



NACIONES UNIDAS

CEPAL

SEDE SUBREGIONAL EN MÉXICO

POTENCIALIDAD COMERCIAL ENTRE PANAMÁ, CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM

Martha Cordero

Este documento fue elaborado por Martha Cordero, funcionaria de CEPAL/México, bajo la supervisión de Jorge Mario Martínez, Jefe de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la Sede Subregional de la CEPAL en México, a solicitud del Ministerio de Relaciones Exteriores de Panamá.

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

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	9
I. COMPLEMENTARIEDADES Y ACERCAMIENTOS ENTRE CENTROAMÉRICA, LA CARICOM Y PANAMÁ.....	11
A. ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS BLOQUES REGIONALES: CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM.....	11
B. ACERCAMIENTOS COMERCIALES Y ACUERDOS ENTRE LOS PAÍSES EN EL MARCO BILATERAL.....	20
II. FLUJOS Y OPORTUNIDADES DE COMERCIO E INVERSIÓN.....	24
A. COMERCIO DE BIENES	24
1. Comercio de bienes Panamá-Centroamérica	28
2. Comercio de bienes Panamá-CARICOM	29
3. Aranceles	30
B. COMERCIO DE SERVICIOS	31
C. EXPERIENCIAS Y OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN Y COMERCIO	35
1. Inversiones.....	35
2. Acercamientos comerciales	38
3. Oportunidades comerciales.....	39
III. LOGÍSTICA Y SERVICIOS DE TRANSPORTE.....	50
A. SERVICIOS DE TRANSPORTE MARÍTIMO	51
B. PUERTOS.....	56
C. SERVICIOS DE TRANSPORTE AÉREO.....	59
D. LOGÍSTICA	62
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFIA	69
ANEXO: ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES POR PARTE DE COSTA RICA Y GUYANA	73

ÍNDICE DE CUADROS

1 CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM: ARANCELES DE NACIÓN MÁS FAVORECIDA APLICADOS A LAS IMPORTACIONES, CIRCA 2009	31
2 PANAMÁ: RECEPCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM, POR PAÍS, 2008-2010.....	35
3 PANAMÁ: RECEPCIÓN DE INVERSIONES DE CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM, POR PAÍS, 2010-2011.....	36
4 CARICOM: IMPORTACIÓN DE CAJAS, SACOS, BOLSAS DE PAPEL, CARTÓN, GUATA, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	41
5 CARICOM: IMPORTACIÓN DE FOLLAJES, HOJAS, RAMAS Y DEMÁS PARTES DE PLANTAS, SIN FLORES NI CAPULLOS, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	42
6 CARICOM: IMPORTACIÓN DE CARNE DE BOVINOS, CONGELADA, EXPORTADA POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	43

7	CARICOM: IMPORTACIÓN DE HARINA, POLVO, <i>PELLETS</i> DE CARNE, DESPOJOS DE PESCADO O CRUSTÁCEOS, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	44
8	CARICOM: IMPORTACIÓN DE CAFÉ, INCLUIDO TOSTADO O DESCAFEINADO, EXPORTADO POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	45
9	CARICOM: IMPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS CON ADICIÓN DE AZÚCAR O EDULCORANTE, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011	46
10	CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) DE VAINAS SECAS DESVAINADAS, EXPORTADAS POR LA CARICOM, 2011	47
11	CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE PAPEL DEL TIPO UTILIZADO PARA PAEL HIGIÉNICO, TOALLITAS PARA DESMAQUILLAJE, EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011	47
12	CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE HILADOS DE FIBRAS SINTÉTICAS, EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011	48
13	CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE TÉ INCLUSO AROMATIZADO, EXPORTADO POR LA CARICOM, 2011	48
14	CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011.....	49
15	CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: NÚMERO DE SERVICIOS MARÍTIMOS QUE HACEN ENLACE ENTRE LOS PAÍSES CENTROAMERICANOS Y LA CARICOM, 2012	54
16	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: LOGÍSTICA, 2012	64

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

1	CARICOM, CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ: COMPLEMENTARIEDADES A PARTIR DE SUS ESPECIALIDADES	14
2	CARICOM Y SICA: ACERCAMIENTOS, 1992-2011.....	21
3	CARICOM Y SICA: REQUERIMIENTO DE VISA DE TURISMO Y NEGOCIOS	23
4	CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: CARACTERÍSTICAS EN SU COMERCIO DE BIENES.....	25

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: PRODUCTO INTERNO BRUTO Y PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA, 2011.....	15
2	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: PIB PER CÁPITA Y POBLACIÓN, 2011	17
3	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL, 2011-2012 Y 2012-2013.....	18
4	PANAMÁ: COMPARACIÓN DE SU COMPETITIVIDAD CON LOS PAÍSES DE LA CARICOM Y CENTROAMÉRICA, 2012-2013	19
5	CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: BALANCE COMERCIAL DE SERVICIOS, 2000-2011	32

6	CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013	34
7	CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE: COMERCIO MUNDIAL CONTENEDORIZADO (TEU), 2000, 2008 Y 2011	51
8	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: NÚMERO DE SERVICIOS MARÍTIMOS Y LÍNEAS NAVIERAS, 2012	53
9	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CAPACIDAD TOTAL EN TEU DE LOS SERVICIOS MARÍTIMOS OFRECIDOS, POR PAÍS, 2012	55
10	PAÍSES DE CENTROAMÉRICA Y CARICOM: MOVIMIENTOS PORTUARIOS.....	57
11	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CALIDAD DE SU INFRAESTRUCTURA PORTUARIA DE ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013	58
12	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CALIDAD DE SU INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE AÉREO DE ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013	60
 ÍNDICE DE MAPAS		
1	CENTROAMÉRICA Y CARICOM: LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	12
2	PANAMÁ: UTILIZACIÓN DE PUERTOS PARA LA REEXPORTACIÓN DE LA ZONA LIBRE DE COLÓN, 2011.....	59
3	CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ: ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO, 2012	63
 ÍNDICE DE RECUADROS		
1	LAS ASIMETRÍAS Y LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN.....	16

RESUMEN

El presente documento analiza las relaciones comerciales entre Panamá y los países centroamericanos y los de la Comunidad del Caribe (CARICOM). Dicho análisis parte del estudio de sus principales características y sus flujos comerciales actuales, a fin de encontrar complementariedades y similitudes que coadyuven al incremento de sus intercambios de bienes y servicios. En el documento se destaca la característica de los países centroamericanos como productores de bienes de consumo, la de los países de la CARICOM como economías enfocadas al comercio de servicios, y la de Panamá como proveedor de servicios logísticos y financieros.

En el estudio se concluye que existe gran potencialidad en las relaciones comerciales de Centroamérica y la CARICOM, la cual se puede dinamizar a partir de una mayor complementariedad de sus economías. En el documento también se destaca la heterogeneidad al interior de las subregiones y se deduce que un mayor acercamiento inicial entre economías similares, a nivel de potencialidad económica, puede ser un paso inicial en el reforzamiento de la integración de ambos bloques. Finalmente, en el estudio se resalta la importancia de trabajar conjuntamente en el tema del transporte para poder incrementar sus relaciones comerciales.

ABSTRACT

This paper discusses the trade relations between Panama and the Central American and Caribbean Community (CARICOM) countries. The analysis takes into account the main features of these countries as well as their current trade flows between them, in order to find complementarities and similarities that could contribute to the increase of their trade in goods and services. The paper highlights the role of the Central American countries as producers of consumer goods, the focus of CARICOM countries on services, as well as the role of Panama as main provider of logistics and financial services to the subregion.

The study concludes that there is an enormous trade potential between Central American and CARICOM countries, which can be boosted by a better complementarity of their economies. The study also emphasizes the heterogeneity within the subregions and concludes that a first approach between similar economies could be an initial step to strengthening the integration of the trade blocs without damaging their internal development model. Finally, the paper highlights the importance of transportation in their trade relations.

INTRODUCCIÓN

El interés por este estudio es resultado de la actual política de inserción de Panamá, la cual busca fortalecer y profundizar sus relaciones económicas con sus socios históricos y geográficamente más cercanos, como son los países centroamericanos y de la CARICOM. Panamá ha formado parte del Sistema de Integración Centroamericano (SICA) desde 1991, mediante la firma del Tratado de Tegucigalpa. A partir de ese año, Panamá ha suscrito diferentes acuerdos y declaraciones en el marco del SICA en diferentes temas como salud, transporte marítimo y cabotaje, educación, interconexión eléctrica, políticas de desarrollo sostenible, turismo, pobreza, entre otros. El 30 de junio de 2012, Panamá ingresó al Subsistema Económico de la Integración Centroamericana, en el marco de la firma del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica, por lo que ahora forma parte del Mercado Común Centroamericano (MCCA).

Panamá, como parte del SICA, ha estrechado sus relaciones y cooperación con los países de la CARICOM, en el marco de las distintas Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno, que se han llevado a cabo desde 1992 entre los países del SICA y la CARICOM. En marzo de 2012, Panamá firmó un Acuerdo de Alcance Parcial y otro de Cooperación en el área energética con Trinidad y Tabago, mediante los cuales, ambos países buscan incrementar y fortalecer sus relaciones. Estos tratados se enmarcan en los esfuerzos que Panamá, Centroamérica y la CARICOM han estado haciendo para firmar un Acuerdo Comercial entre ambas regiones.

Panamá también forma parte de la Asociación de Estados del Caribe (AEC), organismo regional conformado por 25 países del Caribe, entre los que se encuentran los países centroamericanos y de la CARICOM, cuyo propósito es promover la consulta, la cooperación y la acción concertada entre todos los países del Caribe en cinco principales áreas: reducción del riesgo de desastres, turismo sostenible, comisión del mar del Caribe, comercio, y transporte. Es en el marco de esta Asociación que surge el interés de analizar las relaciones entre Panamá con los países centroamericanos y de la CARICOM, con el fin de poder incentivar el comercio y el transporte entre estos países.

Resulta entonces importante estudiar las relaciones entre estos países con objeto de encontrar sinergias y oportunidades entre ellos que ayuden a estrechar y fortalecer sus relaciones. Asimismo, se busca identificar los obstáculos que restringen el aumento del comercio y hacer sugerencias para solucionarlos, a fin de aprovechar el interés de estos países por intensificar sus flujos comerciales y de inversión.

El documento se divide en tres capítulos. En el capítulo I, titulado “Complementariedades y acercamientos entre Centroamérica, la CARICOM y Panamá” se analizan las similitudes y diferencias entre los países estudiados, que pueden coadyuvar a una mejor complementación de sus economías. También, en este capítulo se abordan las negociaciones y acercamientos que ha habido entre Centroamérica y la CARICOM con la finalidad de llegar a la firma de un acuerdo comercial que fortalezca sus relaciones económicas. El capítulo concluye que las similitudes entre ambas regiones como su localización geográfica, su característica de pequeñas economías, la heterogeneidad existente al interior de sus procesos de integración y su diferenciación productiva, pueden coadyuvar a un mayor acercamiento de las partes, siempre y cuando se tome en cuenta su heterogeneidad y se manifieste en un trato especial y diferenciado para las economías más vulnerables. En este sentido, se recomienda un acercamiento bilateral inicial de Panamá con los países más desarrollados de la CARICOM, como Trinidad y Tabago.

El capítulo II, titulado “Flujos y oportunidades de comercio e inversión” se aboca al estudio de los patrones de exportación de Centroamérica, la CARICOM y Panamá, enfatizando en los flujos comerciales de Panamá con ambos bloques con el propósito de ir identificando oportunidades comerciales. El capítulo también incluye los flujos de inversión que ha habido entre las regiones y las experiencias de exportación, mediante las cuales se constata el interés y la potencialidad de oportunidades que puede haber entre los países, si se abordan temas como aranceles, complementariedades, visas y costo de transporte.

En un tercer y último capítulo se analizan con mayor profundidad los temas logísticos y de transporte que han frenado el intercambio comercial entre Centroamérica y la CARICOM. El transporte marítimo y los puertos tienen especial atención al constituir el medio de comunicación y el servicio logístico por excelencia en los acercamientos entre ambas regiones. En el capítulo III también se estudian los servicios de transporte aéreo y otros de logística esenciales en los intercambios comerciales, ya sea por el turismo, las inversiones, los intercambios de bienes, entre otros. Este capítulo concluye destacando el papel preponderante que tiene Panamá en este rubro y la necesidad de unir esfuerzos para encontrar alternativas de comunicación.

Entre algunas de las conclusiones se subraya la necesidad de buscar acercamientos basados en sus complementariedades, su especialización económica y su grado de desarrollo económico. En este sentido, se enfatiza en la importancia de alcanzar un acuerdo multilateral que tome en cuenta las heterogeneidades al interior de los bloques económicos. Entre las recomendaciones se encuentran la búsqueda de alternativas de rutas de transporte marítimo, como los servicios de cabotaje, y una mayor cooperación para la apertura de rutas aéreas entre las partes que ayuden a reducir los costos de transporte. Asimismo, se destaca la necesidad de mayores acuerdos para la eliminación o simplificación de visas y la necesidad de mayor promoción y conocimiento mutuo de los mercados centroamericanos y de la CARICOM con el fin de incrementar los intercambios de mercancías, el turismo y las inversiones.

I. COMPLEMENTARIEDADES Y ACERCAMIENTOS ENTRE CENTROAMÉRICA, LA CARICOM Y PANAMÁ

A. ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS BLOQUES REGIONALES: CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM

Los países de Centroamérica ¹ y de la CARICOM ² comparten algunas similitudes y complementariedades que favorecen sus relaciones comerciales. En primer lugar, estos países se localizan alrededor del Mar del Caribe, ³ lo que, en términos de distancia, facilita sus relaciones comerciales. En segundo lugar, los países centroamericanos, con excepción de Panamá, se especializan fundamentalmente en la producción de bienes de consumo, mientras que los de la CARICOM lo hacen en servicios turísticos. En el caso de Panamá, su especialización son los servicios logísticos y financieros. La conjunción de dichas características puede traer como resultado una complementariedad comercial, en la que cada región y país se beneficie de la especialidad de sus socios comerciales. En tercer lugar, la mayoría de los países de ambas regiones son considerados como países pequeños, lo que implica la existencia de mercados reducidos que requieren la búsqueda de otros, tanto para su aprovisionamiento de bienes, como para la expansión de sus ventas.

Sin embargo, ambas regiones también presentan algunas diferencias o factores que pueden dificultar sus relaciones comerciales. La primera de ellas se refiere también a su localización geográfica. Los países de la CARICOM, en su mayoría, son países insulares pequeños que dependen de los servicios de las grandes navieras y aerolíneas para tener conexión con los países continentales, como Centroamérica, lo cual puede limitar el comercio entre ambas regiones. Una segunda diferencia es el idioma. Los países de la CARICOM son en su mayoría anglófonos, mientras que los de Centroamérica son hispanohablantes. Esta diferenciación también podría ser un factor limitante para el establecimiento de negocios, no tanto para Centroamérica que tiene experiencia en el mercado estadounidense, pero sí para la CARICOM con el español. Finalmente, un tercer factor es la distinción económica al interior de las mismas regiones. En la CARICOM existen países como Bahamas y Barbados con PIB per cápita elevados, al mismo tiempo que países como Haití y Guyana tienen bajos ingresos. Lo mismo se observa en Centroamérica donde confluyen países con PIB per cápita altos, como Panamá y Costa Rica, al mismo tiempo que Nicaragua, con un PIB per cápita similar a Haití. Esta diferencia redundante en la competitividad comercial y las relaciones comerciales que facilitan más la intensificación de las relaciones entre algunos miembros de cada bloque.

En el mapa 1 se puede observar que, en términos de distancia, los países centroamericanos y de la CARICOM se encuentran muy próximos. La distancia, por ejemplo, entre Honduras y Bahamas es de 1.431 km, similar a la que existe entre Panamá y Guatemala (1.350 km) e incluso menor que entre los mismos países de la CARICOM, como Bahamas y Trinidad y Tabago (2.337 km).

Siguiendo el principio de gravedad aplicado en el comercio, la proximidad entre los mercados es un factor que puede coadyuvar a la intensificación de sus relaciones comerciales. En un estudio realizado por la CEPAL para el caso de los países centroamericanos, se observó que el comercio entre Costa Rica y

¹ Conformados por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

² Conformados por Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominicana, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, Santa Lucía, San Kitts y Nevis, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tabago.

³ Con excepción de El Salvador, que no tiene salida directa al Mar Caribe.

Panamá era más estrecho debido, en parte, a la poca distancia que existe entre ellos (511 km), en comparación con Panamá y Guatemala, por ejemplo (Martínez y Cordero, 2009).

MAPA 1 CENTROAMÉRICA Y CARICOM: LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: Google Maps.

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

Centroamérica cuenta, además del transporte aéreo y marítimo, con el transporte terrestre. Asimismo, su posición como países continentales, localizados al centro del continente americano, facilita fuertemente el movimiento de personas y mercancías vía terrestre. Caso contrario a los países de la CARICOM, los cuales como naciones insulares, dependen de la existencia y costos de los servicios marítimos y/o aéreos. Aun cuando la distancia entre ellos sea poca, como en el caso de Antigua y Montserrat (58 km) su comercio depende del establecimiento de esas rutas navieras y aéreas.

La combinación distancia y disponibilidad de medios de comunicación sí es determinante en el mayor volumen comercializado entre la CARICOM y los Estados Unidos, e incluso entre Centroamérica y este último país. Como se observa en el mapa 1, la distancia de Bahamas y la Florida, en los Estados Unidos, es de 655 km, y de Guayana y la Florida, de 3.533 km. Sin embargo, la existencia de diversas rutas comerciales coadyuva a que el comercio de los países de la CARICOM con los Estados Unidos sea mayor que entre la CARICOM y Centroamérica, como se verá en los capítulos II y III de este documento. En este sentido, Panamá tiene la ventaja de localizarse a una distancia relativa del principal mercado comercial de Centroamérica y la CARICOM, de tener acceso tanto al Mar del Caribe, como el Pacífico, y por consiguiente tanto a la costa este como a la oeste de los Estados Unidos, así como de contar con un centro logístico con acceso a varias rutas comerciales marítimas y aéreas. Por todo ello, Panamá aparece como un buen facilitador del comercio entre Centroamérica y la CARICOM.

Otra de las características de los países estudiados, que se observa en el mapa 1, es su tamaño. Los países centroamericanos cuentan con una superficie territorial de 311.170 kilómetros cuadrados, que

representan el 2,1% del territorio de América Latina y el Caribe. Esta superficie es similar a la de los países de la CARICOM, que es de 429.410 kilómetros cuadrados. Sin embargo, si se toma en cuenta sólo la superficie territorial de los países insulares de la CARICOM, ⁴ ésta asciende a 53.750 kilómetros cuadrados, que corresponden a 0,3% de la superficie total de América Latina y el Caribe y a 72% de la superficie panameña. Es decir, territorialmente los países insulares de la CARICOM representan juntos menos de una cuarta parte del territorio total de la CARICOM, lo cual determina, en cierta medida, el tipo de producción que generan. Los países continentales de la CARICOM representan más del 87% del territorio total de la CARICOM y se dedican principalmente a actividades agropecuarias que requieren mayores cantidades de tierra. En términos comparativos globales, si se suma la superficie de los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá, se observa que los primeros representan el 38%, la CARICOM, el 53% y Panamá, el 9%.

Como parte importante de esta característica territorial y geográfica, la estructura sectorial del PIB de los países de la CARICOM muestra un peso relevante en las actividades de servicios, siendo el turismo la actividad primordial. Las economías de la CARICOM, como Santa Lucía, Bahamas, Barbados, Antigua y Barbuda, Granada, San Vicente y las Granadinas, Saint Kitts y Nevis, Jamaica y Dominica, localizadas en medio del Mar Caribe, están dedicadas a este tipo de actividades. Los servicios representan más del 70% del PIB de estos países de la CARICOM. Esta característica hace que estas economías sean dependientes de la importación de insumos para satisfacer la demanda de su turismo, prioritariamente de origen estadounidense y europeo.

Al interior de la CARICOM existen algunas excepciones en el patrón productivo. En Trinidad y Tabago, por ejemplo, la principal actividad económica es la explotación y procesamiento del petróleo y gas. Las actividades industriales en este país significaron 64,5% del PIB, en 2011, mientras que las agrícolas, el 0,7% de su PIB en el mismo año. Suriname, país continental, también está dedicado en su mayoría a las actividades industriales (46,4% del PIB en 2009), sobre todo a la explotación y procesamiento de bauxita, la cual en su mayoría es exportada. En el caso de Guyana, nación igualmente continental, aunque las actividades industriales como el procesamiento de bebidas, alimentos y otros son las más importantes, las actividades agrícolas son de gran importancia para la economía, sobre todo el cultivo de arroz y de bananas. Las actividades agrícolas en Guyana constituyeron el 19,8% del PIB en 2010. Haití también se enfoca más en las actividades agrícolas e industriales. La producción de estos países tiene como destino generalmente el resto de los países de la CARICOM, los Estados Unidos y la Unión Europea.

