	0	1	0,3	0,2	-1,2
630492	Artículos de mobiliario de algodón (excluyendo de punto, así como mantas, ropa de cama, de mesa, de tocador o cocina, visillos y cortinas, guardamalletas y ropapiés de cama, colchas, pantallas para lámparas y artículos de la partida 9404)	Textiles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-1,0
630590	Sacos (bolsas) y talegas, para envasar, de materia textil (excluyendo de fibras sintéticas o artificiales, de algodón, de yute o demás fibras textiles del líner de la partida 5303)	Textiles	Competitivo	0	1	0,6	0,0	-1,8
630790	Artículos de materia textil, confeccionados, incluso los patrones para prendas de vestir, n.c.o.p.	Textiles	Competitivo	0	1	0,6	0,0	-0,9
630900	Artículos de prendería	Textiles	No competitivo	0,06	13	0,2	0,0	-0,4

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
640110	Calzado impermeable con suela de metal, cuya parte sup. no esté unida a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o disposit. simil. ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera, con puntera metálica de protección...	Calzado y sombreros	No competitivo	0	1	0,2	0,0	-1,0
650400	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	Calzado y sombreros	No competitivo	0	1	0,6	0,3	-0,9
650500	Sombreros y demás tocados, de punto o confeccionados con encaje, fieltro u otro producto textil, en pieza (pero no en tiras), incluso guarnecidos; redecillas para el cabello, de cualquier materia, incluso guarnecidas	Calzado y sombreros	No competitivo	0	1	0,5	0,0	-1,0
680299	Piedra de talla, natural, distintas de las piedras calizas, el granito y la pizarra, de cualquier forma, pulimentado, decorado o trabajado de otro modo...	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,7	0,0	-0,9
680690	Mezclas y manufacturas de materias minerales para aislamiento térmico o acústico o para la absorción del sonido...	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,8
690390	Retortas, crisoles, muflas, toberas, tapones, soportes, copelas, tubos, fundas, varillas y demás productos cerámicos refractarios...	Piedra y cristal	No competitivo	0	2	0,6	0,0	1,0
691490	Manufacturas de cerámica (excl. porcelámica o china)	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,4
700100	Desperdicios y desechos de vidrio; vidrio en masa	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,9	12,4	N.D.
700729	Vidrio contrachapado (excluyendo de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos u otros vehículos, así como vidrieras aislantes de paredes múltiples)	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,7	0,0	0,6
701090	Bombonas (damajuanas), botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares y demás recipientes para el transporte o envasado comerciales de vidrio (excluyendo ampollas y demás recipientes isotérmicos aislados por vacío y pulverizadores de tocador, así como botellas, frascos, etc. para pulverizadores)	Piedra y cristal	No competitivo	0	6	0,3	0,0	-0,6

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
701310	Artículos de vitrocerámica para servicio de mesa, de cocina, de tocador, para oficina, de adorno de interiores o usos simil...	Piedra y cristal	Competitivo	0	1	0,8	0,0	0,2
701820	Microesferas de vidrio con un diámetro <= 1 mm	Piedra y cristal	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,4
701990	Las fibras de vidrio, incluso lana de vidrio y sus manufacturas (excluyendo fibras de primera necesidad, mechas e hilados, hilos cortados tejidos, incluso cintas, hojas finas, <i>voiles</i> , mallas, felpudos, colchones, paneles y productos similares, sin tejer, lana mineral y sus manufacturas, los aisladores eléctricos o partes de ellos, las fibras ópticas, haces de fibra o cable, cepillos de fibras de vidrio y las pelucas de muñecas)	Piedra y cristal	Competitivo	0	1	0,2	0,1	0,6
710692	Plata, incluso la plata dorada y la platinada semimanufacturada	Metales preciosos	No competitivo	0	1	0,6	0,0	-0,6
710700	Chapado (plaqué) de plata sobre metal común, en bruto o semilabrado	Metales preciosos	No competitivo	0	1	0,8	0,0	0,8
711291	Desperdicios y desechos, de oro o de chapado (plaqué) de oro, así como los demás desperdicios y desechos de oro o de compuestos de oro de los tipos utilizados principalmente para la recuperación del metal precioso...	Metales preciosos	No competitivo	0	1	0,3	27356,5	N.D.
711311	Artículos de joyería y sus partes, de plata, incluso revestida o chapada de metal precioso (plaqué) (excluyendo con más de 100 años)	Metales preciosos	Competitivo	0	1	0,3	0,1	0,2
711319	Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata, incluso revestidos o chapado de metal precioso (plaqué) (excluyendo con más de 100 años)	Metales preciosos	Competitivo	0	1	0,1	0,5	0,2
711620	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas), n.c.o.p.	Metales preciosos	Competitivo	0	1	0,5	0,1	-0,2
711790	Bisutería (excluyendo de metal común, incluso plateado, dorado o platinado)	Metales preciosos	No competitivo	0	1	0,3	0,0	0,2
720410	Desperdicios y desechos (chatarra), de fundición (excluyendo radiactivos)	Rieles	No competitivo	0	1	0,5	3667,1	N.D.

