



Retos y oportunidades del Comercio Exterior de bienes

Por: Wilfredo Grajales
Analista del CNC

Retos y oportunidades del Comercio Exterior de bienes

La totalidad del comercio exterior de bienes generado por la economía de Panamá con el resto del mundo se cuadruplicó de 1997 a 2013, influenciado principalmente por las importaciones. El valor de las compras al extranjero en referido periodo, ascendieron de 3 mil millones a 13 mil millones de balboas anuales. El monto de las exportaciones ha promediado los 845 millones anuales en este periodo.

De acuerdo con el tipo de bien o producto, la mayor parte de las compras realizadas por la economía nacional son bienes de consumo. Su participación en el total de las importaciones se amplió de 39% en 2003 al 47% el año pasado. De este grupo, los productos derivados del petróleo fueron los que infirieron en este cambio, y estos a su vez, son los que Panamá más demanda del exterior, representando la quinta parte del total del valor importado en 2013.

En el caso de los bienes intermedios, que son empleados para elaborar otros productos, su demanda creció en menor proporción que los bienes de consumo y de capital. Su participación porcentual dentro del valor total de las importaciones, se redujo de un 33% a un 25% en la última década; debido a que el nivel de las compras relativas anuales de las materias primas utilizadas en las actividades agrícolas y en la industria fueron menores.

En el caso de los bienes de capital (que sirven para producir otros bienes y servicios, por ejemplo, maquinarias, equipos, etc.), mantienen una participación promedio en las importaciones en un 27% desde 2003.

Los productos originarios de los Estados Unidos son los que tienen mayor demanda en Panamá. Si bien el monto de sus importaciones se triplicó en esta década hasta los B/.3,163 millones en 2013, su participación en el total disminuyó de 34% a un 24%, esto debido en parte al traslado de la producción de manufacturas de sus empresas a China. Las importaciones directas procedentes de este país asiático no figuraban entre las 5 principales hace 10 años, y ahora es el segundo. Sin embargo, debe considerarse que gran parte de la producción China ingresa a Panamá por el trasbordo de mercancía realizado en la Zona Libre de Colón.

Las compras de bienes efectuadas por Panamá a Costa Rica, Colombia y México, se han sostenido en este periodo, así como el trasbordo de combustibles y lubricantes de las Zonas Libre de Petróleo.

La mayor parte de las exportaciones de bienes de Panamá, son producto de las actividades agrícolas y de la pesca. Ambos promediaron de 1997 hasta 2009 el 80% de las ventas al extranjero.

La crisis mundial de los años 2008 y 2009 influyó negativamente en la demanda de los países desarrollados, que son los principales clientes de los productores nacionales. Los bienes agrícolas que se vieron más afectados fueron frutas como el banano, melón, sandía, papaya y en menor proporción la piña; pero sus ventas internacionales han mejorado.

Las exportaciones de carne y despojos de res se duplicaron de 2009 al 2013.

La exportación industrial panameña se ha fortalecido desde la postcrisis, por el aumento de las exportaciones de oro, fundiciones de metales (hierro, acero, cobre y aluminio), madera, papel, cartón, cuero, medicamentos, entre otros bienes.

Las exportaciones de azúcar de caña de 2012 a 2013, según el INEC, disminuyeron en 10 millones de balboas, pero se mantiene entre los principales 10 productos de exportación.

Los Estados Unidos, la Unión Europea, Canadá, China, Costa Rica, Taiwán son los principales destinos de las exportaciones nacionales en los últimos años. Con todos estos países Panamá tiene suscrito tratados comerciales internacionales de nueva generación, excepto con China.

Para mejorar la capacidad de las exportaciones de bienes de Panamá, tiene que analizarse el comportamiento del mercado internacional permanentemente. Existen diversas formas de abordar el tema de la competitividad del comercio exterior. Un enfoque clásico de este tema, se enmarca desde la perspectiva del mercado, es decir, con la oferta y la demanda.

Para mejorar la posición de las exportaciones de productos nacionales, se debe ampliar la inversión para adaptar las capacidades de las empresas, de los sectores productivos y del país en general, para que estas ofrezcan bienes en similares o en mejores condiciones que el resto del mundo, en los mercados foráneos.

Es importante promover la inversión privada nacional e internacional en la producción de bienes, no solo enfocadas al mercado local, sino que también tengan como meta exportar. La ventaja de atraer a empresas multinacionales, es que tienen la capacidad de realizar comercio intraindustrial (con industrias diferentes) y de encadenamiento, o sea, que se relaciona directamente con las diferentes fases de producción de bienes, que tienen demanda externa.