En el caso de las economías centroamericanas, con mayor superficie territorial, las actividades agrícolas han ido perdiendo peso frente al PIB, dando paso a las actividades de servicios, pero la actividad agrícola no ha dejado de ser un sector importante para la producción, las exportaciones y el empleo. ⁵ En Nicaragua la agricultura representó el 25,5% del PIB en 2011. Las actividades industriales también significaron más de un tercio del PIB centroamericano e incluyen el procesamiento de bebidas y alimentos, el ensamble de aparatos electrónicos y el vestido, y la fabricación de aparatos médicos, medicinas, entre otros.

La principal actividad económica de Panamá también son los servicios, que representaron el 81,6% de su PIB en 2010. La diferencia entre Panamá y las economías de la CARICOM reside en que

⁴ Sin considerar a Belice, Guyana y Suriname, países continentales.

⁵ En promedio, las actividades agrícolas en Centroamérica (incluyendo Panamá) emplean al 25% de la población económicamente activa (PEA) de la región, mientras que las actividades industriales emplean al 21% y las de servicios, al 54% de la PEA. En países como Guatemala, Honduras y Nicaragua, la población empleada en las actividades agrícolas constituye más del 30% de la PEA. Para más información sobre el desempeño de las actividades económicas en Centroamérica, véase Cordero y Zúñiga (2012).

estas últimas se enfocan esencialmente en los servicios turísticos, mientras que en Panamá, por su localización geográfica en la parte más estrecha del Istmo Centroamericano, se ha especializado en los servicios financieros, de transporte y logística.

Las especializaciones productivas observadas en la CARICOM, Centroamérica y Panamá pueden coadyuvar a facilitar mayor integración comercial entre dichas economías. Con base en la teoría de comercio internacional y las ventajas comparativas de David Ricardo, así como en la teoría de integración económica de Lipsey (Andic y Teitel, 1977), Panamá podría ayudar a disminuir los costos de los servicios financieros, logísticos y de transporte en las transacciones que se realicen entre los países, debido a su mayor oferta. Centroamérica, especializada en bienes de consumo, provee a Panamá principalmente de bienes manufactureros y alimenticios para su consumo nacional; de la misma manera, podría proveer a algunos países de la CARICOM de estos bienes necesarios para atender su turismo internacional. Finalmente, la CARICOM podría aumentar su atracción como destino turístico en Panamá y Centroamérica, y al mismo tiempo abastecer a la región de recursos energéticos necesarios para el desarrollo de sus industrias y servicios (véase el diagrama 1).

DIAGRAMA 1
CARICOM, CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ: COMPLEMENTARIEDADES
A PARTIR DE SUS ESPECIALIDADES



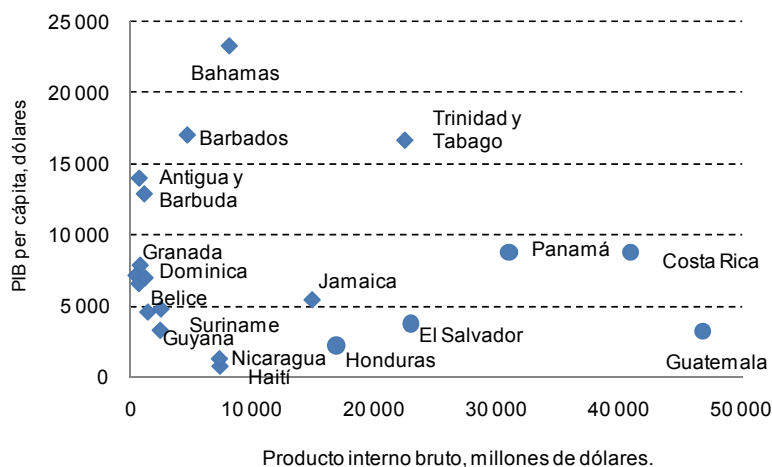
Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, en esta complementariedad económica habría que tomar en cuenta dos aspectos: por una parte, las características, avances y objetivos de los sistemas de integración económica de la CARICOM y de Centroamérica y, por la otra, la competencia que podría haber en algunos de los sectores, como por ejemplo los servicios turísticos, médicos o los insumos para el consumo.

Una de las principales características de la CARICOM es que alberga economías con desarrollo económico asimétrico. En ella convergen, por un lado, países con un producto interno bruto (PIB) elevado, similar al de los países centroamericanos, como el de Trinidad y Tabago (22.448 millones de dólares en 2011), Jamaica (14.870 millones de dólares) y Bahamas (8.099 millones de dólares), con economías más pequeñas, como Dominica y San Vicente y las Granadinas, por ejemplo, con un PIB de 485 y 714 millones de dólares en 2011, respectivamente, que representan apenas 2,2% y 3,1% del PIB de Trinidad y Tabago, respectivamente. Por otro lado, su reducido número poblacional, en combinación con su PIB, hacen que en la CARICOM participen países con los niveles más altos del PIB per cápita de América Latina y el Caribe, como Bahamas, Barbados, Trinidad y Tabago, San Kitts y Nevis y Antigua y Barbuda, con los países más pobres del continente, como Haití, Suriname o Guyana (véase el gráfico 1).

Por las razones anteriores, la CARICOM pone especial énfasis en el trato especial y diferenciado en sus negociaciones y en su proceso de integración económica (véase el recuadro 1). Esta característica se debe de tomar en cuenta en la estrategia de complementariedades comerciales basadas en las especializaciones económicas.

GRÁFICO 1
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: PRODUCTO INTERNO BRUTO
Y PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA, 2011
(Millones de dólares y dólares)



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

Si bien en el caso de la integración centroamericana el trato especial y diferenciado no se incluye de manera explícita, los países miembros están conscientes de las diferencias presentes en la implementación de políticas que incentiven el desarrollo económico de los más rezagados. En el gráfico 1 puede observarse la diferencia entre el PIB per cápita de Costa Rica y Panamá con el de Nicaragua y Honduras, países con PIB per cápita similares a los países más pobres de la CARICOM. Esta asimetría entre los países centroamericanos ha propiciado distintas velocidades en la integración. Tomando en cuenta el modelo de gravedad realizado para la integración de Centroamérica (Martínez y Cordero, 2009), se observa una mayor intensidad comercial entre países con similares niveles económicos y menor distancia geográfica como Costa Rica y Panamá, Guatemala y El Salvador, y Honduras y Nicaragua.

Extrapolando los resultados de este modelo a la relación CARICOM–Centroamérica, podría sugerirse un primer acercamiento de Centroamérica a los países con niveles económicos similares, antes que con todos los países de la CARICOM, ya que como se muestra el gráfico 1, la diferencia económica entre los países de la CARICOM y Centroamérica es amplia. En el caso de Panamá, se podría comenzar por fortalecer sus relaciones comerciales con países como Trinidad y Tabago, Jamaica y/o Granada, cuya similitud económica es parecida y su distancia es menor (véase el mapa 1).

RECUADRO 1 LAS ASIMETRÍAS Y LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN

En los países centroamericanos, y en especial en los países de la CARICOM, se observan asimetrías, es decir, grandes diferencias entre los países, ya sea en el tamaño económico, en el desarrollo relativo, en la calidad de su comercio, en la disponibilidad de recursos, etc. Estas asimetrías son consideradas un obstáculo para los países con menor desarrollo o menor tamaño, y al mismo tiempo un freno para los procesos de integración. Por tal razón, Centroamérica y la CARICOM han puesto especial atención en reducir las diferencias entre sus miembros.

La CARICOM es el proceso de integración en la región que mayor énfasis ha puesto en reducir las asimetrías. Conscientes de las grandes diferencias que existen entre sus miembros, entre los cuales alberga tanto a los países de mayor PIB per cápita de América Latina (Bahamas, Barbados y Trinidad y Tabago), como al más pobre (Haití), la CARICOM incluyó desde su inicio un trato especial y diferenciado para sus miembros con menor desarrollo económico, o en desventaja, como ellos los han llamado. En esta clasificación están incluidos los países miembros de la Asociación de Estados del Caribe Oriental (Antigua y Barbuda, Dominica, Granada, Montserrat, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía y San Vicente y las Granadinas), además de Belice y Guyana.

En el Tratado de Chaguaramas de 1973 se prevén algunos beneficios para estas economías, entre los que se encuentran: la suspensión temporal en la aplicación del arancel común; el permiso de cumplir con bajos requerimientos en las reglas de origen; mayores plazos para la implementación del arancel externo común; excepciones en la implementación de regímenes de incentivo fiscal; así como el acuerdo de los países más desarrollados de la CARICOM para cooperar con los de menor desarrollo a través de la facilitación de los flujos de capitales.

Gracias a estas previsiones, los países clasificados como de bajo desarrollo económico se han beneficiado de la inversión de otros miembros de la CARICOM, permitiendo el desarrollo de industrias de manufactura ligera en estos países, producto de los diferentes *joint ventures* que se han implementado. Trinidad y Tabago también provee asistencia por conducto de su Fondo de Petróleo, establecido en 2004, en forma de donaciones a los países que experimentan dificultades por los altos precios petroleros.

Asimismo, los países de la CARICOM han implementado un Fondo de Desarrollo (CDF, por sus siglas en inglés) con el objetivo de facilitar la promoción y movilización de inversión, incentivar una mayor diversificación estructural y desarrollo de infraestructura, asistencia a la competitividad empresarial y alivio a los impactos sociales y económicos causados por los desastres naturales.

En la integración centroamericana, aun cuando no se reconoce explícitamente ni se otorga un trato especial y diferenciado entre sus miembros, en las diferentes políticas de integración se considera a Honduras y Nicaragua como países de menor desarrollo relativo. Considerando que su situación resta dinamismo al proceso, dichos países reciben un tratado más favorable, como por ejemplo, en el financiamiento que otorga el Banco Centroamericano de Integración (BCIE). El sistema de integración centroamericano, al considerar la integración no sólo comercial, sino también social, política y cultural, fomenta el desarrollo de todos sus miembros, poniendo mayor atención en Honduras y Nicaragua.

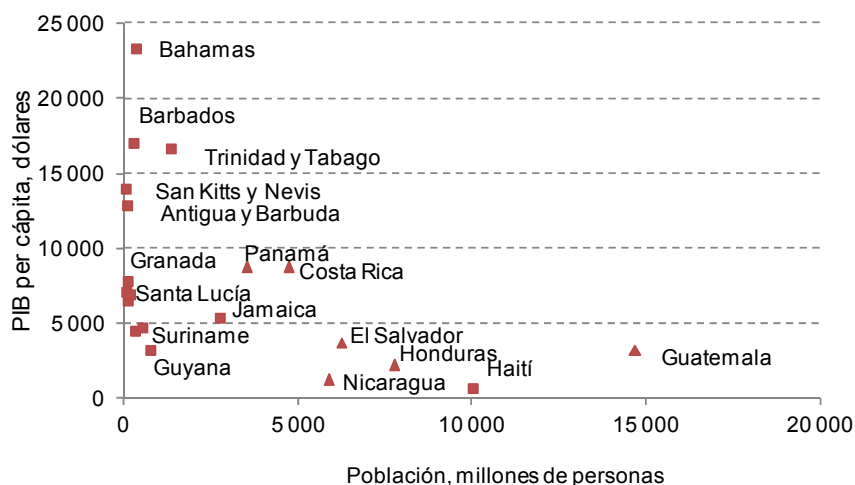
De acuerdo con un estudio del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), se requieren tres condiciones para favorecer la atracción de inversión en las economías pequeñas en un proceso de integración: 1) que los costos de transporte no sean significativos o puedan ser contrarrestados; 2) que la economía pequeña desarrolle fortalezas adicionales, y 3) que los aranceles y toda forma de barreras al comercio desaparezca definitivamente para los socios y no rebroten, en la economía grande, unilateralmente, ante coyunturas adversas. (SELA, 2011).

La reducción de las asimetrías entre los miembros de un proceso de integración es considerada una necesidad para su buen funcionamiento. Es fundamental, por lo tanto, destinar recursos y activar políticas que coadyuven a nivelar las condiciones entre los Estados miembros. Especial atención debe ponerse en el desarrollo de infraestructura de transporte que facilite el comercio entre todos los países, buscando complementariedades y especializaciones entre países y no competencias. Asimismo, la reducción de los aranceles en los acuerdos comerciales debe considerar las economías en desventaja, a fin de potencializar la integración entre el Caribe y Centroamérica.

Fuente: Freckleton, Marie y otros (2010) “Caribbean trade and integration: trends and future prospects”, Serie Comercio Internacional, N° 105 (LC/L.3277-P), Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), agosto, N° de venta E.10.II.G.82; Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) (2011), “Las asimetrías en los procesos de integración de América Latina y el Caribe”, Caracas, Venezuela, Secretaría Permanente del SELA, junio (SP-LAPI-ALC-Di No. 12-11-Rev. 1).

Otra característica a tomar en cuenta es el tamaño de los mercados de la CARICOM y Centroamérica. En su conjunto, Centroamérica tiene una población de 39 millones de habitantes, es decir, más de dos veces la población de los países de la CARICOM (17 millones de habitantes), lo que en términos de número de potenciales consumidores, Centroamérica ofrece una oportunidad a la CARICOM. Sin embargo, en términos de consumidores con mayor potencial adquisitivo, es la CARICOM la que ofrece mayor oportunidad a Centroamérica. Como se observa en el gráfico 2, los países centroamericanos son los más poblados de la región. Guatemala, el país con mayor población de Centroamérica, alberga 14 millones de habitantes con poderes adquisitivos menores a los observados en la mayoría de los países de la CARICOM. Panamá y Costa Rica presentan una mayor similitud con los países de la CARICOM, tanto en el número poblacional, como en el poder adquisitivo. El número poblacional de Panamá (3,5 millones de habitantes en 2011) es cercano a Jamaica (2,8 millones de habitantes) y Trinidad y Tabago (1,3 millones de habitantes).

GRÁFICO 2
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: PIB PER CÁPITA Y POBLACIÓN, 2011
(Dólares y millones de personas)



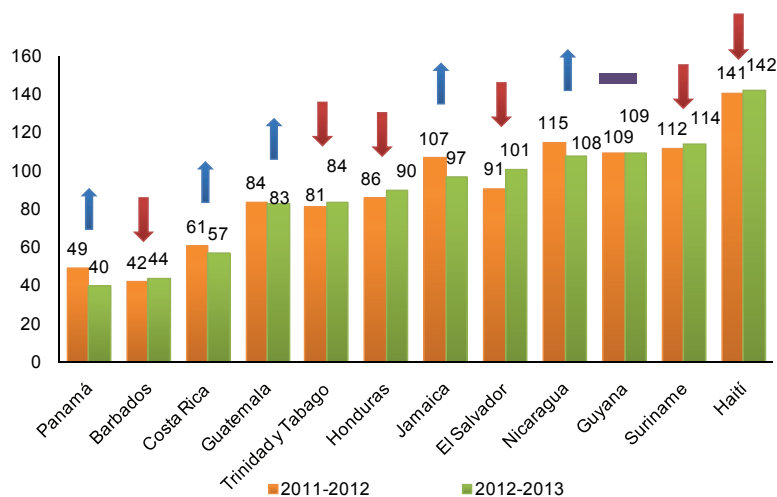
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la información de CEPALSTAT.

La heterogeneidad al interior de los países centroamericanos y de la CARICOM se reafirma en sus niveles de competitividad internacional, en el que destacan Panamá y Barbados por sus grandes avances en la materia, al mismo tiempo que Nicaragua y Haití, por su rezago en dicha competitividad. De acuerdo con el informe del World Economic Forum (WEF) sobre competitividad global, de los 12 países de Centroamérica y la CARICOM incluidos en “The Global Competitiveness Report 2012-2013”, el país más competitivo es Panamá, localizado en el lugar 40 de la lista de 144 países. Le siguen en la lista Barbados (posición 44), Costa Rica (57), Guatemala (83), Trinidad y Tabago (84), Honduras (90), Jamaica (97), El Salvador (101), Nicaragua (108), Guyana (109), Suriname (114) y Haití (142) (véase el gráfico 3).

Este indicador mide la competitividad tomando en cuenta el nivel micro y macro de las economías nacionales mediante 12 pilares, agrupados en tres subindicadores, que a la vez constituyen niveles de desarrollo: 1) requerimientos básicos; 2) potenciadores de eficiencia, y 3) factores de innovación y sofisticación. De acuerdo con esta evaluación, Nicaragua y Haití son los dos, de los 12 países incluidos en el reporte, en estar en la etapa uno de desarrollo, lo que significa que sus economías están impulsadas por la explotación de sus recursos naturales y la existencia de una mano de obra barata.

En la etapa de transición entre una economía de factores y una de eficiencia, queda solamente Honduras, ya que Guatemala, Guyana y Jamaica han evolucionado de la etapa de transición a la de economías impulsadas por la eficiencia, en la que siguen estando Costa Rica, El Salvador y Panamá, junto con Suriname. Barbados y Trinidad y Tabago se mantienen clasificados como economías de transición hacia la innovación, al igual que Argentina, Brasil, Chile, México y Uruguay en América Latina y el Caribe.

GRÁFICO 3
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL,
2011-2012 Y 2012-2013

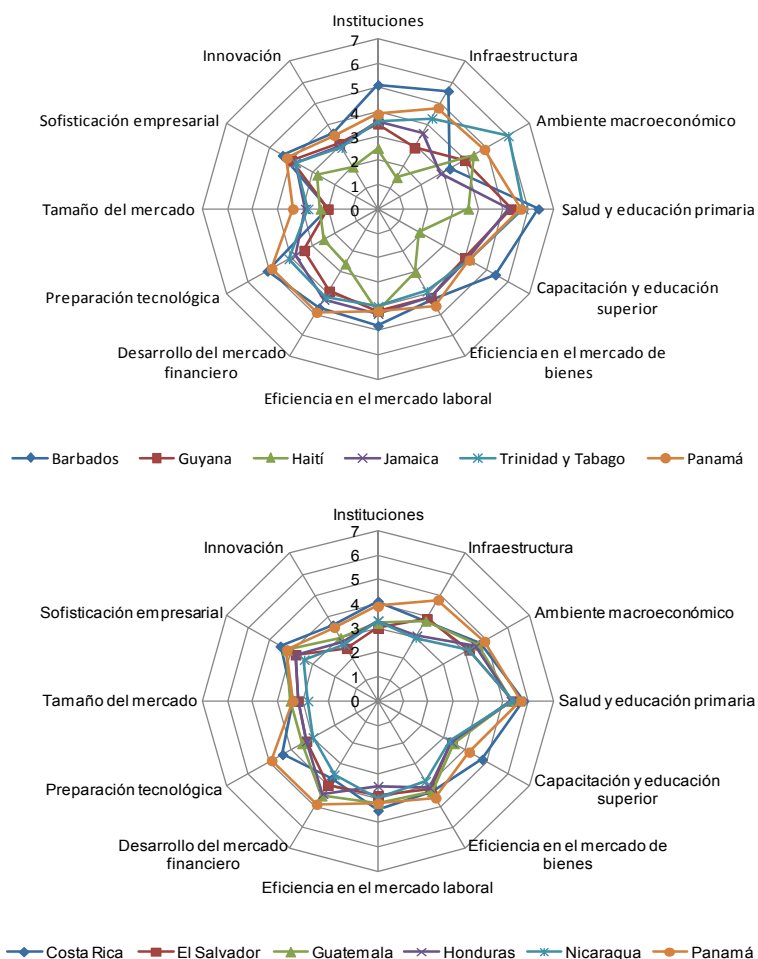


Fuente: Elaboración propia, sobre la base de World Economic Forum, “The Global Competitiveness Report”, 2011-2012, 2012-2013.

En una comparación de la competitividad de los países de la CARICOM frente a la de los centroamericanos, se constata que las asimetrías vuelven a ser mayores en los primeros que en los segundos (véase el gráfico 4). En la CARICOM se observa la diferencia entre los indicadores de Haití, el país menos desarrollado de la región con respecto a Barbados, el país con las mejores calificaciones. En Centroamérica, si bien se aprecia el menor desarrollo de Nicaragua con relación al resto de los países, también se observa una tendencia similar en la calificación de los indicadores en cuanto al resto de la región. En este sentido, las principales fortalezas de Centroamérica se perciben en la salud y la educación primaria, así como en el ambiente macroeconómico. En la CARICOM, las mayores fortalezas son la eficiencia de los mercados de bienes, la sofisticación empresarial, así como un poco la salud y la educación primaria, pero sus desempeños varían mucho entre países.

Las mayores debilidades en ambas regiones se constatan en el tamaño del mercado, precisamente por su característica de países pequeños, y en la innovación, razón por la que ninguno de los países se encuentra aún clasificado como economías impulsadas por la innovación. En la CARICOM también se observan rezagos de algunos países en la infraestructura, el ambiente macroeconómico y las instituciones. Igualmente, en Centroamérica se observa un rezago en la infraestructura y en las instituciones, así como en la preparación tecnológica y en la educación superior, en algunos casos. Costa Rica y Panamá se destacan por ser los países mejor calificados en Centroamérica, pero aún presentan rezagos con respecto a países más desarrollados de América Latina y el Caribe.