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
720429	Desperdicios y desechos (chatarra), de aceros aleados (excluyendo de acero inoxidable, así como desperdicios y desechos radiactivos y desperdicios y desechos de pilas, de baterías de pilas y de acumuladores eléctricos)	Rieles	No competitivo	0	1	0,5	29,1	N.D.
720441	Torneaduras, virutas (esquirlas), esquirlas, limaduras (de amolado, aserrado, limado) y recortes de estampado o de corte, incluso en paquetes (excluyendo de fundición, de aceros aleados o de hierro o acero estañados)	Rieles	No competitivo	0	1	1,0	0,0	N.D.
720449	Desperdicios y desechos (chatarra), de hierro o acero...	Rieles	No competitivo	0	1	0,4	332,1	N.D.
720851	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, sin enrollar, simplemente laminados en caliente, sin chapar ni revestir, de espesor > 10 mm, sin motivos en relieve	Rieles	No competitivo	0	1	0,9	0,0	0,7
721011	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, laminados en frío o en caliente, estañados, de espesor >= 05 mm	Rieles	No competitivo	0	2	0,6	0,0	0,3
721069	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, laminados en frío o en caliente, revestidos de aluminio (excluyendo revestidos de aleaciones de aluminio y cinc)	Rieles	No competitivo	0	1	1,0	0,0	0,3
721070	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, laminados en frío o en caliente, pintados, barnizados o revestidos de plástico	Rieles	No competitivo	0	1	0,7	0,0	0,3
721230	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura < 600 mm, laminados en frío o en caliente, cincados (excluyendo cincados electrolíticamente)	Rieles	No competitivo	0	1	0,6	0,0	0,8
721250	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura < 600 mm, laminados en frío o en caliente, revestidos (excluyendo estañados, cincados, pintados, barnizados o revestidos de plástico)	Rieles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	0,8
721633	Perfiles en H, de hierro o acero sin alear, simplemente laminados o extrudidos en caliente, de altura >= 80 mm	Rieles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	-0,4

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
721669	Perfiles de hierro o acero sin alear, simplemente obtenidos o acabados en frío (excluyendo perfiles obtenidos a partir de productos planos, así como chapas con nervaduras)	Rieles	No competitivo	0	1	0,7	0,0	-0,4
721720	Alambre de hierro o acero sin alear, enrollado, cincado (excluyendo alambión)	Rieles	Competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,4
722090	Productos laminados planos de acero inoxidable, de anchura < 600 mm, laminados en frío o en caliente y trabajados	Rieles	Competitivo	0	1	0,8	0,2	1,7
722219	Barras de acero inoxidable, simplemente laminadas o extrudidas en caliente (excluyendo de sección circular)	Rieles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	1,6
730300	Tubos y perfiles huecos, de fundición	Rieles	No competitivo	0	1	0,7	0,0	-0,1
730439	Tubos y perfiles huecos sin soldadura de sección circular de hierro o acero sin alear distintos de los estirados o laminados en frío...	Rieles	Competitivo	0	1	0,3	0,0	0,5
730630	Tubos y perfiles huecos, soldados, de sección circular, de hierro o acero sin alear (excluyendo tubos, de secciones interior y exterior, circulares y diámetro exterior > 4064 mm, así como tubos de los tipos utilizados en oleoductos y gasoductos o para la extracción de petróleo o gas)	Rieles	No competitivo	0	1	0,8	0,0	-0,6
730799	Accesorios de tubería, de hierro o acero (excluyendo moldeados o de acero inoxidable, así como codos, curvas y manguitos roscados, bridas y accesorios para soldar a tope)	Rieles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	1,3
730900	Depósitos, cisternas, cubas y recipientes similares para cualquier materia (excepto gas comprimido o licuado), de fundición, hierro o acero, de capacidad superior a 300 l, sin dispositivos mecánicos ni térmicos, incluso con revestimiento interior o calorífugo	Rieles	No competitivo	0	1	0,2	0,4	0,3
731210	Cables, de hierro o acero (excluyendo artículos aislados para electricidad, así como alambre con púas y alambre torcido para cercar)	Rieles	Competitivo	0	2	0,3	0,0	0,2