GRÁFICO 4
PANAMÁ: COMPARACIÓN DE SU COMPETITIVIDAD CON LOS PAÍSES
DE LA CARICOM Y CENTROAMÉRICA, 2012-2013



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de World Economic Forum, “The Global Competitiveness Report”, 2011-2012, 2012-2013.

Panamá, como indica el mismo informe del WEF, continúa su progreso estable y consolida su posición como la economía más competitiva de Centroamérica (WEF, 2012). También destaca como la economía más competitiva con relación a los países de la CARICOM. Sin embargo, en comparación con Barbados, el mejor calificado del Caribe, Panamá presenta retos en sus instituciones, su infraestructura, su educación superior y la eficiencia de su mercado laboral, así como también en su ambiente macroeconómico, si se compara con Trinidad y Tabago. Sus mayores fortalezas, en comparación con la CARICOM, se encuentran en su relativamente mayor tamaño de mercado.

En Centroamérica, el desempeño competitivo de Panamá es muy similar al de Costa Rica, como se mencionó con anterioridad, destacando en la infraestructura, el desarrollo del mercado financiero y en la preparación tecnológica. El mayor rezago respecto de Costa Rica se observa en su capacitación y educación superior.

Los buenos resultados que Panamá muestra en competitividad se deben, en gran parte, a la decisión del gobierno de incluirla en su Plan Nacional de Panamá de 2009 como un tema prioritario. Panamá ha creado una Secretaría de Asuntos Económicos y Competitividad, en Presidencia, encargada de coordinar el tema con los diferentes ministerios y entidades descentralizadas. Su creación ha permitido dar un seguimiento constante a los diferentes elementos que componen el indicador de competitividad. Uno de los mayores retos es el de la educación y la tecnología, en los cuales el gobierno ha implementado acciones a largo plazo. No obstante, a corto plazo ya se observan las dificultades del país para avanzar sin una población calificada que ocupe los nuevos puestos creados alrededor del área logística, sobre todo en puertos.⁶ En este sentido, una mayor cooperación con los países centroamericanos y de la CARICOM podría coadyuvar también a la formación y adquisición de personal calificado.

Finalmente, en lo que se refiere a las diferencias en el lenguaje, en los países de la CARICOM el idioma oficial es el inglés, aunque existen otros idiomas como el holandés, en Suriname, y el francés en Haití. Sin embargo, aunque estos son los idiomas oficiales, al interior se pueden hablar diferentes variantes de éstos. En Centroamérica, el idioma oficial es el español. Esta diferencia hace más proclive el comercio, la inversión y el turismo de los países de la CARICOM, con países de la misma lengua como los Estados Unidos, el Reino Unido, Holanda y Francia, y sobre todo ha fortalecido el comercio intrarregional. De la misma manera, los países centroamericanos tienen mayor acercamiento con los países de habla hispana.

Pese a lo anterior, el comercio de Centroamérica con los Estados Unidos ha dado a los centroamericanos una ventaja en los negocios con países de habla inglesa. Esta experiencia les permite reducir la barrera que el idioma representa con los países de la CARICOM. Al mismo tiempo, el mayor acercamiento de los países de la CARICOM a los países centroamericanos les brindaría mayor experiencia en los negocios con los países de habla hispana, que podrían aprovechar para intensificar sus relaciones comerciales (incluyendo los servicios turísticos) con el resto de los países hispanos de América Latina y el Caribe.

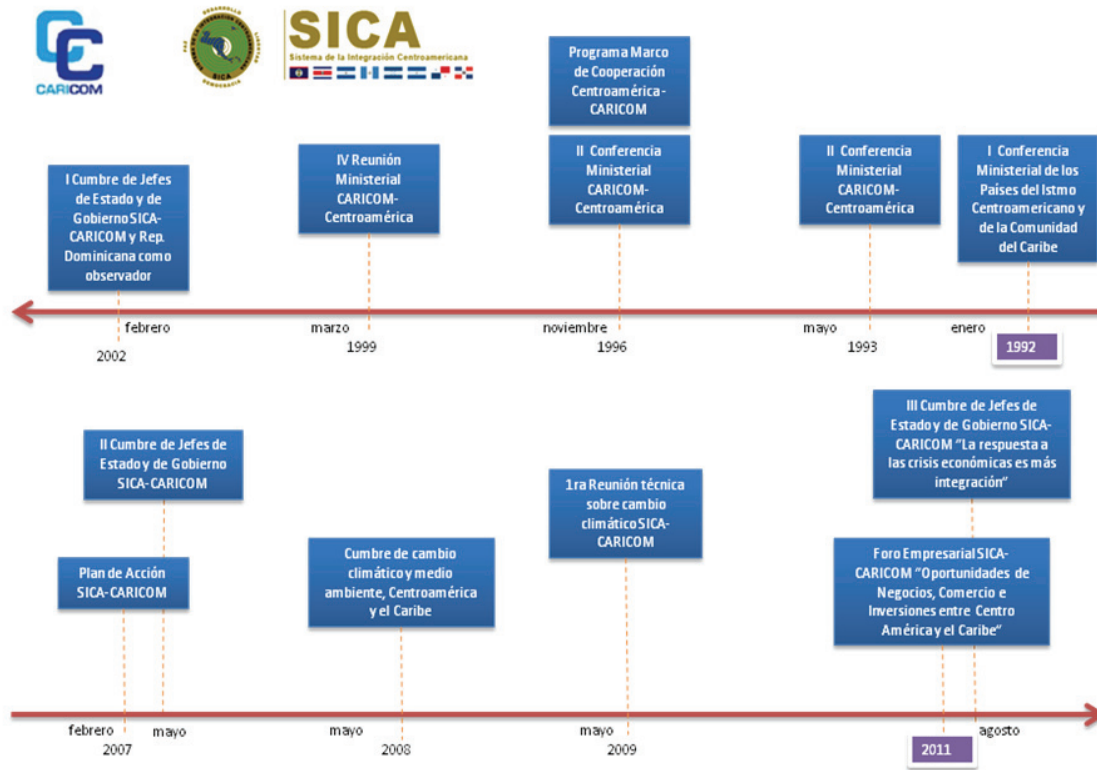
B. ACERCAMIENTOS COMERCIALES Y ACUERDOS ENTRE LOS PAÍSES EN EL MARCO BILATERAL

La agenda de los países de la CARICOM y del Sistema de Integración Centroamericana⁷ ha sido muy dinámica desde 1992, fecha en que ambas regiones realizaron su primera Conferencia Ministerial en Honduras. En esa primera reunión, el objetivo fue intercambiar puntos de vista sobre los desafíos políticos y económicos que enfrentan; identificar aspectos de interés y beneficio mutuo, y establecer un mecanismo permanente de cooperación entre ambas regiones. A lo largo de esos años, los avances, acercamientos y cooperación entre la CARICOM y el SICA han sido notables, e incluso el nivel de estos encuentros ha pasado de reuniones ministeriales (de 1992 a 1999) a Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno (de 1999 a la fecha) (véase el diagrama 2). Los temas principales en los que ambas regiones han trabajado y compartido experiencias son comercio e inversión, cambio climático y manejo integrado del riesgo, seguridad, cooperación en transporte aéreo y terrestre, reducción de la pobreza, coordinación de política exterior y turismo, entre otros.

⁶ Panamá presenta una escasez de mano de obra calificada para atender las crecientes demandas de su industria marítima. Empresarios del ramo han firmado acuerdos de cooperación con la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP) con el objetivo de que sus estudiantes puedan realizar pasantías en sus empresas y capacitarse mayormente en el ramo. Para satisfacer esta demanda, algunos empresarios están contratando mano de obra extranjera (Barboza, 2012).

⁷ En el que están incluidos los países centroamericanos y Panamá, así como la República Dominicana y Belice.

DIAGRAMA 2
CARICOM Y SICA: ACERCAMIENTOS, 1992-2011



Fuente: Elaboración propia con base en la información de CARICOM y SICA.

En los temas de comercio, inversión y turismo se ha fomentado la organización de seminarios conjuntos de negocios, como el celebrado en agosto de 2011 para incentivar las alianzas estratégicas, e impulsar las oportunidades de inversión, comercio y desarrollo. Paralelamente, la mejora de los servicios de transporte aéreo y marítimo ha sido un tema fundamental para el logro de un mayor acercamiento comercial entre ambas regiones. En este sentido, la firma del Acuerdo de Transporte Aéreo, en el marco de la Asociación de Estados del Caribe (AEC)⁸ ha sido un logro importante. Los sectores público y privado siguen trabajando, de manera conjunta, para la mejora del transporte marítimo, los servicios de carga y el intercambio de información de flujos comerciales.

Un aspecto que la CARICOM y el SICA han tratado de incentivar es el turismo en y entre ambas regiones. Los gobiernos han considerado importante que las instituciones turísticas regionales colaboren para vincular a las dos regiones en la promoción del turismo. En la última Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno SICA-CARICOM se resaltaron los avances en el tema por parte de la Asociación de Destinos de Cruceros del Caribe (ADCC), en el marco de la AEC. También se ha explorado la supresión de visas cortas

⁸ Los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá también pertenecen a la AEC, organismo regional creado en 1994 y conformado por 25 países del Caribe, cuyo propósito es promover la consulta, la cooperación y la acción concertada entre todos los países del Caribe en cinco principales áreas: reducción del riesgo de desastres, turismo sostenible, comisión del mar del Caribe, comercio, y transporte. En el seno de la AEC se han realizado diferentes actividades y estudios que han fortalecido el conocimiento y la cooperación entre las partes.

y la emisión de una visa de negocios que faciliten y promuevan el comercio y la inversión entre las partes, pero no se ha avanzado en esta agenda y cada país unilateralmente aplica su política de migración.

En el diagrama 3 se puede observar tanto la heterogeneidad en la política de concesión de visado entre los países de la CARICOM y los centroamericanos, como la prevalencia a solicitar una visa, tanto de turismo como de negocios, en la mayoría de los países de ambas regiones. En la CARICOM los países más abiertos a la entrada de turistas y gente de negocios centroamericanos son Bahamas, Saint Kitts y Nevis y San Vicente y las Granadinas. Antigua y Barbuda, Granada, Guyana, Jamaica y Suriname, por el contrario, solicitan visa de turismo y negocios a todos los ciudadanos centroamericanos para entrar a su territorio, lo cual dificulta el turismo y la inversión centroamericana en esos países. El resto de los países solicita ya sea una visa de turista o de negocios a algunos ciudadanos centroamericanos. Trinidad y Tabago, el país con el cual Centroamérica tiene mayores relaciones comerciales, solicita la visa de negocios para todos los centroamericanos y sólo permite la libre entrada de turistas costarricenses y salvadoreños a su territorio.

En el caso de Centroamérica, el país más abierto a los turistas y a la gente de negocios de la CARICOM es Panamá, que sólo solicita una visa de negocios a los ciudadanos haitianos y de Suriname. El Salvador, por el contrario, pide una visa de turismo o de negocios a todos los ciudadanos de la CARICOM para la entrada a su territorio. Guatemala también exige a todas las personas de negocios de la CARICOM un visado y sólo concede la libre entrada a turistas de Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados y Belice. Costa Rica, por su parte, permite la libre entrada de turistas de la CARICOM con excepción de los ciudadanos haitianos y jamaicanos. De hecho, todos los países centroamericanos, excluyendo Panamá, restringen la entrada de ciudadanos de esas dos últimas nacionalidades.



Una mayor apertura para la entrada de turistas y gente de negocios entre ambas regiones es de gran importancia para promover y facilitar los vínculos comerciales, ya que no todos los países tienen representación diplomática, lo que dificulta el trámite de los visados. Esto, aunado a la falta de líneas de transporte directas entre ambas regiones, frena las posibilidades de un mayor acercamiento económico.

Desde 1996, en el marco del Programa Marco de Cooperación, los países del SICA y de la CARICOM mostraron interés por alcanzar un acuerdo de libre comercio entre ambas partes. A partir de esa fecha se han llevado a cabo diferentes acercamientos bilaterales, como el Tratado Bilateral de Inversión entre Belice y El Salvador (2001), el Acuerdo de Libre Comercio CARICOM-Costa Rica (2004),⁹ el Acuerdo de Alcance Parcial entre Belice y Guatemala (2006), el Acuerdo de Alcance Parcial entre Panamá y Trinidad y Tabago (2012, en vías de ratificación por la CARICOM), y recientemente, la negociación de un Acuerdo de Alcance Parcial entre Guatemala y Trinidad y Tabago. Un acuerdo entre Centroamérica y la CARICOM, que tome en cuenta las asimetrías en ambas regiones, será un fuerte incentivo para dinamizar el comercio y la inversión entre los miembros.







El Acuerdo de Alcance Parcial firmado entre Panamá y Trinidad y Tabago, en marzo de 2012, incluye además un Convenio Energético. Este Convenio permitiría a Panamá comprar gas butano de Trinidad y Tabago sin intermediarios, al mismo tiempo que lo podría distribuir al resto de los países centroamericanos, lo cual sería beneficioso para la región (Ministerio de Comercio e Industrias, 2011).

⁹ Este Acuerdo sólo se ha ratificado y ha entrado en vigencia en Trinidad y Tabago (2005), Guyana y Barbados (2006) y Belice (2011). Queda pendiente la ratificación del Acuerdo por parte del resto de los países de la CARICOM, excluyendo a Bahamas, país que es miembro de la Comunidad, pero no del Mercado Común Centroamericano.

DIAGRAMA 3
CARICOM Y SICA: REQUERIMIENTO DE VISA DE TURISMO Y NEGOCIOS

 	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
Antigua y Barbuda	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Bahamas	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Barbados	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Belice	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Dominica	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Granada	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Guyana	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Haití	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Jamaica	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Saint Kitts y Nevis	T N	T N	T N	T N	T N	T N
San Vicente y las Granadinas	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Santa Lucía	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Suriname	T N	T N	T N	T N	T N	T N
Trinidad y Tabago	T N	T N	T N	T N	T N	T N

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la información de VisaHQ.mx, eliminando fronteras (www.visahq.mx).

 No se requiere visa de turismo;  No se requiere visa de negocios;  Se requiere visa de turismo;  Se requiere visa de negocios;  Destino: Centroamérica;  Destino: CARICOM.

Mediante el Acuerdo de Alcance Parcial, Panamá busca estrechar sus relaciones comerciales con el resto de los países de la CARICOM. Asimismo, intenta extender su oferta de servicios y aumentar la exportación de sus productos nacionales como quesos, pescado fresco y congelado, carne bovina y porcina, yogurt, leche, entre otros; y productos manufacturados como refrigeradores y congeladores para uso industrial y comercial, productos de confección y de publicidad a Trinidad y Tabago. Este último país también podría incrementar sus exportaciones de alquitrán, asfalto, betún de petróleo y arenas bituminosas, plásticos, etc., a Panamá. El Tratado aún no ha entrado en vigor por cuestiones internas en la CARICOM. Sin embargo, se espera que sea aprobado a corto plazo, dados los beneficios que generaría en ambas regiones.

II. FLUJOS Y OPORTUNIDADES DE COMERCIO E INVERSIÓN

El comercio internacional es un tema importante para los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá debido a su característica de pequeñas economías. El peso relativo de sus exportaciones e importaciones, en proporción con el PIB, es decir, su grado de apertura,¹⁰ es relativamente alto. Para Panamá éste fue de 154,4% respecto del PIB en 2011, mientras que para los países de la CARICOM y Centroamérica fue de 90,5% y 90,8%, respectivamente, en el mismo año.

En la última década esta apertura ha ido en aumento debido a un crecimiento similar en sus exportaciones e importaciones. De 2000 a 2011, la tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones de bienes y servicios de los países centroamericanos fue de 7,7%, 1,8 puntos porcentuales mayor que la observada en los países de la CARICOM (5,9%) e inferior a la de Panamá (10,8%). Las importaciones de bienes y servicios siguieron el mismo ritmo que las exportaciones en el caso de la CARICOM (6%, en el mismo período), pero en Centroamérica y Panamá éstas aumentaron a ritmos mayores (8,6% y 11,3%, respectivamente), elevando así su déficit comercial y su característica de importadores netos. En el caso de Centroamérica, la mayor proporción de sus compras con relación a sus ventas se debe tanto a los términos de intercambio de su sector externo, como a la importación de insumos para sus actividades de ensamblaje.

Dadas las características de su estructura productiva, los países de la CARICOM son primordialmente exportadores de servicios, salvo algunas excepciones. En promedio, este tipo de exportaciones representaron el 31,2% del total de sus ventas totales de bienes y servicios en 2011, cifra similar a la de Panamá (29,7%) y a la de los países centroamericanos (21,3%). Empero, quitando el efecto de las exportaciones de Trinidad y Tabago en este promedio (responsable del 41% de las exportaciones totales de la CARICOM), el 61,2% de las ventas mundiales de este bloque son de servicios. Sin embargo, este porcentaje puede ser más alto en países como Antigua y Barbuda, por ejemplo, país en el que sus exportaciones de servicios constituyeron el 90,4% de sus ventas totales en 2011.

En los países centroamericanos, a pesar de que sus exportaciones de servicios han crecido a una tasa mayor que la de bienes (8,5% y 7,5%, respectivamente, entre 2000 y 2011), sus ventas de mercancías significaron 79% del total de sus exportaciones en 2011. Esto es muy similar a lo observado en Panamá, en donde el peso de las exportaciones de bienes es de 70% sobre el total de las exportaciones. No obstante, el porcentaje de Panamá está ligado a las ventas de las zonas francas, sobre todo de las reexportaciones de la Zona Libre de Colón (ZLC), sin las cuales Panamá se caracteriza por exportar primordialmente servicios derivados del Canal de Panamá y financieros.

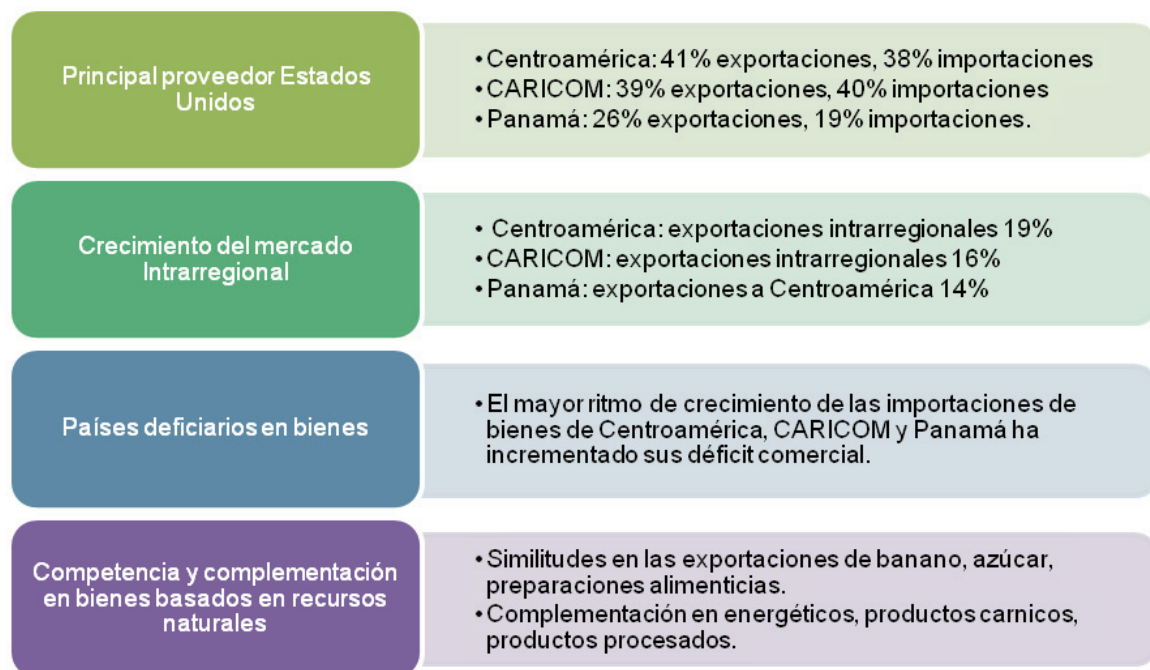
A. COMERCIO DE BIENES

Centroamérica, la CARICOM y Panamá comparten cuatro características principales en materia de comercio de bienes. En primer lugar, su principal mercado de exportación son los Estados Unidos y, en el caso de Centroamérica y la CARICOM, también son su principal proveedor. En segundo lugar, su mercado regional se ha convertido en su segundo destino y proveedor de mercancías, lo cual destaca la

¹⁰ El grado de apertura se calcula a partir de la suma de exportaciones más importaciones de un año determinado, divididas entre el PIB del mismo año, a efectos de obtener la proporción de estas actividades en la economía nacional.

importancia y éxito de sus procesos de integración económica. En tercer lugar, en los tres casos se observa un creciente déficit comercial en sus balanzas comerciales, lo cual responde a su estructura productiva, ya sea por su mayor especialización en servicios, como en los casos de la CARICOM o Panamá, o bien a los términos de intercambio, como en el caso de Centroamérica. Y por último, existen similitudes en el tipo de bienes de sus productos exportados, principalmente de bienes basados en recursos naturales, mientras que en las importaciones destacan los productos con mayor valor agregado y los energéticos (véase el diagrama 4).

DIAGRAMA 4
CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: CARACTERÍSTICAS EN SU COMERCIO DE BIENES



Fuente: Elaboración propia.

Centroamérica y la CARICOM tienen una relativa concentración de su mercado en los Estados Unidos, los cuales envían a este último país 41% y 39% de sus bienes, respectivamente, y reciben de ellos 38% y 40%, respectivamente, de sus importaciones.¹¹ En el caso de Panamá, los Estados Unidos son también su principal destino exportador (26% de las ventas totales), pero China es quien ocupa el primer lugar como proveedor de mercancías (26%), desplazando al segundo lugar a los Estados Unidos (19%). Estos datos muestran la importancia de China como principal cliente de los servicios de logística ofrecidos por Panamá, sobre todo de la ZLC y del Canal de Panamá.

La tendencia de los países estudiados a realizar la mayoría de sus transacciones con los Estados Unidos se puede explicar por su cercanía y las mayores posibilidades de transporte entre ambas regiones. Además, en el caso de los países de la CARICOM, el idioma constituye un elemento importante (Sánchez y Echeverría, 2003). Adicionalmente, se debe tomar en cuenta la existencia de acuerdos comerciales unilaterales (en el caso de la CARICOM) y bilaterales (en Centroamérica) negociados con

¹¹ Sin embargo, existen países como Bahamas y Haití, cuya concentración de mercado en los Estados Unidos representa 89% y 88%, respectivamente, de sus exportaciones.

dicho país. Finalmente, hay que subrayar la importancia que tiene para la atracción del comercio el tamaño del PIB (Martínez y Cordero, 2009), sobre todo de los Estados Unidos. En el caso de la CARICOM, también habría que destacar la importancia de los países europeos y de Canadá como socios comerciales debido a su legado histórico con estas naciones.

El comercio intrarregional se ha ido convirtiendo en un mercado cada vez más significativo para los países estudiados. Por una parte, este mercado ha desempeñado un papel relevante para la expansión de productos con mayor valor agregado y, por la otra, ha servido como contrapeso ante las crisis internacionales por las que ha atravesado su principal socio comercial. En términos generales, las exportaciones intrarregionales de la CARICOM significaron el 16% de su comercio total en 2008, mientras que las importaciones fueron del orden del 12% en el mismo año. Si bien este porcentaje en términos generales es relativamente pequeño, para algunos países de la CARICOM el comercio intrarregional constituye el más importante, representando alrededor del 30% de sus exportaciones totales.¹² En el caso de los países centroamericanos, este comercio significó el 19% de sus exportaciones y el 12,2% de sus importaciones. De nueva cuenta, al interior de este mercado existen países como El Salvador, cuyo peso del comercio intrarregional constituye más del 50% de sus exportaciones. Finalmente para Panamá, el comercio con Centroamérica significó el 14% de sus exportaciones y el 5% de sus importaciones, porcentaje creciente en los últimos años.

El mayor exportador de bienes, en términos monetarios, es Centroamérica (sin incluir Panamá). En 2011 sus ventas ascendieron a 31.874 millones de dólares, lo cual implica el 35% más de lo exportado por los países de la CARICOM (20.418 millones de dólares) y el doble de lo de Panamá (14.554 millones de dólares). Centroamérica también es el mayor importador. En 2011 sus compras totales fueron del orden de 57.448,8 millones de dólares, casi el doble de lo importado por la CARICOM (26.658 millones de dólares) y por Panamá (21.802 millones de dólares). La mayor relación de sus importaciones con respecto a sus exportaciones los coloca como países deficitarios en mercancías. Esta situación se ha incrementado más en el caso de Panamá, cuyo déficit comercial ha pasado de 1.143 millones de dólares en 2000 a 5.997 en 2011. Si bien la CARICOM tenía el mayor déficit comercial en 2000 (5.514 millones de dólares), el menor crecimiento de sus compras con relación a sus ventas ha favorecido una tasa de crecimiento promedio anual de su déficit, menor que la de Centroamérica y Panamá (7,3%, 13,1% y 16,3%, respectivamente). Centroamérica representa, por tanto, uno de los mercados más dinámicos en la importación de productos para consumo local.

En la comercialización de bienes existen algunas diferencias y similitudes entre Centroamérica, la CARICOM y Panamá. Los principales productos de exportación¹³ de los países centroamericanos son productos primarios como el café (11,3% de sus exportaciones totales en 2011), las bananas (4,4%), el azúcar de caña o remolacha (3,4%), los minerales de los metales preciosos y sus concentrados (3%), las piñas (2,4%), el aceite de palma y sus fracciones (1,9%), así como otros productos con mayor valor agregado como los circuitos integrados y microestructuras electrónicas (5,9%), los instrumentos y aparatos de medicina (2,7%), los hilos, cables y demás conductores aislados (2,5%), y las camisas y blusas de punto para mujeres (2,4%).

La mayoría de los bienes exportados¹⁴ de la CARICOM también son productos naturales, como los aceites de petróleo (24% del total de los productos), gases de petróleo (23%), aceites de petróleo crudo (9%), amoníaco (7%) y los productos especiales no especificados (6%). No obstante, estos datos reflejan

¹² Como lo es para Barbados, Granada, San Vicente y la Granadinas y Suriname.

¹³ A cuatro dígitos del Sistema Arancelario Armonizado.

¹⁴ Datos para 2008.

fundamentalmente los productos exportados por Trinidad y Tabago. El 83% de las exportaciones de la CARICOM proceden de dicho país. Para países como Bahamas, Barbados, Belice, Jamaica y Santa Lucía, la exportación de petróleo es también importante, pero su contribución al total de las exportaciones de la CARICOM es menor. Quitando el efecto Trinidad y Tabago en los bienes exportados, se observan otros productos de exportación como las bananas, el azúcar y productos de manufactura, como sacos de dormir, jabón, harinas procesadas, interruptores, entre otros. Algunos de estos productos, como el banano y el azúcar, también son exportados por Centroamérica, por lo que habría una competencia de los mismos.

En el caso de Panamá, sus principales productos son de mayor incorporación tecnológica, como los antibióticos (24,4%), medicamentos (8,9%), calzado de caucho (4,11%), perfumes y aguas de tocador (3,5%), y trajes sastre para dama (2,8%). Sin embargo, estos productos constituyen, casi en su totalidad, reexportaciones de la ZLC. Si se toman en cuenta sólo las exportaciones nacionales, se observa que, al igual que los países centroamericanos y la CARICOM, Panamá concentra sus exportaciones nacionales en recursos naturales como los demás salmónidos,¹⁵ oro (incluido el oro platinado de las demás formas en bruto), bananas, sandías frescas, camarones y langostinos congelados, los desperdicios de hierro y acero, y otras mercaderías.

Los países centroamericanos, los de la CARICOM y Panamá se distinguen por ser importadores de recursos energéticos, como el petróleo y gas, así como de bienes con mayor valor agregado, necesarios para la producción y otros bienes de consumo. Las principales importaciones de la CARICOM son transacciones especiales¹⁶ (20,5%), aceites de petróleo crudo (14,1%), vehículos de motor para el transporte de personas (2,5%), medicamentos (1,6%), equipo y maquinaria para laboratorio (1,5%), vehículos para el transporte de mercancías (1,4%), alcohol acíclico y sus derivados (1,4%), estructuras y partes de hierro (1,2%), productos y preparaciones comestibles (1%) y libros impresos y panfletos (1%).

Centroamérica compra del mundo los aceites de petróleo (14,1% de las importaciones totales), medicamentos¹⁷ (3,2%), coches de turismo y demás vehículos (2,5%), aparatos electrónicos de telefonía (2,4%), aceites crudos de petróleo (2,3%), circuitos integrados (2,3%), máquinas automáticas para el procesamiento de datos (1,5%), maíz (1,4%), vehículos automóviles (1,3%) y gas de petróleo (1,3%). En estos productos se nota una alta participación de los derivados del petróleo en el total de importaciones (18% del total), que podrían aprovechar Trinidad y Tabago y otros países de la CARICOM.

Los principales insumos importados por Panamá no varían mucho de los exportados debido a su función como reexportador de productos y centro logístico. Estos productos fueron: antibióticos (16%), medicamentos (5%), motores de vehículos para el transporte de pasajeros (3%), calzado de caucho (2,8%), trajes sastre para dama (2,2%), trajes y conjuntos para caballero (2%), perfumes y aguas de tocador (1,7%), suéteres (1,5%), calzado de cuero (1,4%) y aparatos receptores de televisión (1,4%). Muchos de estos productos tienen como destino final los países de Centroamérica y la CARICOM.

¹⁵ Peces marinos y de agua dulce de la familia de los salmónidos, parientes cercanos de los salmones y truchas del Pacífico.

¹⁶ Bajo esta categoría se incluyen las importaciones del servicio diplomático extranjero, el oro monetario, las mercancías que ingresan bajo un régimen de importación temporal, las transacciones de las fuerzas armadas, encomiendas postales, muestras, donaciones, etc.

¹⁷ Es importante señalar que algunas de estas importaciones, como los aparatos electrónicos, los medicamentos, los circuitos integrados y las máquinas de procesamiento de datos, forman parte de las importaciones bajo los regímenes de reexportación.

1. Comercio de bienes Panamá-Centroamérica

En los últimos 10 años (2002-2011), las exportaciones totales de Panamá, incluidas las de la ZLC a los países centroamericanos, han crecido a una tasa promedio anual de 32,1%, alcanzando un monto de 1.996 millones de dólares en 2011. Las exportaciones más dinámicas fueron las dirigidas a El Salvador y Guatemala, con una tasa de crecimiento del 40% y 39%, respectivamente, en el mismo período. Este dinamismo en las exportaciones de Panamá está relacionado con la incorporación estadística de las reexportaciones de la ZLC en sus estadísticas totales de exportación a partir de 2006. Las reexportaciones de esta Zona a los países centroamericanos representaron en promedio el 95% del total a Centroamérica, en 2011, aun cuando en países como Guatemala llegaron a constituir el 98% de las exportaciones totales, en el mismo año. En este alto porcentaje se puede constatar el creciente papel de Panamá como centro logístico y de distribución en la región.

Como resultado de esta característica exportadora de Panamá, sus principales ventas a los países centroamericanos son productos de alta (40% del total), baja (33%), y mediana tecnología (17%), mientras que los productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales significaron sólo 2% y 7%, respectivamente en 2011. Entre sus principales productos exportados a la región se encuentran los medicamentos, el calzado, receptores de radio y televisión, neumáticos, trajes sastre, suéteres, insecticidas y crustáceos. El 32% de estas exportaciones tuvo como destino Costa Rica, al que le siguieron Guatemala (23% del total), Honduras (18%), El Salvador (15%) y Nicaragua (11%).

Los principales productos de exportación nacional de Panamá a Centroamérica son: depósitos; barriles y cajas de aluminio; quesos y requesón; leche y crema con edulcorantes; tintas para imprenta y para escribir; papel y cartón; huevos de ave frescos con cáscara; papel de prensa en bobinas sin impresión; medicamentos para venta al por menor; alcohol etílico sin desnaturalizar, y preparaciones alimenticias para animales.

Las importaciones de bienes de Panamá desde los países centroamericanos crecieron a un ritmo menor que las exportaciones (15,2% de 2002 a 2011), alcanzando la cifra de 976 millones de dólares en 2011. Este monto menor permite que Panamá venga manteniendo un balance comercial superavitario con los países centroamericanos desde 2006, año en que se incluyeron las estadísticas de la ZLC en la balanza. Sin embargo, si sólo se toma en cuenta los bienes nacionales panameños, el balance comercial de Panamá resulta negativo.

El principal proveedor de bienes a Panamá en Centroamérica es Costa Rica, lo que lo convierte en su principal socio comercial en esta región. El 61% del total de las compras de Panamá a Centroamérica en 2011 provienen de ese país, al que le siguen Guatemala (23%), El Salvador (11%), Honduras (3%) y Nicaragua (2%). Si bien de este último país se importó la menor cantidad de bienes, el dinamismo de sus importaciones fue el mayor de la región con una tasa de crecimiento promedio anual de 19%, de 2002 a 2011. Entre los principales productos provenientes de Nicaragua se encuentran los productos de panadería, pastelería y galletería; el alcohol etílico sin desnaturalizar; los granos de cereales; la carne bovina, y las mezclas bituminosas a base de asfalto.

De manera general, las importaciones de Panamá desde los países centroamericanos son primordialmente bienes de mediana tecnología (28% en 2011), manufacturas basadas en recursos naturales (26%), bienes de baja tecnología (20%) y bienes de alta tecnología (20%). Las importaciones de bienes primarios significan sólo el 4,5% de las compras de Panamá a Centroamérica. En estas importaciones también habría que destacar el papel desempeñado por la ZLC para la reexportación de los productos centroamericanos, ya que el 8% de lo importado por Panamá de Centroamérica tiene como

destino esta Zona. Es por ello que en las importaciones panameñas se encuentran productos como los medicamentos y los hilos y cables conductores, por ejemplo. Fuera de ellos, los principales productos de importación desde Centroamérica son preparaciones alimenticias, insecticidas, artículos de plástico para envasado, agua (incluida mineral y gaseada), cajas, sacos y bolsas de papel, aceites de petróleo, aceite de soya, así como cigarrillos.

2. Comercio de bienes Panamá-CARICOM

Durante los últimos 10 años (2002-2011), las exportaciones totales de Panamá a los países de la CARICOM, incluidas las de la ZLC, han crecido a una tasa promedio anual de 40% (superior a la observada en las ventas a Centroamérica), alcanzando un monto de 623 millones de dólares en 2011 (cerca de un tercio del monto de las ventas a Centroamérica). Las exportaciones más dinámicas fueron las dirigidas a Barbados y Suriname, con una tasa de crecimiento de 98% y 75%, respectivamente, en el mismo período. Este dinamismo en las exportaciones panameñas está nuevamente relacionado con la incorporación estadística de las reexportaciones de la ZLC en las estadísticas. Sin embargo, el peso de las reexportaciones de la ZLC en el total comercio con la CARICOM es inferior al observado en los países centroamericanos (52% de las exportaciones totales), lo cual destaca la relevancia de las exportaciones panameñas nacionales a esa región.

De manera general, los principales productos de exportación de Panamá a la CARICOM son medicamentos (24% del total), trajes de sastre para mujeres (6,4%), calzado (6%), trajes conjuntos para hombre (3,7%), camisas y blusas para mujeres (3,7%), suéteres (3%), calzado de caucho (2,6%), tejidos de hilados sintéticos (2%), camisones, pijamas (1,8%), y calzado de cuero (1,8%). Estos productos son similares a los exportados a los países centroamericanos, siendo la mayoría de ellos reexportaciones de la ZLC.

Un poco más de una cuarta parte de las exportaciones totales panameñas se dirigen a Trinidad y Tabago (27% en 2011), lo que lo convierte en su principal destino en la CARICOM. Jamaica y Haití también son destinos importantes para Panamá en la CARICOM; a ellos envía 20% y 19%, respectivamente. Pese a ello, en el caso de estos tres países, gran parte de las ventas son de la ZLC. En Trinidad y Tabago, 98% de éstas constituyen reexportaciones de la ZLC, y en el caso de Haití, este porcentaje llega casi al 100%.¹⁸ Los países de la CARICOM con el menor comercio con Panamá son Santa Lucía, Antigua y Barbuda, Granada, San Vicente y las Granadinas, Dominica y Saint Kitts y Nevis, países que, juntos, representan sólo el 3,8% de las exportaciones totales de Panamá a la CARICOM en 2011.

Si se toman en cuenta sólo las exportaciones nacionales panameñas a esta región, se observa que su principal socio comercial en 2011 es Suriname. A este país se envió el 42% de las ventas nacionales panameñas a la CARICOM, pero de casi un solo producto: cajas, sacos y bolsas de papel, cartón o guata (96,5% de las exportaciones nacionales totales). Jamaica y Trinidad y Tabago también son destinos importantes para sus exportaciones nacionales, en menor porcentaje (27% y 17% de las exportaciones nacionales, respectivamente), pero más diversificados.

Entre los principales productos de exportación nacional de Panamá a la CARICOM, además de las cajas y bolsas de cartón, se encuentran plomo bruto; pescado comestible congelado; carne de bovinos congelada; preparados y conservas de carne; follajes, hojas y ramas de plantas; harina y polvo de despojos de pescado y crustáceos; café; crustáceos comestibles; jugos de frutas con y sin adición de azúcar; alcohol etílico sin desnaturalizar; depósitos, barriles y tambores de acero, y carne bovina fresca o refrigerada.

¹⁸ Las visitas de haitianos a la ZLC es una de las más altas de la región. En 2011, éstas significaron el 2,6% del total de las visitas a la Zona.

Las importaciones desde la CARICOM crecieron a una tasa promedio de 1,7% de 2002 a 2011, tasa mucho menor a la observada en sus exportaciones y menor también a las importaciones panameñas desde Centroamérica (15%). El principal proveedor de bienes a Panamá en la CARICOM es Trinidad y Tabago, país del que provienen 38,8% de sus importaciones totales desde esa región. El segundo proveedor es Jamaica (37,3% de las compras totales). Juntos representan 76% del total de las compras panameñas a la CARICOM. Otros de sus principales proveedores son Belice (9,8%), Bahamas (9,7%) y Barbados (3,2%).

Los productos que adquiere Panamá de la CARICOM son primordialmente abonos minerales o químicos hidrogenados; aceites de petróleo; planos y dibujos originales hechos a mano; perfumes y aguas de tocador; alambazón y barras de hierro o acero sin alinear; preparaciones de belleza y maquillaje; agentes de superficie orgánico; corindón artificial; alcohol etílico sin naturalizar, y medicamentos.

3. Aranceles

La mayoría de los países centroamericanos y de la CARICOM ingresaron a la Organización Mundial de Comercio (OMC) en 1995, con excepción de Bahamas, que aún no es miembro de esta Organización. El ingreso a la OMC permitió que varios países redujeran sus tasas arancelarias de manera unilateral, sobre todo en los casos de los países centroamericanos. Los países de la CARICOM, si bien disminuyeron sus aranceles, sus niveles son mayores que los de los países centroamericanos, debido a la mayor protección de sus economías y a la incentivación de su mercado intrarregional.

En el cuadro 1 se observa el promedio de la tasa arancelaria de nación más favorecida de los países centroamericanos y de la CARICOM. Bahamas, país no miembro de la OMC y no miembro de la zona de libre comercio de la CARICOM, presenta los aranceles más elevados. En bienes agrícolas, este país aplica, en promedio simple, una tasa arancelaria del 110,8% sobre el valor del producto (ad valorem), mientras que en bienes no agrícolas ésta es del 73%. Haití es el país de la CARICOM que reporta los aranceles más bajos de los países estudiados, con una tasa a los bienes agrícolas y no agrícolas de 5,9% y 2,3%, respectivamente. Junto con Haití, los países centroamericanos aplican menores aranceles que los países de la CARICOM.

Los países centroamericanos y de la CARICOM gozan de un libre acceso en la mayoría de sus productos de exportación, a sus principales mercados: los Estados Unidos, la Unión Europea y sus mercados regionales;¹⁹ debido a esto, el comercio con dichos socios es mayor que el que tienen con terceros, en los que la tasa arancelaria aplicada es la de NMF. Por lo tanto, el costo de un bien exportado por Panamá a Trinidad y Tabago puede ser menos competitivo que el bien exportado por Jamaica al mismo país, si se considera no sólo el arancel, sino también los costos de transportación.

La existencia de un Acuerdo de Libre Comercio entre los países centroamericanos puede ayudar a incentivar los intercambios comerciales entre dichos países, respetando sus sectores sensibles. El Acuerdo de Alcance Parcial, por ejemplo, de Costa Rica con la CARICOM, disminuyó los aranceles entre Costa Rica y Barbados, Guyana y Trinidad y Tabago (países de la CARICOM en los que ha entrado en vigor el Tratado). Los aranceles cobrados por Costa Rica a Trinidad y Tabago, por ejemplo, se contrajeron de 8,8% en la tasa de nación más favorecida (NMF), a 2,4% en la tasa preferencial (véase el

¹⁹ Bajo el Mercado Común Centroamericano, los países centroamericanos han establecido una tasa arancelaria de 0% para todos sus productos originarios de Centroamérica, excepto de algunos productos sensibles como café, alcohol, azúcar, entre otros. Los países de la CARICOM también tienen un Arancel Común de 0% en la mayoría de sus productos.

anexo) e incrementaron las importaciones de Costa Rica desde Trinidad y Tabago en 86% de 2006 (año de entrada en vigencia del Tratado) a 2011. En el caso de los aranceles aplicados por Guyana a Costa Rica, éstos pasaron de una tasa promedio de 14% (NMF) a 0% (preferencial), incrementando también las importaciones de Guyana desde Costa Rica en un 88% de 2006 a 2011.