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
731300	Alambre de púas, de hierro o acero; alambre (simple o doble) y fleje, torcidos, incluso con púas, de hierro o acero, del tipo utilizado para cercar	Rieles	No competitivo	0	1	0,8	0,0	-1,0
731414	Telas metálicas tejidas, incluso las continuas o sin fin, de acero inoxidable (excluyendo tejidos de hilos de metal, de los tipos utilizados para prendas de vestir, mobiliario o usos simil., así como las telas continuas o sin fin para máquinas)	Rieles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	0,1
731449	Telas metálicas, redes y rejas, de alambre de hierro o acero, sin soldar en los puntos de cruce (excluyendo cincados o revestidas de plástico)	Rieles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	0,1
731450	Chapas y tiras, extendidas (desplegadas), de hierro o acero	Rieles	No competitivo	0	1	0,5	0,0	0,1
731814	Tornillos taladradores, de fundición, hierro o acero (excluyendo tornillos para madera)	Rieles	Competitivo	0	1	0,7	0,0	1,6
731815	Tornillos y pernos, roscados, de fundición, hierro o acero, incluso con sus tuercas y arandelas (excluyendo tirafondos y demás tornillos para madera; escarpas y armellas, roscadas; tornillos taladradores; clavos-tornillo, tapones metálicos roscados y sobretapas roscadas)	Rieles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	1,6
732510	Las demás manufacturas moldeadas de fundición, hierro o acero - De fundición no maleable	Rieles	No competitivo	0	1	0,8	0,0	0,4
732690	Manufacturas de hierro o acero, n.c.o.p. (excluyendo moldeadas o forjadas o estampadas pero sin trabajar de otro modo o de alambre de hierro o acero)	Rieles	No competitivo	0	1	0,2	0,0	0,9
740322	Aleaciones a base de cobre-estaño, bronce en bruto	Rieles	Competitivo	0	1	0,7	0,3	-1,5
760612	Chapas y tiras, de aleaciones de aluminio, de espesor > 02 mm, cuadradas o rectangulares (excluyendo chapas y tiras extendidas (desplegadas))	Rieles	Competitivo	0	1	0,5	0,0	0,5