CUADRO 1
CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM: ARANCELES DE NACIÓN MÁS FAVORECIDA
APLICADOS A LAS IMPORTACIONES, CIRCA 2009

(En promedio simple)

País/año	Total	Agrícola	No agrícola
Haití (2009)	2,8	5,9	2,3
Costa Rica (2009)	5,4	11,7	4,5
Guatemala (2009)	5,6	9,9	4,9
Honduras (2009)	5,6	10,5	4,8
Nicaragua (2009)	5,6	11,0	4,8
El Salvador (2009)	5,9	12,3	4,9
Panamá (2009)	7,1	13,4	6,2
Jamaica (2009)	7,5	17,9	5,9
Trinidad y Tabago (2008)	7,5	18,1	5,9
San Kitts y Nevis (2009)	9,2	13,2	8,6
Antigua y Barbuda (2009)	9,8	14,7	9,0
Granada (2008)	10,2	16,9	9,2
Guyana (2008)	10,9	21,7	9,3
Belize (2009)	11,0	21,7	9,3
San Vicente y las Granadinas	12,0	16,0	10,5
Suriname (s/a)	18,2	19,8	16,5
Bahamas (2009)	35,8	23,2	37,7
Dominica (s/a)	58,7	112,2	50,0
Santa Lucía (s/a)	62,0	114,6	54,0
Barbados (s/a)	78,1	110,8	73,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de International Trade Center, Market Acces Map 2012.

s/a: Sin año.

B. COMERCIO DE SERVICIOS

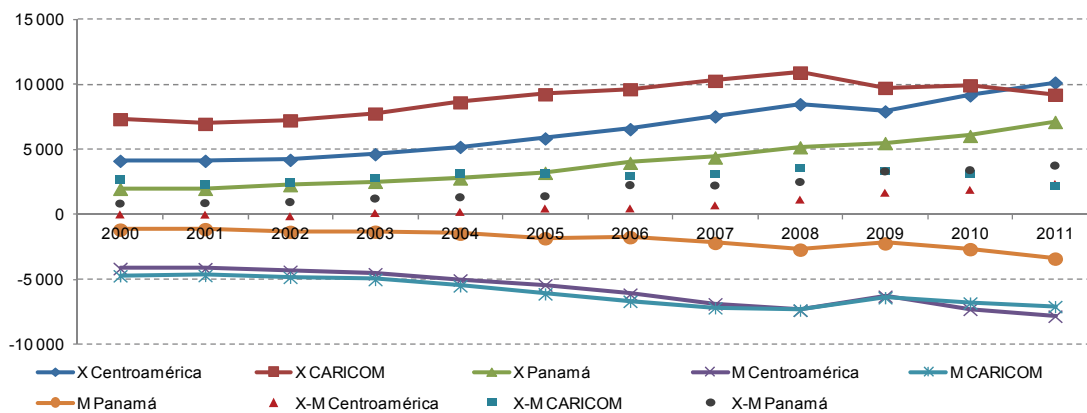
La comercialización de los servicios ha ido cobrando cada vez más importancia para los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá. En este último país, por ejemplo, las exportaciones de servicios representaron 23% de su PIB en 2011, mientras que para la CARICOM y Centroamérica su porcentaje respecto del PIB fue de 13,4% y 7,5%, respectivamente, en el mismo año.

Si bien Centroamérica se destaca por ser el mayor exportador en términos monetarios (10.180 millones de dólares en 2011, 30% más que lo exportado por Panamá y 10% más que los países de la

CARICOM), Panamá es el país con que ha mostrado mayor dinamismo en los últimos años. De 2000 a 2011, las exportaciones de servicios panameños registraron una tasa de crecimiento promedio anual del 12,3%, mientras que las exportaciones de servicios centroamericanas y las de la CARICOM lo hicieron a un ritmo de 8,5% y 2,1% en el mismo período (véase el gráfico 5).

GRÁFICO 5
CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: BALANCE COMERCIAL
DE SERVICIOS, 2000-2011

(Millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de la información de CEPALSTAT.

Notas: X/ Exportaciones, M/Importaciones, X-M/ Balance comercial de servicios.

El dinamismo de las exportaciones de servicios panameños gira alrededor del Canal de Panamá y los servicios conexos como la ZLC, el centro aéreo, el centro bancario y financiero, la marina mercante, los servicios legales, entre otros (Sabonge y Sánchez, 2009). Tan sólo el renglón de exportaciones de servicios de transporte representó el 55% del total de las exportaciones de servicios del país en 2011, sin contar los otros servicios aledaños. Los servicios de transporte han crecido a un ritmo anual promedio del 11,8%, de 2000 a 2011.

El Canal de Panamá es la actividad más importante del país y de ella dependen muchos de los demás servicios marítimos, aéreos y terrestres. De acuerdo con un análisis de la OMC en 2007, los servicios de uso del Canal aportaron 8,9% del PIB, sin contar los servicios complementarios como los servicios portuarios, aéreos, bancarios, etc. (Martínez y Cordero, 2009). De acuerdo con un estudio realizado por la Autoridad del Canal de Panamá y la CEPAL, se espera que la terminación de la ampliación del Canal de Panamá en 2014 tenga efectos muy positivos en la economía nacional y en la dinamización del comercio en la región. La ampliación del Canal permitirá el paso de todo tipo de barcos, incluyendo los pospanamax,²⁰ aumentando así el volumen del tráfico por el Canal y las interconexiones con los puertos del mundo, y mejorando la ventaja competitiva de Panamá para toda la variedad de actividades de transporte y logística, de servicios intermodales, de comercio, servicios marítimos y turismo, de transformación de carga, de servicios financieros, legales y de telecomunicaciones, entre otros (Sabonge y Sánchez, 2009).

²⁰ Término utilizado para denominar a buques de mayor tamaño que los panamax, cuyo tamaño era el máximo permitido para cruzar el Canal de Panamá.

Este mayor dinamismo del Canal de Panamá también ha incentivado mayores ingresos por concepto de turismo, ya sea por los negocios que se realizan al marco del Canal; por el turismo de compras que muchos centroamericanos, caribeños y sudamericanos realizan, o bien por el turismo médico que ha cobrado auge en los últimos años, entre otros tipos de turismo. De hecho, el renglón de servicios turísticos es el que más ha crecido en los últimos años a un ritmo promedio anual del 14%, desplazando a los otros servicios (financieros, *software*, jurídicos, entre otros) a un segundo plano. Los servicios de viajes significaron 27% de las exportaciones de servicios panameñas en 2011.

Para Centroamérica y la CARICOM, los viajes representan su actividad más importante en ventas de servicios, 49% y 71%, en 2011 y 2010, respectivamente. El turismo es un sector muy significativo para el ingreso, el empleo, el ahorro de divisa extranjera y el crecimiento en general de la región del Caribe.²¹ Si bien, esta región apenas recibe 2,1% del turismo mundial, es la zona más dependiente del mismo a nivel mundial (CARICOM Secretariat, 2010). Para Centroamérica, el turismo también se ha ido convirtiendo en una de sus actividades más importantes para sus economías nacionales.

Ambas regiones compiten, promoviendo casi el mismo tipo de turismo: playas-naturaleza y turismo médico,²² y atrayendo el mismo mercado: los Estados Unidos, el Canadá y Europa. Sin embargo, en el caso de Centroamérica el mercado intrarregional se ha convertido en un emisor importante de turistas regionales. En 2011, 41% del total de turistas recibidos en Centroamérica provino de la misma región (SITCA, 2012). En el caso de la CARICOM, el costo y la accesibilidad del transporte sigue siendo un obstáculo importante para la intensificación del turismo intrarregional, por lo que los Estados Unidos se mantienen como su mercado emisor más importante (57% en 2010). Otro aspecto relevante en Centroamérica que la ha diferenciado de los países de la CARICOM es su integración para la promoción de turismo en los países europeos, realizando un *marketing* de la región como un solo destino, y facilitando el cruce de turistas entre sus territorios.

Estas acciones en los países centroamericanos les han permitido enfrentar mejor la baja en el turismo por la crisis económica internacional de 2008, que a los países de la CARICOM. De acuerdo con cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), de 2005 a 2011, Centroamérica²³ registró una tasa de crecimiento anual de 4,7%, mientras que en el Caribe ésta fue de 1,7%. Sin embargo, en términos de cuota de mercado mundial, el Caribe mantiene una cuota mayor que la de Centroamérica (2,1% y 0,8%, respectivamente).

Si bien parecería que hay una fuerte competencia entre Centroamérica y la CARICOM en el sector turístico, también existen algunas oportunidades para ambas regiones. Por una parte, la experiencia de Centroamérica en la promoción de la región en conjunto puede servir a los países de la CARICOM e incluso podría haber un trabajo de promoción conjunta entre ambas regiones que permita obtener mejores resultados a menores costos. Por otra parte, ambas regiones también podrían negociar conjuntamente con las empresas aéreas y de cruceros más y mejores rutas, así como el establecimiento de ciertos servicios para un mejor aprovechamiento, sobre todo de los cruceros que suelen dejar pocos ingresos a los países visitantes. Otra oportunidad se vislumbra en la exportación de bienes de consumo necesarios para satisfacer la industria turística; en este caso, los países centroamericanos podrían satisfacer esta demanda en la CARICOM.

²¹ En los casos de Jamaica y Trinidad y Tabago, en 2009 y 2011 el turismo les generó 4% y 26% del PIB y 5% y 24% del empleo, respectivamente, de acuerdo con cifras del World Travel & Tourism Council.

²² Aunque en el caso de los países de la CARICOM, su enfoque va más hacia la atracción de turistas con mayor potencial económico, es decir, turismo de lujo.

²³ En esta ocasión incluye también a Belice y Panamá.

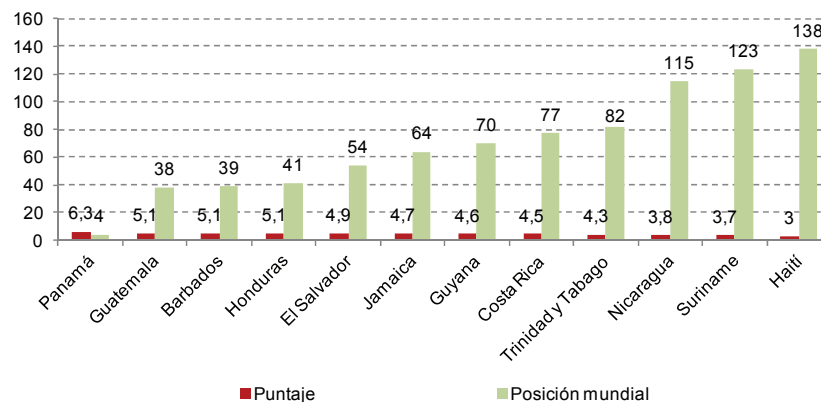
Otro de los principales sectores de servicios de la región es el financiero, en el cual Costa Rica, El Salvador Guatemala, Barbados, Guyana, Jamaica y Panamá son los principales exportadores de la región. Sin embargo, Panamá destaca como uno de los principales centros financieros. En 2010, la Banca Internacional en Panamá ²⁴ capturó depósitos por 1,1 billones de dólares provenientes de Bahamas, Antigua y Barbuda y Guyana. La Banca Extranjera Privada ²⁵ de Panamá también capturó depósitos por 266 millones de dólares provenientes de Bahamas, Trinidad y Tabago, entre otros (Henríquez, 2011). La banca centroamericana también ha tenido gran interés en instalarse en el Centro Bancario Internacional de Panamá. De acuerdo con la Asociación Bancaria de Panamá (ABP), este centro concentra 51% de los activos bancarios de Centroamérica y la República Dominicana (Martínez y Cordero, 2009).

En materia de disponibilidad de servicios financieros, el Global Competitiveness Report destaca a Panamá como el país más competitivo de la región, el cual se ubica en la primera posición de los países estudiados y en la cuarta posición a nivel internacional, después de Suiza, Sudáfrica y el Reino Unido. En este *ranking*, Guatemala sería el segundo país de la región con mayor disponibilidad de servicios financieros, seguido muy de cerca por Barbados y Honduras. Los países con la menor calificación son Suriname y Haití, este último localizado en la posición 138 de un total de 144 países analizados.

En este mismo reporte, Panamá también se destaca del resto de los países centroamericanos y la CARICOM por la accesibilidad de sus servicios financieros; su financiación a través del mercado local de acciones; su facilidad de acceso a préstamos; su disponibilidad de capital de riesgo; la solidez de sus bancos, y por el reglamento de su bolsa de valores. No obstante, en el grado legal de protección a prestatarios y prestamistas, Panamá todavía está calificado en una baja posición, después de Guatemala, Honduras, Jamaica, Trinidad y Tabago y El Salvador.

GRÁFICO 6
CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS FINANCIEROS
DE ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013

(Puntaje y posición dentro de los 144 países evaluados)



Fuente: Elaboración propia con datos de The Global Competitiveness Report, 2012-2013.

²⁴ Bancos con licencia bancaria internacional, los cuales sólo pueden hacer operaciones extranjeras, aun cuando sí pueden participar en el mercado interbancario nacional (Asociación Bancaria de Panamá, *website*).

²⁵ Estos son bancos con licencia general que les permite realizar operaciones locales y extranjeras (Asociación Bancaria de Panamá, *website*).

Dado el desempeño y expansión del CBI de Panamá, éste representa una oportunidad de inversión para el sector financiero de los países de Centroamérica y la CARICOM. Al mismo tiempo, la existencia de este centro facilita las transacciones en la zona logística y las inversiones productivas en el país.

C. EXPERIENCIAS Y OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN Y COMERCIO

1. Inversiones

Costa Rica es el mayor inversionista regional en Panamá. En 2010 este país fue el origen del 1,7% de la inversión extranjera directa (IED) total recibida por Panamá y del 12% de la IED proveniente de los países centroamericanos y del Caribe (véase el cuadro 2). La mayoría de estas inversiones se han producido en el sector financiero, como se observa más adelante en el cuadro 4, aunque también en otros sectores como el de pinturas y lácteos. Las inversiones del resto de los países centroamericanos son también significativas y muestran la mayor integración que estos países han alcanzado. Las inversiones abarcan una gran variedad de actividades, como los servicios aéreos, financieros, telecomunicaciones, consultoría, construcciones, entre otros. El patrón que han seguido es primordialmente el de los servicios, en el que Panamá tiene mayor competitividad y en la que existe todo un sistema, del cual todos han sabido formar parte.

CUADRO 2
PANAMÁ: RECEPCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA
DE CENTROAMÉRICA Y LA CARICOM, POR PAÍS, 2008-2010

(Miles de dólares)

País	2008	2009	2010
Bahamas, Belice, Haití, Islas Caimán, Islas Vírgenes, República Dominicana y Trinidad y Tabago ^a	165 666	-336 203	209 380
Costa Rica	25 966	10 742	39 808
El Salvador	83 887	-19 263	22 257
Nicaragua	204 229	133 863	21 983
Guatemala	23 698	-28 788	17 825
Jamaica	26 830	-28 435	2 140
Honduras	3 203	-515	2 116

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la Contraloría de la República de Panamá.

^a Debido a que estos países no registran más de dos empresas de inversión directa, la Contraloría General de la República de Panamá los ha agrupado a efectos de proteger la confidencialidad de las empresas.

En la CARICOM, el mayor inversionista en Panamá, de acuerdo con los datos disponibles, es Jamaica, cuyo monto invertido en 2010 fue de 2.140.000 dólares, equivalente al 0,6% de la IED recibida del Caribe y Centroamérica. El resto de la IED de la CARICOM no se puede identificar, ya que al pertenecer sólo a una o dos empresas por país, la Contraloría de la República de Panamá la agrupa en un gran rubro a fin de proteger la confidencialidad de dichas empresas. En este caso se encuentran las inversiones de Bahamas, Belice, Haití y Trinidad y Tabago, que junto con las Islas Caimán, Islas Vírgenes y la República Dominicana, representaron el 64% de la IED del Caribe y Centroamérica en 2010. Algunas de estas inversiones han sido, al igual que en el caso de Centroamérica, primordialmente en el sector servicios como telecomunicaciones, servicios financieros y otros servicios (véase el cuadro 3).

CUADRO 3
PANAMÁ: RECEPCIÓN DE INVERSIONES DE CENTROAMÉRICA
Y LA CARICOM, 2010-2011

País	Empresa	Sector
Bahamas	IFH Peru LTD	Actividades inmobiliarias
Barbados	Colombus Networks	Telecomunicaciones
Barbados	SAGICOR Panamá	Servicios financieros
Barbados	Smartmatic	Software/Servicios TIC
Belice	Barents RE International Reinsurance	Agentes, corredores
Costa Rica	Pinturas Sur de Panamá	Pinturas
Costa Rica	Durman	Materiales de construcción
Costa Rica	BICSA	Servicios financieros
Costa Rica	Banco Internacional de Costa Rica	Servicios financieros
Costa Rica	BCT Bank International	Servicios financieros
Costa Rica	Dos Pinos	Lácteos
El Salvador	Grupo TACA	Aerolínea
El Salvador	Albacrome	Impresión
El Salvador	Guapinol	Restaurante
El Salvador	St. Jack's	Textil
El Salvador	Grupo Roble	Bienes raíces
El Salvador	Sertracen	Servicios
Guatemala	ARISTA	Servicios de oficinas
Guatemala	Bearcom	Productos de comunicación
Guatemala	Unipharm Panamá	Farmacéutica
Guatemala	TECUN Panamá	Equipo pesado
Jamaica	Digicel	Telefonía
Nicaragua	CABAL	Consultoría e inversiones
Nicaragua	Pellas Development Group	Servicios
Nicaragua	Grupo Pellas	Telecomunicaciones
Trinidad y Tabago	Executive Bodyguard Services	Seguridad

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la información de Proinvex Panamá.

Los inversionistas panameños consideran a Centroamérica como su mercado natural, mientras que existe desconocimiento de los países de la CARICOM, aunque se ha vislumbrado en los últimos años como un mercado alternativo al centroamericano (entrevista con Irma V. Chong, Directora Nacional de Promoción a las Exportaciones y con empresarios del Consejo Nacional de la Empresa Privada, CONEP, en Panamá).

Entre las inversiones de Panamá a los países centroamericanos se encuentran la inversión de la empresa panameña La Casa de las Baterías en Costa Rica, El Salvador y Guatemala; dicha empresa opera tanto en el sector del comercio, la industria y construcción, como en los servicios financieros. Otras de las inversiones de Panamá se han realizado en Honduras por conducto del CBI de Panamá, atendiendo con

préstamos varios sectores productivos del país. En El Salvador han invertido empresas como el Grupo Banitsmo (servicios financieros), Tecnasa (soluciones de alta tecnología) y Steel Holding America (manufactura). En Costa Rica, Panamá ha realizado inversiones en el sector financiero por medio del Banco General S. A., el Grupo Mundial Tenedora y el Banco Continental, así como también en otros servicios a través de la empresa Thunderbid Resorts, Inc. y la empresa Petróleos Delta de Panamá, la cual adquirió todas las estaciones gasolineras que la empresa Shell tenía en Costa Rica (Diario de Fusiones y Adquisiciones, marzo de 2011 <www.diariodefusiones.com>).

La expansión económica actual de Panamá, cuya tasa de crecimiento del PIB ha sido la mayor registrada en los últimos años en América Latina y el Caribe (en 2012 se prevé que fue de 10,5%),²⁶ junto con los múltiples planes de inversión en los servicios logísticos, vislumbran mayores inversiones en el país. Los países centroamericanos y de la CARICOM podrían ser más partícipes de estas inversiones, haciendo uso de los diferentes programas de incentivos a la inversión con que cuenta Panamá, así como firmando tratados bilaterales de inversión, con objeto de potenciar las inversiones entre ambas regiones. Las mayores inversiones también pueden ayudar a dinamizar más el comercio entre Centroamérica y la CARICOM.

La política de atracción de inversiones de Panamá está centrada en cuatro sectores estratégicos: logística, agroindustria, turismo y servicios financieros. En logística se busca atraer inversiones en la comercialización y almacenaje de productos agroindustriales. Asimismo, se promocionan las áreas económicas especiales que cuentan con leyes especiales de incentivos: Área Económica Especial Panamá Pacífico, la Ciudad del Saber, zonas procesadoras y la Zona Libre de Colón.

Las empresas de la CARICOM han invertido fundamentalmente en los servicios en la región centroamericana, como lo destaca un estudio elaborado por la CEPAL y la OEA en 2012 sobre las relaciones CARICOM-Centroamérica y la República Dominicana (Beteta y Martínez, coords., 2012). Por ejemplo, el grupo Almo International Corporation, con sede en las Bahamas, tiene alianzas estratégicas con la empresa Sistemas de Logística Avanzada de Honduras para ofrecer servicios de transporte.

El Royal Bank of Trinidad y Tabago (RBTT), de capital canadiense y londinense, ha comenzado un proceso de expansión fuera del mercado de habla inglesa y holandesa al establecer en 2005 su primera oficina en Costa Rica. La estrategia del RBTT es fortalecer la identidad de su marca en los mercados de Guatemala, Honduras, El Salvador y Panamá. En Costa Rica, el RBTT ha financiado dos proyectos eléctricos de alto nivel (Beteta y Martínez, coords., 2012).

Otro ejemplo es la empresa Goddard Enterprises, de Barbados, la cual ha incursionado en Guatemala, El Salvador y Honduras para ofrecer servicios de abastecimiento alimenticio. La empresa se ha enfocado al servicio de abastecimiento alimenticio a aerolíneas y a otras grandes empresas multinacionales. En Guatemala, Goddard entró hace más de 30 años, en El Salvador hace más de 16 años y en Honduras lo hizo en 2010. La capacitación del personal hondureño estuvo a cargo del personal salvadoreño, lo que muestra los beneficios de expansión en Centroamérica (Beteta y Martínez, coords., 2012).

También la compañía ANSA McAL Limited, uno de los mayores conglomerados en Trinidad y Tabago, ha comenzado a tomar medidas para ampliar su negocio a Centroamérica. Grupo TACA, empresa salvadoreña y colombiana, ha establecido su sede en las Bahamas, desde la cual ha realizado operaciones en Panamá y El Salvador mediante las empresas Aerolíneas Pacífico Atlántico y Grupo TACA Holdings, respectivamente, en el transporte aéreo no regular y regular (Beteta y Martínez, coords., 2012).

²⁶ De acuerdo con el Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2012, de la CEPAL.

Finalmente, otro caso de éxito en inversión es el Grupo Bermúdez, empresa de Trinidad y Tabago dedicada a los alimentos. En 2010 esta empresa determinó invertir en Costa Rica para contrarrestar los riesgos de abastecimiento de plátano y construyó una planta para fabricar hojuelas de plátano en el país, para posteriormente ser reexportadas al Caribe. Alimentos Bermúdez de Costa Rica estableció alianzas con 40 pequeños y medianos productores de plátano de Sarapico, hasta alcanzar 150 hectáreas de cultivo (Beteta y Martínez, coords., 2012).

2. Acercamientos comerciales

Existen varias empresas en la región que han expandido sus relaciones comerciales a los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá. Una de las empresas panameñas que ya exportan con éxito en los países del Caribe son Productos de Lux, S. A. (Proluxsa), compañía fundada en 1964, especialista en la venta de salsas, condimentos, jugos, vinagre, vainilla y frijoles enlatados (Rafael Berrocal, La Prensa.com, octubre de 2005).

Conservas Panameñas Selectas, S. A., a través de su marca Del Prado, incursionó en 2006 al Caribe, con sus jugos y néctares. Primero comenzó con Curazao, Aruba y San Andrés en Colombia, y ante el potencial y el buen desempeño obtenido, optó por seguir ampliando la lista de países en el Caribe, como Granada, Cuba, Bonaire, Trinidad y Tabago y San Martín. La empresa proyecta un crecimiento en este mercado. En estos países sus ventas han crecido cerca de un 40% por encima del año 2009, lo cual anotan como un logro, debido a que tienen que competir con otras marcas foráneas. El 80% de las ventas Del Prado tiene como destino el mercado nacional y el 20% restante, el mercado de exportación (Minerva Bethancourth, La Prensa, diciembre de 2010).

Del Monte Panamerican, con casa matriz ubicada en Panamá, también ha expandido sus exportaciones de Centroamérica al Caribe, hacia mercados como Aruba y Curazao. Anteriormente atendía también Trinidad y Tabago, pero dados los altos aranceles de importación, los elevados costos en el transporte marítimo, junto con los tiempos del mismo, y la diferencia en los gustos de los consumidores, la empresa optó por salir del mercado. Del Monte Panamerican se dedica principalmente a la producción y distribución de productos alimenticios, abarcando el área de Centroamérica y el Caribe (entrevista realizada al señor Juan Diego Obaldía, Director Comercial de Del Monte Panamerican, 5 de octubre de 2012).

Otras de las empresas que han exportado a Trinidad y Tabago, y que a pesar de los altos aranceles a la importación han podido expandirse, son Carnes de Coclé y Conservas Panameñas Selectas, S. A.; la primera ha exportado unas 40 toneladas de carne bovina a Trinidad y Tabago en 2011. En 2010 casi no se exportó, pero en 2009 se colocaron 130 toneladas de acuerdo con la Asociación Nacional de Ganaderos (Mary Triny Zea, Prensa.com, abril de 2011). Si se toma en cuenta lo observado en las exportaciones nacionales de Panamá a la CARICOM, en el capítulo II de este documento, estos productos tienen gran potencial de crecimiento en ese mercado. La segunda empresa forma parte de la embotelladora Coca Cola Femsa, que desde 2007 está exportando a varias islas del Caribe como Granada, Trinidad y Tabago, San Martín, Anguilla y la República Dominicana (Minerva Bethancourth, El Siglo.com, septiembre de 2011).

Proinvex, la agencia de promoción de exportaciones de Panamá, ha llevado a cabo ferias en el Caribe y Centroamérica. En junio de 2011, Proinvex participó en una feria en Trinidad y Tabago, en la que asistieron empresas como: H. Tzanetatos (empresa de quesos, mayonesa, mantequilla y jugo de frutas); Productos Kiener (empresa de embutidos); Raw-Mat (jugos de frutas); Rocmar, Samuray Mar y TWT (empresas de pescados); Agroexportadores de Azuero (frutas); carnes Coclé, entre otras (Portal MICI, junio de 2011). Proinvex espera realizar otras ferias en ambas regiones durante 2013.

Panamá considera a Centroamérica su zona natural de expansión comercial y de inversiones, como también de competencia, mientras que el Caribe significa un nuevo mercado de exploración y potencial. En el Caribe, Proinvex se enfoca tanto a algunos países de la CARICOM como también a otros de gran interés comercial, como Aruba, Curazao y Guadalupe. Los únicos países de la CARICOM incluidos en estas ferias son Jamaica y Trinidad y Tabago (Portal MICI, junio de 2011). El resto de los países de la CARICOM aún siguen siendo desconocidos para algunos empresarios, inversionistas y funcionarios de gobierno, por lo que la promoción y mayor conocimiento de los mismos es importante para poder estrechar más los lazos comerciales. Si bien se reconoce el potencial del Caribe y se sabe de su característica de ser importadores netos de bienes de consumo, se desconoce la diferenciación que existe entre los países que pertenecen y no pertenecen al bloque regional CARICOM. A la fecha solamente existe un tratado de inversión entre Belice y El Salvador.

3. Oportunidades comerciales

En materia comercial, Panamá podría promover la expansión de sus exportaciones nacionales como cajas y sacos de cartón; follajes, hojas y demás partes de plantas; carne de bovino congelada; harina, *pellets* y despojos de carne de pescado y crustáceos; plomo en bruto; café; pescado comestible congelado; depósitos, barriles, latas, botes de hierro o acero; filetes y demás carne de pescado; preparados y conservas de carne; jugos de frutas; etc. Panamá exportó a los países de la CARICOM 42 diferentes tipos de productos nacionales (a cuatro dígitos del Sistema Arancelario), que podría seguir fortaleciendo.

En cuanto a la exportación de cajas y sacos de cartón, por ejemplo, se observa en el cuadro 4 un aumento en la demanda en países como Dominica, Guayana, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Suriname y Trinidad y Tabago. Los países centroamericanos podrían aprovechar más este aumento de la demanda, como ya lo han hecho Guatemala y Costa Rica consolidándose como unos de sus principales proveedores. En 2011 Panamá exportó este producto sólo a Suriname y Trinidad y Tabago.

La exportación de follajes, hojas, ramas y demás partes de plantas que exporta Panamá, fundamentalmente a Jamaica, también podría expandirse a otros países de la CARICOM como Saint Kitts y Nevis, cuya demanda entre 2007 y 2011 ha aumentado fuertemente, o bien a otros mercados como Trinidad y Tabago, Bahamas o Antigua y Barbuda (véase el cuadro 5).

De la misma manera se han puesto otros ejemplos para los casos de carne de bovinos, donde Panamá aparece como segundo proveedor en el mercado de Bahamas (véase el cuadro 6); la harina, polvo y despojos de pescado, cuyo principal proveedor son los Estados Unidos (véase el cuadro 7); el café tostado, del que Guatemala y El Salvador son los principales proveedores de Belice y podrían expandirse al resto de los países de la CARICOM como exportadores directos (véase el cuadro 8); o bien, los jugos de frutas, con los que los países centroamericanos ya han ido entrando en Belice, Dominica, Guyana y Haití, pero que se podría aprovechar aún más la demanda también de San Vicente y las Granadinas y Saint Kitts y Nevis (véase el cuadro 9).

Los países de la CARICOM también podrían aprovechar más el dinamismo importador de los países centroamericanos (incluyendo Panamá) para exportar otros productos, además del petróleo y sus derivados. Entre algunos de los productos con mayor crecimiento en las exportaciones de la CARICOM y mayor demanda en el mercado centroamericano, entre 2005 y 2009, se encuentran las hortalizas, el papel y cartón, los hilados de fibras sintéticas, el té, las frutas y frutos comestibles, el alimento para mascotas, entre otros.

Como se aprecia en el cuadro 10, las hortalizas es un producto que ha aumentado su demanda en países como El Salvador, Guatemala y Panamá de 2007 a 2011. Países como Belice, Trinidad y Tabago, Suriname, Jamaica o Guyana podrían aprovechar este aumento en la demanda en Centroamérica.

Lo mismo sucede en los casos del papel (véase el cuadro 11), en donde Trinidad y Tabago ya se ubica como uno de los principales proveedores de Guatemala, con una cuota de mercado del 24% en ese país. Jamaica y Suriname también podrían aprovechar esta mayor demanda no sólo en Guatemala, sino también en Panamá, el cual ha expandido el volumen de sus importaciones de papel en un 32% de 2007 a 2011.

CUADRO 4
CARICOM: IMPORTACIÓN DE CAJAS, SACOS, BOLSAS DE PAPEL, CARTÓN, GUATA,
EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Antigua y Barbuda	376	2 055	0	10,3	EU (63%)	Costa Rica (16%)	Chile (10%)
Bahamas	10 182	5 457	-14	40,9	EU (94%)	Costa Rica (3%)	Rep. Dominicana (1%)
Barbados	1 094	2 368	-13	15,0	EU (35%)	Costa Rica (20%)	Canadá (17%)
Belize	5 510	1 166	-18	11,3	Honduras (35%)	El Salvador (28%)	Rusia (17%)
Dominica	576	1 136	18	8,5	EU (33%)	Reino Unido (31%)	China (18%)
Granada	61	2 033	-15	10,6	EU (61%)	Colombia (28%)	China (12%)
Guyana	1 284	2 578	12	10,5	EU (53%)	Países Bajos (21%)	Colombia (8,2%)
Haití	2 617	2 117		6,5	Chile (28%)	Guatemala (27%)	EU (26%)
Jamaica	12 280	2 092	-19	8,8	EU (31%)	El Salvador (16%)	Costa Rica (15%)
Montserrat	6	6		...	EU (100%)		
San Vicente y las Granadinas	621	2 433	17	10,9	Rusia (69%)	EU (22%)	Italia (8,4%)
San Kitts y Nevis	343	1 368		10,6	EU (92%)	Costa Rica (7%)	Canadá (1%)
Santa Lucía	357	2 318	63	10,6	EU (85%)	China (6%)	Colombia (5%)
Suriname	7 043	1 201	16	11,7	Panamá (72%)	EU (9%)	Países Bajos (7,2%)
Trinidad y Tabago	9 696	2 233	16	7,4	EU (25%)	Costa Rica (25%)	Guatemala (21%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 5
CARICOM: IMPORTACIÓN DE FOLLAJES, HOJAS, RAMAS Y DEMÁS PARTES DE PLANTAS,
SIN FLORES NI CAPULLOS, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011

Pais	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Antigua y Barbuda	31	3 100	11	37,9	EU (74%)	Canadá (26%)	
Bahamas	338	5 365	-15	35,0	EU (91%)	Canadá (9%)	
Barbados	82	3 154	-7	37,5	Canadá (82%)	EU (11%)	China (7%)
Jamaica	37	3 364	12	37,4	EU (78%)	Canadá (14%)	Colombia (8%)
San Kitts y Nevis	82	3 417	174	37,7	EU (100%)		
Santa Lucía	15	2 143	EU (87%)	Taipéi Chino (13%)	
Suriname	3			36,8	Países Bajos (100%)		
Trinidad y Tabago	80	2 963	12	37,8	Colombia (80%)	EU (19%)	Costa Rica (1,3%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

**CUADRO 6
CARICOM: IMPORTACIÓN DE CARNE DE BOVINOS, CONGELADA, EXPORTADA POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011**

Pais	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentaje)
Antigua y Barbuda	644	5 367	0	28,4	EU (99%)	Australia (1%)	
Bahamas	10 766	4 701	-8	0,0	EU (96%)	Panamá (2%)	Nigeria (1%)
Barbados	7 715	4 642	8	28,4	Nueva Zelanda (37%)	EU (36%)	Uruguay (24%)
Belice	13	13 000	-37	38,1	Reino Unido (54%)	EU (31%)	Ucrania (15%)
Dominica	153	2 638	-20	4,2	EU (95%)	Australia (5%)	
Granada	250	4 310	0	28,7	Panamá (70%)	EU (30%)	
Guyana	8	2 667	-4	38,0	EU (100%)		
Haití	2 510	5 409	14	5,0	Italia (46%)	China (25%)	EU (19%)
Jamaica	15 975	3 913	6	37,6	EU (62%)	Costa Rica (25%)	Nueva Zelanda (5%)
San Vicente y las Granadinas	136	8 500	-7	4,8	EU (100%)		
San Kitts y Nevis	364	5 056	7	4,7	EU (97%)	Ucrania (3%)	
Santa Lucía	2 086	4 438	33	0,0	EU (69%)	Nueva Zelanda (25%)	Australia (6%)
Suriname	599	3 890	27	18,9	EU (100%)		
Trinidad y Tabago	17 967	4 161	16	14,2	Nueva Zelanda (29%)	EU (24%)	Uruguay (23%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 7
CARICOM: IMPORTACIÓN DE HARINA, POLVO, PELLETS DE CARNE, DESPOJOS DE PESCADO O CRUSTÁCEOS,
EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011

Pais	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Bahamas	122	3 935	51	45	EU (100%)		
Barbados	29	1 160		0	EU (100%)		
San Vicente y las Granadinas	3	3 000		...	Países Bajos (100%)		
Suriname	159	1 747	-1	0	EU (84%)	Tailandia (16%)	
Trinidad y Tabago	40	1 250		0	EU (88%)	Eslavaquia (12%)	

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 8
CARICOM: IMPORTACIÓN DE CAFÉ, INCLUIDO TOSTADO O DESCAFEINADO, EXPORTADO POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011

Pais	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Antigua y Barbuda	25	12 500		4,8	Italia (40%)	EU (24%)	Bélgica (20%)
Bahamas	3 053	6 218	9	0	EU (99%)	Jamaica (1%)	Trinidad y Tabago
Barbados	312	8 211	8	24,7	EU (60%)	Italia (37%)	Países Bajos (3%)
Belice	2 293	7 773	118	27,8	EU (97%)	Guatemala (2%)	El Salvador
Dominica	511	4 821		71	Kenia (86%)	Uganda (10%)	Francia (4%)
Granada	32	8 000		28,9	EU (63%)	Italia (25%)	Reino Unido (9%)
Guyana	249	7 545	96	28,7	EU (100%)		
Haití	35	3 889		12,3	Rep. de Corea (97%)	Francia (3%)	
Jamaica	2 610	6 397	-10	27,1	México (85%)	EU (15%)	
San Kitts y Nevis	42	14 000	-21	18,6	EU (62%)	Italia (36%)	Ucrania (2%)
San Vicente y las Granadinas	4	4 000		24,8	EU (75%)	Canadá (25%)	
Santa Lucía	132	16 500	-2	17,8	Italia (47%)	EU (35%)	Francia (18%)
Suriname	586	7 813	25	37,8	Países Bajos (54%)	Bélgica (15%)	EU (14%)
Trinidad y Tabago	844	3 431	27	25,8	Brasil (65%)	Italia (17%)	EU (12%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 9
CARICOM: IMPORTACIÓN DE JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS CON ADICIÓN DE AZÚCAR
O EDULCORANTE, EXPORTADOS POR PANAMÁ AL CARIBE, 2011

Pais	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Antigua y Barbuda	834	1 092	0	15,3	EU (90%)	Malasia (4%)	Canadá (2%)
Bahamas	19 130	4 929	-27	8,1	EU (98%)	México (1%)	Canadá (0.3%)
Barbados	2 533	1 304	3	23,2	EU (43%)	Sudáfrica (20%)	Nueva Zelanda (15%)
Belice	931	958	9	21,3	EU (31%)	Costa Rica (22%)	Honduras (20%)
Dominica	104	929		82,7	EU (57%)	Panamá (29%)	Reino Unido (14%)
Granada	247	965	-11	21,5	EU (60%)	Sudáfrica (35%)	España (5%)
Guyana	2 099	1 501	17	21,1	EU (91%)	Guatemala (3%)	Panamá (2%)
Haití	4 439	1 013	17	11,8	EU (61%)	El Salvador (12%)	México (12%)
Jamaica	7 983	1 335	-8	21,1	EU (60%)	Tailandia (13%)	Costa Rica (6%)
Montserrat	64	1 185	4	...	EU (100%)		
San Kitts y Nevis	358	1 178	28	23,8	EU (77%)	Chipre (13%)	Canadá (6%)
San Vicente y las Granadinas	129	1 252	89	17,1	EU (73%)	Reino Unido (16%)	Sudáfrica (5%)
Santa Lucía	1 552	1 170	13	19,1	EU (88%)	Canadá (6%)	Francia (5%)
Suriname	2 014	1 167	-1	16,1	Países Bajos (26%)	Brasil (21%)	México (20%)
Trinidad y Tabago	8 473	1 156	13	20,0	EU (63%)	Alemania (12%)	Sudáfrica (7%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 10
CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES)
DE VAINAS SECAS DESVAINADAS, EXPORTADAS POR LA CARICOM, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
El Salvador	48.128	1.139	95	15,6	Honduras (39%)	Nicaragua (23%)	Etiopía (21%)
Costa Rica	36.630	914	-3	16,4	China (52%)	Honduras (24%)	Nicaragua (12%)
Guatemala	22.776	746	25	14,7	China (50%)	Estados Unidos (31%)	Brasil (7%)
Panamá	12.634	981	6	6,4	Canadá (56%)	Argentina (16%)	Estados Unidos (14%)
Honduras	6.949	1.121	-12	12,7	Argentina (38%)	Etiopía (30%)	Nicaragua (11%)
Nicaragua	2.133	634	-12	19,7	China (43%)	Etiopía (24%)	Canadá (18%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 11
CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE PAPEL DEL TIPO UTILIZADO PARA PAPEL HIGIÉNICO,
TOALLITAS PARA DESMAQUILLAJE, EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasa crecimiento cantidad 2007-2011	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Costa Rica	23.188	1.335	-3	9	El Salvador (97%)	Colombia (1%)	Estados Unidos (1%)
Guatemala	8.273	1.443	23	10	Estados Unidos (26%)	Trinidad y Tabago (24%)	México (18%)
El Salvador	3.444	1.087	-37	10	Estados Unidos (80%)	México (8%)	Perú (4%)
Panamá	1.939	1.555	32	7,5	Colombia (81%)	China (6%)	Rep. de Corea (4%)
Honduras	133	2.046	9	10	Estados Unidos (48%)	China (37%)	México (13%)
Nicaragua	2	-	-	10	Estados Unidos (100%)		