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
760720	Hojas y tiras, delgadas, de aluminio, con soporte, de espesor <= 02 mm, sin incluir el soporte (excluyendo hojas delgadas para el marcado a fuego de la partida 3212, así como las hojas y tiras delgadas que constituyan accesorios para árboles de Navidad)	Rieles	No competitivo	0	2	0,3	0,0	0,6
760820	Tubos de aleaciones de aluminio (excluyendo perfiles huecos)	Rieles	No competitivo	0	1	0,3	0,0	0,2
761290	Depósitos, barriles, tambores, bidones, botes, cajas y recipientes simil., de aluminio, incluso los envases tubulares rígidos, para cualquier materia (excluyendo gas comprimido o licuado), de capacidad <= 300 l, n.c.o.p.	Rieles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	N.D.
761699	Manufacturas de aluminio, n.c.o.p.	Rieles	No competitivo	0	2	0,2	0,0	0,7
830910	Tapas corona de metal común	Rieles	No competitivo	0	1	0,4	0,0	0,1
940110	Asientos de los tipos utilizados en aeronaves	Diverso	Competitivo	0	1	0,4	0,5	0,3
940120	Asientos de los tipos utilizados en vehículos automóviles	Diverso	No competitivo	0	1	0,4	0,0	0,3
940139	Asientos, incluso los transformables en cama y sus partes, n.c.o.p. (excluyendo asientos para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)	Diverso	Competitivo	N.D.	N.D.	0,7	0,0	0,3
940391	Muebles y sus partes, n.c.o.p. (excluyendo asientos y mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria)	Diverso	Competitivo	N.D.	N.D.	0,1	0,0	0,5
940429	Colchones con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia (excluyendo de caucho o plástico celulares, así como colchones de agua, colchones, almohadones y cojines neumáticos)	Diverso	No competitivo	0	2	0,4	2,5	-0,5
940569	Aparatos de alumbrado, incluso los proyectores y sus partes, n.c.o.p.; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos simil., con fuente de luz inseparable y sus partes, n.c.o.p.	Diverso	Competitivo	N.D.	N.D.	0,3	0,4	0,7
940620	Unidades de construcción modulares, de acero	Diverso	Competitivo	N.D.	N.D.	0,2	0,4	0,2
950420	Accesorios de billares y accesorios	Diverso	No competitivo	0	1	0,5	0,0	0,9

Código SA	Descripción del producto	Grupos	Tipología general	Tarifa <i>ad valorem</i>	Núm. de líneas	HH 2023	Especialización	IPC
950590	Artículos para fiestas, carnaval u otras diversiones, incluso los de magia y los artículos sorpresa, n.c.o.p.	Diverso	No competitivo	0	1	0,9	0,0	-0,1
960390	Pinceles y plumeros; cabezas preparadas para artículos de cepillería; rasquetas de caucho o de materia flexible análoga; escobas, cepillos y brochas, n.c.o.p.	Diverso	No competitivo	0	1	0,4	0,0	0,0
960820	Rotuladores y marcadores con punta de fieltro u otra punta porosa	Diverso	No competitivo	0	2	0,4	0,0	0,6
960990	Pasteles, carboncillos, tizas para escribir o dibujar y jaboncillos (tizas) de sastre	Diverso	No competitivo	0	1	0,4	0,0	-0,1

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información de la Dirección Nacional de Aduanas de Chile y de la Oficina de Inteligencia Comercial (INTELCOM), Panamá [base de datos en línea] <https://intelcom.gob.pa/Dashboard-Exportaciones>; y de Growth Lab, The Atlas of Economic Complexity, Universidad de Harvard [base de datos en línea] <https://atlas.cid.harvard.edu/>.

Notas: Código SA= código de Sistema Armonizado.

HH= índice Herfindahl-Hirschman.

IPC= índice de complejidad económica del producto (IPC), reportado por el Growth Lab, de la Universidad de Harvard.

n.c.o.p.= no comprendido en otra parte.

simil.= similares.

N.D.= no disponible.

exc.= excluyendo.

incl.= incluso.

En este informe se identifican las oportunidades de Panamá para mejorar sus flujos de comercio e inversión con Chile. El análisis incluye perfiles comerciales, un estudio de las relaciones comerciales bilaterales, un ejercicio de competitividad y un análisis de las inversiones chilenas en Panamá. Los resultados muestran una alta concentración de las exportaciones panameñas en Chile en pocos productos, así como una alta volatilidad a lo largo del período de estudio. En las inversiones se observa una mayor presencia de empresas chilenas en servicios relacionados con el Canal de Panamá. A pesar de que el peso de las relaciones comerciales y de inversión es relativamente baja, se observa una tendencia creciente en las participaciones de mercado de Chile y Panamá en algunos productos y sectores que se podrían aprovechar y dinamizar más en los próximos años. En el documento se muestran algunas de esas oportunidades de exportación identificadas para Panamá en sectores dinámicos del mercado chileno, así como potenciales sinergias en las inversiones chilenas en Panamá. Sin embargo, se necesita implementar políticas de desarrollo productivo en Panamá para aprovechar esas oportunidades.