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 12
CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE HILADOS DE FIBRAS SINTÉTICAS,
EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Guatemala	68.526	3.938	11	2,1	Estados Unidos (25%)	El Salvador (20%)	China (7%)
El Salvador	67.412	3.159	13	2,1	Estados Unidos (65%)	México (10%)	Taipei Chino (4%)
Costa Rica	13.408	5.215	15	2,1	Estados Unidos (56%)	El Salvador (11%)	Honduras (7%)
Panamá	1.723	5.334	20	0,9	China (50%)	Pakistán (18%)	Taipei Chino (12%)
Honduras	718	2.907	-4	3,4	Guatemala (33%)	Taipei Chino (32%)	Rep. de Corea (10%)
Nicaragua	106	3.212	-12	2,2	El Salvador (45%)	Costa Rica (19%)	India (12%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 13
CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE TÉ INCLUSO AROMATIZADO,
EXPORTADO POR LA CARICOM, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Panamá	2.620	7.258	8	14,3	China (38,5%)	Estados Unidos (17%)	Chile (16%)
Costa Rica	1.252	4.288	-2	14,0	Estados Unidos (18%)	Reino Unido (17%)	Chile (15%)
Guatemala	1.031	2.988	-31	15,0	Chile (57%)	Estados Unidos (33%)	Colombia (5%)
Honduras	367	478	24	15,0	Estados Unidos (70%)	Costa Rica (11%)	Chile (7%)
El Salvador	282	5.036	-15	15,0	Estados Unidos (26%)	México (22%)	Chile (20%)
Nicaragua	84	6.462	-24	15,0	Estados Unidos (63%)	Costa Rica (21%)	Chile (4%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

CUADRO 14
CENTROAMÉRICA (INCLUYENDO A PANAMÁ): IMPORTACIÓN DE FRUTAS U OTROS FRUTOS
Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, EXPORTADOS POR LA CARICOM, 2011

País	Valor (Miles)	Valor unitario (Dólares/ tonelada)	Tasas de crecimiento (2007-2011)	Arancel (Ad valorem)	Mercado proveedor 1 (Porcentajes)	Mercado proveedor 2 (Porcentajes)	Mercado proveedor 3 (Porcentajes)
Costa Rica	26.191	3.124	10	13,5	Estados Unidos (61%)	España (11%)	Chile (8%)
Guatemala	22.818	2.222	23	14,4	El Salvador (58%)	Estados Unidos (21%)	Chile (8%)
Panamá	13.170	2.154	0	7,9	Estados Unidos (56%)	China (8%)	Guatemala (6%)
El Salvador	7.629	1.831	65	14,3	Estados Unidos (38%)	Chile (21%)	México (19%)
Honduras	4.898	1.901	-2	13,9	Estados Unidos (63%)	Guatemala (11%)	El Salvador 6%
Nicaragua	2.719	2.965	1	14,0	Estados Unidos (43%)	Honduras (25%)	Costa Rica (19%)

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

III. LOGÍSTICA Y SERVICIOS DE TRANSPORTE

El transporte y en general los servicios logísticos son elementos *sine qua non* para la dinámica y desarrollo del comercio de bienes. Los medios de transportación internacional son predominantemente aéreo, marítimo y terrestre. El transporte aéreo se utiliza básicamente cuando se trata de productos con alto valor comercial y cuya transportación es más delicada, como los instrumentos médicos, los aparatos tecnológicos, etc.; o bien cuando los productos son altamente perecederos o con fecha determinada para su arribo. El transporte terrestre se utiliza primordialmente entre los países geográficamente próximos o bien como transporte complementario al aéreo y marítimo, por su versatilidad en la movilidad de cualquier tipo de mercancía. El transporte marítimo se usa fundamentalmente como medio de transporte de bienes de alto volumen y peso, cuya transportación generalmente no es de alto valor y no requiere una atención altamente especial. Este tipo de transporte es el más utilizado a nivel mundial.

El mayor comercio de Panamá con los países centroamericanos en términos de peso se da a través del transporte terrestre, debido a las propias características geográficas entre éstos y a la conveniencia de un servicio “puerta a puerta”. Se espera que con los nuevos acuerdos aduanales entre Panamá y Costa Rica, así como la entrada de Panamá al Mercado Común Centroamericano (MCCA), en enero de 2013, se incremente este tipo de servicio. En 2011, 64,5% de los bienes importados y 62% de los reexportados, por peso, por la Zona Libre de Colón (ZLC) a Centroamérica fue vía terrestre. En términos de valor, la transportación aérea ha sido el principal medio de transporte de 2006 a 2010 de y hacia la ZLC por parte de los países centroamericanos. El transporte marítimo trasladó, por peso, 49,2% y 36% de las exportaciones y las importaciones centroamericanas a la ZLC, respectivamente.

Los países centroamericanos han puesto atención en el desarrollo de este último tipo de transporte, sobre todo del tipo cabotaje, como medio de transportación alternativo y complementario al transporte terrestre. La propuesta se basa en la experiencia de la Unión Europea, por conducto de la cual se ha logrado reducir costos e incrementar el volumen de carga. Centroamérica cuenta con un corredor natural de 1.685 kilómetros de longitud entre la frontera de México y Guatemala y el Canal de Panamá, bordeado por las costas de dos océanos que conectan a la mayor parte de los mercados internacionales. La propuesta es crear a lo largo de las costas un transporte multimodal que promueva el comercio intra y extrarregional a través de servicios de *feeders*²⁷ o puertos alimentadores/concentradores y puestos “hub” o centrales en la región (por ejemplo, en México o Panamá). Este proyecto se encuentra en fase de análisis y estudios de factibilidad en el marco del Proyecto Mesoamérica ejecutado por la Autoridad Marítima de Panamá.

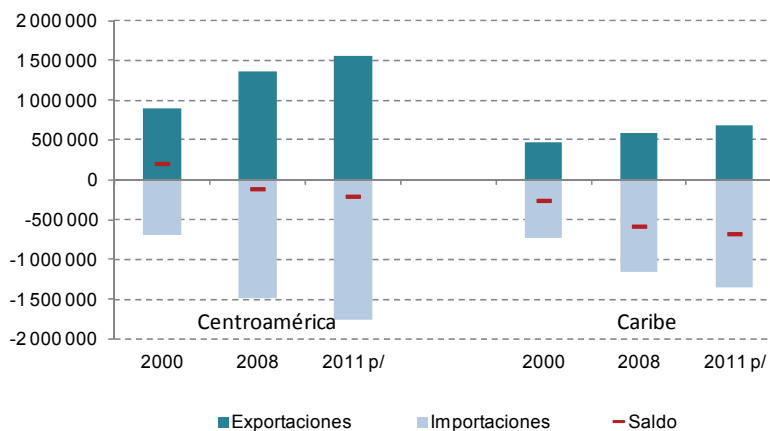
En el caso de los países de la CARICOM, debido a su característica principal de territorios isleños (con la excepción de Belice, Guyana y Suriname), el transporte es esencialmente vía marítima. En términos de peso, 99,2% y 96% de los bienes que se importaron y exportaron, respectivamente, de la CARICOM a la Zona Libre de Colón, fueron por vía marítima. Sin embargo, en términos de valor, 4,2% y 26% de las importaciones y reexportaciones, respectivamente, de la ZLC a la CARICOM fueron por vía aérea.

²⁷ Los navíos tipo *feeder* derivan su nombre de la palabra en inglés que significa alimentador, ya que son barcos pequeños (transportan de 500 a 2.500 contenedores) que se utilizan para suministrar tanto a los grandes como a los pequeños puertos en los que los navíos oceánicos no pueden y/o no les conviene entrar. Es decir, es un transporte marítimo de corta distancia que puede alimentar a puertos pequeños, como es el caso de Montserrat y otras islas con puertos similares en el Caribe. Este tipo de servicio también recibe el nombre de servicio de aporte.

A. SERVICIOS DE TRANSPORTE MARÍTIMO

El transporte de mercancías vía marítima se mide por la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies, cuya descripción y siglas en inglés es *Twenty-foot Equivalent Unit* (TEU). Las medidas de un contenedor son 20 pies de largo, por 9 pies de ancho y por 8,5 pies de altura, cuya capacidad de volumen es 33 metros cúbicos. Las exportaciones totales de los países de Centroamérica (incluyendo Panamá) equivalieron a 1.369.000 TEU. En 2008, esto es más de dos veces el registrado en los países del Caribe,²⁸ 587.390 TEU, en el mismo año. Las exportaciones centroamericanas contenedorizadas han crecido a un ritmo del 5,4% promedio anual de 2000 a 2008 y se espera un aumento del 7,6% anual, entre 2008 y 2011, hasta alcanzar 1.549.000 TEU. Este resultado sería producto de un mayor comercio con los países de América Latina, el Caribe y América del Norte. Las importaciones centroamericanas se han elevado a un ritmo mayor de 9,9% promedio anual de 2000 a 2008, por lo que los países centroamericanos han comenzado a presentar un déficit en su comercio contenedorizado, como se observa en el gráfico 7. Las importaciones centroamericanas fueron en 2008 de 1.487.000 TEU, 26% más que las observadas en el Caribe, en el mismo año (1.167.000 TEU). El mayor comercio de los países centroamericanos es con América del Norte, América Latina y el Caribe. Destaca también el crecimiento que han tenido las importaciones de Asia Pacífico a esta región.

GRÁFICO 7
CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE: COMERCIO MUNDIAL
CONTENEDORIZADO (TEU), 2000, 2008 Y 2011



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de CEPALSTAT.
p/ Proyecciones.

Las exportaciones de los países del Caribe en TEU han crecido a un ritmo anual promedio menor que el observado en los países centroamericanos, 2,8% de 2000 a 2008; en tanto, sus importaciones lo han hecho a un ritmo promedio anual mayor de 6,1%, en el mismo período, incrementando su ya largo déficit comercial contenedorizado a 580.254 TEU en 2008. El mayor comercio de los países del Caribe es con Norteamérica. En los últimos años se ha dinamizado mucho el comercio con América Latina y el Caribe, por lo que desde 2004 ha desplazado a Europa como segundo socio comercial, aun cuando este comercio

²⁸ En los países del Caribe están agrupados tanto algunos países miembros de la CARICOM, como los no miembros.

es sobre todo intrarregional, es decir, entre los mismos Estados del Caribe y no precisamente con el resto de América Latina. Al igual que en Centroamérica se observa un aumento constante de las importaciones de Asia Pacífico a partir de 2000.

Existe una oferta de transporte en los países centroamericanos y de la CARICOM por parte de varias empresas navieras internacionales, como el grupo francés CMA CGM; la empresa Maersk con sede en Dinamarca; Safmarine de origen sudafricano y belga; Caribbean Feeder Services Ltd. con sede en Jamaica; ZIM Integrated Shipping Ltd con sede en Israel; APL, subsidiaria de Neptune Orient Lines con sede en Singapur; Evergreen, localizada en Taiwán, y Mitsui O.S.K Lines (MOL) con sede en Japón, entre otras. Dichas empresas cubren varias rutas preestablecidas, conocidas como servicios marítimos regulares, como la ruta de conexión entre los países europeos con América del Norte y América del Sur, la ruta de Asia con conexión con América, la ruta del Caribe con conexión a los Estados Unidos, rutas de conexión de América del Norte con América del Sur, etc. En su paso por estas rutas, las empresas navieras suelen atender algunos de los puertos de los países centroamericanos, de la CARICOM y Panamá.

De acuerdo con las rutas navieras existentes, registradas por la Asociación de Estados del Caribe (AEC) en su proyecto “Map of Maritime Routes in the Greater Caribbean”, Panamá es el que mayor número de servicios marítimos recibe en comparación con los países centroamericanos y de la CARICOM. Panamá forma parte de 60 servicios marítimos ofrecidos por 29 empresas navieras en Centroamérica y el Caribe, siendo el principal país de la región con mayor servicio de este tipo, como se observa en el gráfico 8. Jamaica, segundo país en importancia de la región para las rutas navieras, recibe la mitad de las observadas en Panamá: 31 ofrecidas por 11 empresas navieras, cifra similar a la observada en Guatemala y Costa Rica, 30 y 28 servicios, respectivamente. Los países menos conectados a las rutas comerciales son Montserrat, que no recibe servicio alguno por las grandes navieras internacionales, por lo que debe de hacer uso de *feeders*²⁹ locales para llevar a cabo su comercio. También se encuentra en esa desventaja Nicaragua, país que sólo registra una línea de comercio con Miami, en los Estados Unidos, lo que favorece sus transacciones con ese mercado y, al mismo tiempo, una mayor concentración con el mismo.

La existencia de una mayor oferta de servicios marítimos está relacionada con su frecuencia y cantidad, con los costos y con el volumen de comercio transado entre los puertos. Panamá tiene una frecuencia promedio³⁰ de los servicios navieros de 7 días, similar al resto de los países centroamericanos, Haití y Bahamas. Sin embargo, el número de servicios que ofrece Panamá es superior al resto de los países indicados, sobre todo con respecto a Nicaragua, que sólo depende de una línea naviera. En el caso de la CARICOM, Jamaica tiene una frecuencia promedio ligeramente superior a 7,2 días, pero el número de servicios que ofrece es mayor que el de Bahamas o Haití. Fuera de Jamaica, Trinidad y Tabago, Bahamas, Haití, Saint Kitts y Nevis y Suriname, el resto de los países de la CARICOM tiene una frecuencia en los servicios navieros de entre 10 y 22 días (en el caso de Santa Lucía).

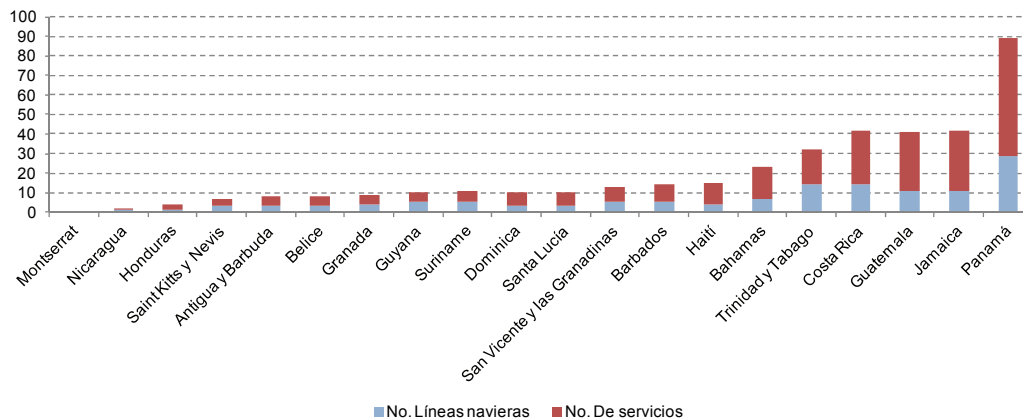
En un estudio realizado en 2003 por la CEPAL sobre el comercio entre Centroamérica y la CARICOM se señaló que los costos de transporte entre ambas regiones son relativamente altos. De acuerdo con este estudio, para un país centroamericano resultaba más económico enviar mercancía a Miami o hacia algún otro puerto estadounidense, que a un puerto de la CARICOM (Harding y Hoffman, 2003). Este resultado está relacionado con la oferta de servicios marítimos y las rutas ya establecidas.

²⁹ Los navíos tipo *feeder* derivan su nombre de la palabra en inglés que significa alimentador, ya que son barcos pequeños (transportan de 500 a 2.500 contenedores) que se utilizan para suministrar tanto a los grandes como a los pequeños puertos, en los que los navíos oceánicos no pueden y/o no les conviene entrar. Es decir, es un transporte marítimo de corta distancia que puede alimentar a puertos pequeños como es el caso de Montserrat y otras islas con puertos similares en el Caribe. Este tipo de servicio también recibe el nombre de servicio de aporte.

³⁰ El promedio es ponderado, tomando en cuenta el número de servicios existentes por cada frecuencia.

Otro estudio de 2005 sobre los costos de transporte de los países latinoamericanos corroboró el alto precio que pagan los países de la región por este servicio, el cual es altamente superior a las tarifas arancelarias existentes. El estudio también demostró que los países latinoamericanos gastan más en los servicios de transporte que los Estados Unidos, Europa y Asia; lo anterior se debe a que los bienes de estos países están considerados como más pesados que los de los países desarrollados (Mesquita Moreira; Volpe y Blyde, 2008).

GRÁFICO 8
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: NÚMERO DE SERVICIOS MARÍTIMOS
Y LÍNEAS NAVIERAS, 2012



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de la Asociación de Estados del Caribe, reporte listado de servicios marítimos por país (15 de junio de 2012).

El número de rutas también favorece e intensifica el comercio de Centroamérica y la CARICOM con los grandes mercados internacionales como los Estados Unidos, Europa y Asia. Entre los países de la CARICOM existen diversas rutas navieras que favorecen principalmente el comercio con los Estados Unidos, por lo que no resulta extraño que 41% de sus exportaciones y 38% de sus importaciones de bienes se dirijan y provengan de ese mercado. También existen diferentes rutas que favorecen el comercio entre los mismos miembros de la CARICOM, teniendo a Kingston en Jamaica, como principal puerto de enlace. En el caso de los países centroamericanos, las rutas navieras también intensifican y favorecen el comercio con América del Norte y el comercio intrarregional centroamericano. Costa Rica es un punto importante en el manejo de las mercancías, aunque Panamá se destaca como dinamizador del comercio centroamericano y como punto de enlace con los grandes mercados internacionales.

La cantidad de servicios navieros que existen entre Centroamérica y la CARICOM es baja, como resultado de su bajo porcentaje comercial, y al mismo tiempo de la inexistencia de rutas navieras regulares. De los 28 servicios navieros regulares con los que cuenta Costa Rica, sólo dos de ellos hacen contacto con Jamaica, dejando fuera el resto de los 14 países de la CARICOM (véase el cuadro 15). Guatemala, con 30 servicios registrados, tiene siete servicios regulares a Jamaica y Belice (el cual no es Estado insular y carece también de líneas regulares de comercio con sus mismos socios comerciales). En el caso de Honduras, sus contactos con la CARICOM también son únicamente a través de Belice y Jamaica. Nicaragua, como se había anotado, mantiene sólo una línea naviera regular con Miami. Para El Salvador no existen datos que permitan confirmar la existencia de líneas de conexión con los países de la CARICOM.

CUADRO 15
CENTROAMÉRICA, CARICOM Y PANAMÁ: NÚMERO DE SERVICIOS MARÍTIMOS QUE HACEN ENLACE ENTRE LOS PAÍSES CENTROAMERICANOS Y LA CARICOM, 2012

País	Centroamérica	Panamá	Caribe
Antigua y Barbuda	0	0	...
Bahamas	0	1	...
Barbados	0	0	...
Belice	6		...
Costa Rica	...	18	2
Dominica	0	0	...
Granada	0	1	...
Guatemala	...	8	7
Guyana	0	1	...
Haití	0	2	...
Honduras	...	4	6
Jamaica	5	9	...
Montserrat	0	0	...
Nicaragua	...	0	0
Panamá	19	...	12
San Kitts y Nevis	0	0	...
Santa Lucía	0	1	...
San Vicente y las Granadinas	0	1	...
Suriname	0	1	...
Trinidad y Tabago	0	6	...

Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de la Asociación de Estados del Caribe, reporte listado de servicios marítimos por país (15 de junio de 2012).

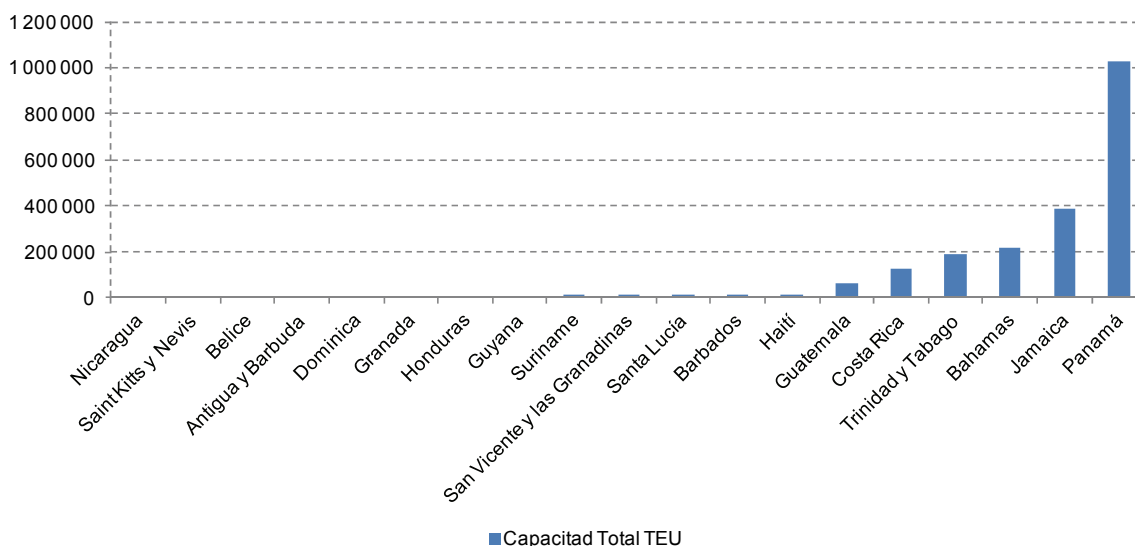
Panamá vuelve a ser la mayor puerta de enlace entre Centroamérica y la CARICOM. De los 60 servicios registrados, este país tiene 12 de ellos con los países de la CARICOM, sobresaliendo los enlaces que tiene con Jamaica y Trinidad y Tabago, aunque también cuenta con servicios navieros que hacen contacto con Granada, Guyana, Haití, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas y Suriname, es decir, Panamá tiene contacto regular con 8 de los 15 países miembros de la CARICOM. Adicionalmente, Panamá cuenta con 18 servicios con Costa Rica, 8 con Guatemala y 4 con Honduras. No se cuenta con información de los servicios con El Salvador, dado que al no pertenecer a la Asociación de Estados del Caribe no se tienen registros de los servicios navieros regulares entre estos países. En resumen, Panamá se destaca como el mayor centro de unión entre Centroamérica y la CARICOM.

La mayor parte de los servicios entre Centroamérica, la CARICOM y Panamá son con buques tipo *Fully Cellular*, los cuales se distinguen por estar diseñados con el exclusivo propósito de transportar contenedores y regularmente no participan en el comercio oceánico, sino en rutas cortas que atienden varios puertos. También existen buques Multipropósito, en el caso de los servicios entre Costa Rica-Panamá y Jamaica-Panamá, los cuales se distinguen por transportar diversos tipos de mercancías como granel, contenedores o líquidos, y generalmente atienden regiones como el Caribe Insular. En el comercio entre los países centroamericanos también existen buques *Reefer*, cuya característica primordial es la

transportación de alimentos refrigerados, principales productos de exportación de estos países. Finalmente, existe un servicio de buque Ro-Ro (contracción de *Roll on/Roll off*), que toca los puertos de Belice y de Guatemala, y cuya función es mover cargas rodantes; este tipo de servicio también es preponderante entre los países del Caribe Insular.

La capacidad en TEU de los servicios marítimos ofrecidos por país, de acuerdo con los servicios regulares, se puede apreciar en el gráfico 9 en el que se observa cómo Panamá sobresale del resto de los países estudiados. La capacidad en TEU que Panamá transporta es de 1.024.000 TEU, equivalente a casi la totalidad de la capacidad en TEU de los servicios marítimos del resto de los países analizados (1.128.392 TEU). Jamaica, país más próximo a Panamá en el desplazamiento de servicios ofrecidos, tiene una capacidad de los servicios en TEU de 38% de lo proporcionado por Panamá (390.357 TEU). Esta capacidad está muy relacionada con el número de buques de los servicios regulares. El número de éstos que pasa por Panamá asciende a 319, mientras que a Jamaica atienden 135 buques, lo que destaca una vez más la capacidad de Panamá en los servicios marítimos. Países como Belice, Honduras y Nicaragua reciben, en los servicios marítimos regulares, seis, dos y cinco buques, respectivamente, en sus puertos del Caribe.

GRÁFICO 9
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CAPACIDAD TOTAL EN TEU DE LOS SERVICIOS
MARÍTIMOS OFRECIDOS, POR PAÍS, 2012
(TEU)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de la Asociación de Estados del Caribe, reporte listado de servicios marítimos por país (15 de junio de 2012).

El Canal de Panamá es de gran importancia para el transporte marítimo. A través de éste atraviesan rutas navieras como la de la Costa Este de los Estados Unidos a Asia; la Costa Este de los Estados Unidos a América del Sur; de Europa a la Costa Este de Sudamérica; de Europa a Asia; de Europa a la Costa Oeste de los Estados Unidos y Canadá; de la Costa Este de los Estados Unidos a la Costa Oeste de Centroamérica; del Oeste de las Indias a la Costa Oeste de Centroamérica; entre otras. La existencia de estas múltiples rutas favorece la oferta de un mayor número de rutas navieras en Panamá, así

como su capacidad y los costos de los servicios. El Canal de Panamá permite el acortamiento de las distancias en las rutas del comercio, y al mismo tiempo un menor costo en el transporte de mercancías en buque, en comparación con el sistema intermodal (Sabonge y Sánchez, 2009).

En 2011, 21,3% de las exportaciones marítimas de Centroamérica atravesó el Canal de Panamá, cargando a través de éste 4,1 millones de toneladas, de acuerdo con datos de la Autoridad del Canal de Panamá. En ese mismo año, 38,6% de las importaciones marítimas de los países centroamericanos atravesaron el Canal, cargando 20,8 millones de toneladas. En el caso de los países del Caribe, 11,7% de sus exportaciones marítimas y 8,2% de las importaciones atravesaron el Canal, cargando en el mismo 7,6 y 5,4 millones de toneladas. Lo anterior muestra la importancia que tiene el Canal, sobre todo para las importaciones de los países centroamericanos.

En el Caribe son Jamaica y Trinidad y Tabago los países que más lo utilizan para importar y exportar sus productos. En 2011, 0,88 millones de toneladas de Jamaica se exportaron, teniendo como ruta el Canal y 1,83 millones de toneladas se importaron, esto es, 11,6% en exportaciones y 33,8% en importaciones del total de los países del Caribe. En el caso de Trinidad y Tabago, se exportaron 1,90 millones de toneladas, y se importaron 0,26 millones, en 2011, lo que significó 25% y 4,8%, respectivamente, del total del Caribe.

En el caso de los países centroamericanos, es Guatemala el país que más hace uso del Canal, después de Panamá, en la exportación de sus productos, por el cual atravesaron 0,9 millones de toneladas en 2011 (12% de las exportaciones totales de Guatemala), similar a las exportaciones de Jamaica y menos de la mitad de las de Trinidad y Tabago. En las importaciones es El Salvador quien más utilizó el Canal, después de Panamá, en 2011, por el que atravesaron 3,6 millones de toneladas (50% de las importaciones totales de El Salvador), el doble de lo observado en Jamaica.

Actualmente, el Canal de Panamá realiza trabajos para su expansión que incluyen un mayor dragado en las entradas del Canal y del trayecto de los barcos por el lago Gatún, así como la construcción de un tercer juego de esclusas paralelas a las existentes (Sabonge y Sánchez, 2009). De acuerdo con la Autoridad del Canal de Panamá, su ampliación permitirá duplicar su actual capacidad para el año 2014, admitiendo la entrada de buques más largos, más anchos y con mayor calado, con capacidad de hasta 12.000 contenedores. Esta ampliación también genera un nuevo reto para los puertos del Caribe y Centroamérica, ya que para que este nuevo tipo de barcos, Post-Panamax, arriben a sus puertos, deberán hacer modificaciones a fin de permitir su atraque.

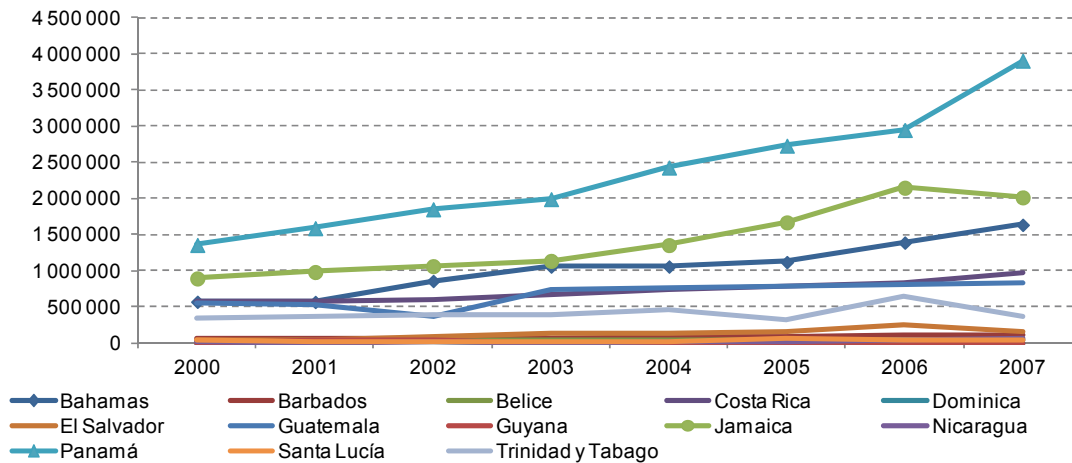
B. PUERTOS

Los países de Centroamérica, sin incluir Panamá, cuentan con 13 puertos de significancia, más algunos otros de importancia para el comercio local y/o regional, localizados ambos tanto en el lado del Caribe como del Pacífico. En el caso de los países de la CARICOM, el número de puertos de importancia asciende a 17, más algunos otros de uso principal en el mercado regional del Caribe. Panamá cuenta con seis puertos de relevancia internacional, siendo los principales los de Balboa, Colón, Cristóbal y Manzanillo. El primero localizado en la zona del Pacífico y los tres siguientes en la zona del Caribe, en Colón.

De acuerdo con el gráfico 10, en 2007 los puertos de Panamá recibieron el 38,7% de los movimientos portuarios contabilizados en los 13 países, para los cuales se cuenta con información. Los movimientos portuarios de Panamá crecieron a un ritmo de 16% promedio anual entre 2000 y 2007, llegando a 3.907.000 TEU movilizados en sus puertos, casi el doble del observado en Kingston, Jamaica

(2.016.000 TEU), principal puerto en importancia en la zona del Caribe. Los puertos de Panamá y el puerto de Kingston en Jamaica son los que reciben mayor cantidad de servicios marítimos regulares, por lo cual no es de extrañar que se ubiquen como los de mayor movimiento portuario.

GRÁFICO 10
PAÍSES DE CENTROAMÉRICA Y CARICOM: MOVIMIENTOS PORTUARIOS
(TEU)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de CEPALSTAT.

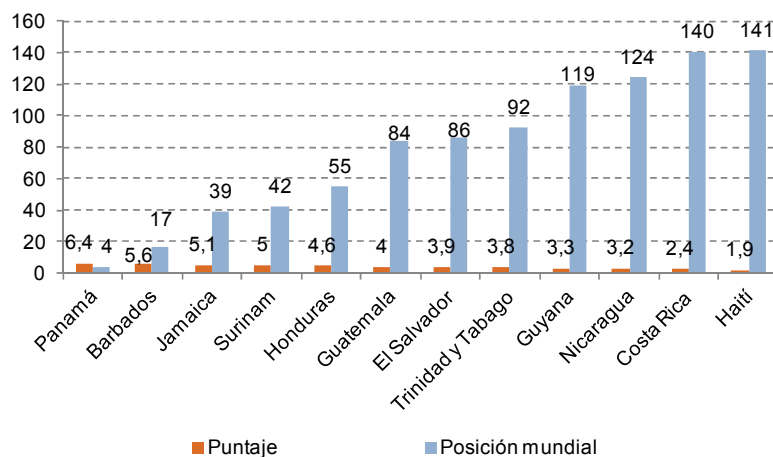
El puerto de Freeport, localizado en Bahamas, ha crecido a una tasa promedio anual similar a la observada en Panamá de 16%, entre 2000 y 2007, con un movimiento portuario en el último año disponible de 1.636.000 TEU (16% del registrado en los 13 países analizados). A estos países le siguen en importancia portuaria: Costa Rica (Puerto Limón y Caldera, principalmente, con 9,7% de los movimientos registrados por los 13 países); Guatemala (Puerto Barrios, Santo Tomás de Castilla y Quetzal, 8,2%); Trinidad y Tabago (Point Lisas y Port of Spain, 3,5%); El Salvador (Acajutla, 1,4%); Barbados (Bridgetown, 1%), Nicaragua (El Bluff, Cabezas, Corinto y Puerto Sandino, 0,6%); Belice (Port of Belize, 0,4%), y Santa Lucía (Castries y Vieux Port, 0,3%). Los puertos con mayor crecimiento de movimientos portuarios entre 2000 y 2007 fueron los de Nicaragua y El Salvador, 28% y 25% promedio anual.

En términos de calidad de la infraestructura portuaria, Panamá vuelve a distinguirse, ocupando el cuarto lugar a nivel mundial, de acuerdo con el Global Competitiveness Report, 2012-2013, del World Economic Forum. Las inversiones que ha realizado Panamá en la ampliación de su Canal, junto con las inversiones en sus puertos, le han permitido remontar siete posiciones a nivel mundial, destacándose como uno de los países con mejor infraestructura portuaria, después de los Países Bajos (con el mayor centro portuario y de logística a nivel mundial), Singapur y Hong Kong. Los puertos de Manzanillo y Balboa, por ejemplo, han llevado a cabo proyectos de expansión y actualización de sus servicios con el fin de recibir buques de gran carga como el Post-Panamax. El puerto de Manzanillo recibió el primer barco de este tipo en 2005, mientras que el de Balboa lo hizo en 2007 (Logistic Media Corp, 2011).

La infraestructura portuaria de Barbados se localiza como la segunda mejor entre los 12 países centroamericanos y de la CARICOM, incluidos en el último informe de competitividad del WEF. El

principal puerto de Barbados es Bridgetown, cuyo movimiento de carga en 2007 representó cerca del 5% del movimiento en TEU del Puerto de Colón, en términos comparativos. La calificación de la infraestructura portuaria de Barbados también se ha incrementado en el último año, 4 puntos en su posición mundial y una décima porcentual en su puntaje anterior. La calificación de la infraestructura portuaria de Barbados está por encima de países como los Estados Unidos, Noruega, Nueva Zelanda, entre otros. En Bridgetown se mueven cargas de combustible, productos petroleros, manufactura, alimentos, azúcar, entre otros.

GRÁFICO 11
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CALIDAD DE SU INFRAESTRUCTURA PORTUARIA DE
ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013
(Puntaje y posición dentro de los 144 países evaluados)



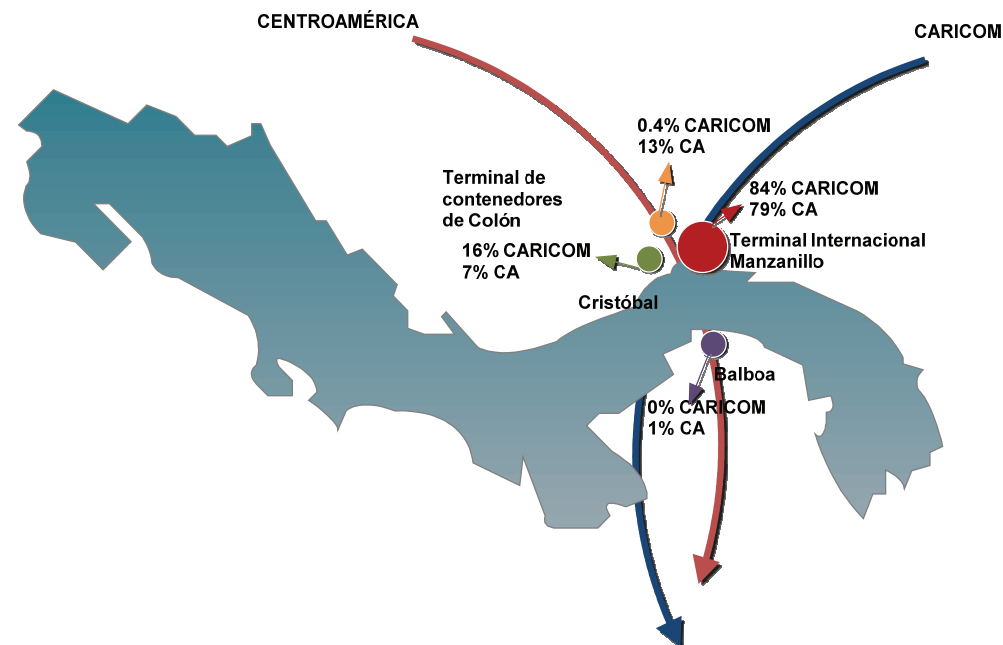
Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de The Global Competitiveness Report 2012-2013.

El tercer país mejor calificado en infraestructura portuaria es Jamaica, en la posición 39 de los 144 países incluidos en el informe. Este país está en una posición similar a la de Suriname, cuya posición es la número 42. A estos países le siguen Honduras (posición 55), Guatemala (84), El Salvador (86), Trinidad y Tabago (92), Guyana (119), Nicaragua (124), Costa Rica (140) y Haití (141). De estos países, sólo Nicaragua tuvo una mejor posición con respecto al año anterior (126), en tanto el resto de los países mostraron una baja.

En el comercio de la ZLC de Panamá con los países de Centroamérica y la CARICOM, el puerto de Manzanillo es el de mayor importancia. Como se observa en el mapa 2, a través de este puerto partieron en 2011 el 79% y el 84% de las reexportaciones de la ZLC a Centroamérica y la CARICOM, respectivamente. El puerto de Cristóbal, segundo en importancia en este comercio, fue el encargado del 7% y 16% de las reexportaciones de la ZLC a Centroamérica y la CARICOM, respectivamente, en el mismo año. El puerto de Balboa, localizado en la zona del Pacífico, despacha tan sólo el 1% del comercio de la ZLC que se dirige a Centroamérica, lo que muestra la mayor importancia que tiene el lado de la costa del Caribe en el comercio de Panamá con los países estudiados, al menos en la utilización de sus puertos ahí localizados.

Panamá, por tanto, es un punto estratégico para la dinamización del intercambio comercial entre Centroamérica y la CARICOM. Por una parte, cuenta con la mayor cantidad de servicios navieros otorgados por las grandes compañías marítimas³¹ a la región, con una infraestructura de calidad capaz de atender las nuevas demandas del transporte marítimo, y con el Canal de Panamá que permite reducir costos y acortar distancias en los servicios. Panamá tiene capacidad para consolidarse como el punto de enlace entre Centroamérica y la CARICOM. Su experiencia en la materia, además, es vital para el desarrollo de un servicio de cabotaje en Centroamérica y puede servir también para el impulso de un servicio de este tipo en el Caribe, utilizando a Jamaica como puerto central, por ejemplo.

MAPA 2
PANAMÁ: UTILIZACIÓN DE PUERTOS PARA LA REEXPORTACIÓN
DE LA ZONA LIBRE DE COLÓN, 2011
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de la Zona Libre de Colón.

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

C. SERVICIOS DE TRANSPORTE AÉREO

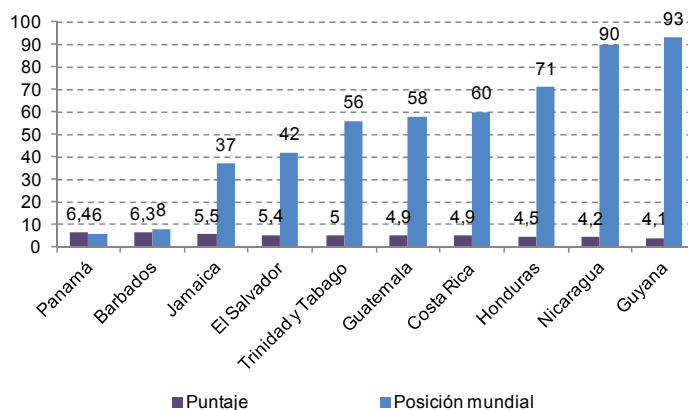
El transporte aéreo entre los países de Centroamérica y la CARICOM guarda varias similitudes con el transporte marítimo. En primer lugar, ambos grupos de países están mejor conectados con los principales mercados mundiales que entre ellos. De las principales aerolíneas regionales como TACA, COPA, Bahamas Airlines y Caribbean Airlines, solamente COPA ofrece cinco vuelos directos a los países de la

³¹ Algunas de estas empresas, como Maersk Line, se encuentran instaladas en Panamá bajo un nuevo régimen de atracción de inversiones llamado “Sede de Empresas Multinacionales (SEM)”, que busca atraer a las grandes empresas multinacionales para que instalen parte de sus operaciones administrativas en Panamá, contado con diferentes incentivos fiscales.

CARICOM, desde Panamá: Nassau, en Bahamas; Puerto España, en Trinidad y Tabago; Montego Bay y Kingston, en Jamaica, y Puerto Príncipe, en Haití. Si bien COPA mantiene un acuerdo con Bahamas Airlines, éste sirve esencialmente para cubrir ciudades de Bahamas y no otros países de la CARICOM.

En segundo lugar, de la misma manera que lo observado en las rutas navieras, países como Dominica, Santa Lucía, Grenada, Saint Kitts y Nevis, Guyana o Suriname, tienen menos o ninguna conexión con los países centroamericanos. Esta situación dificulta el mayor intercambio comercial, de inversión y de turismo entre ambas regiones, propiciando una mayor concentración comercial de Centroamérica en los cuatro países con conexión directa: Bahamas, Jamaica, Haití y Trinidad y Tabago.

GRÁFICO 12
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: CALIDAD DE SU INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE
AÉREO DE ACUERDO CON EL COMPETITIVENESS REPORT, 2012-2013
(Puntaje y posición dentro de los 144 países evaluados)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de The Global Competitiveness Report 2012-2013.

En tercer lugar, las líneas aéreas internacionales, presentes en ambas regiones, como Air Canadá, American Airlines, British Airways, US Airways, United Airlines, ofrecen conexiones entre Centroamérica y la CARICOM, pero haciendo escala en los Estados Unidos. Si bien los costos son similares a un vuelo directo, los costos en tiempos, trámites migratorios y la obligatoriedad de una visa americana, puede desalentar los viajes de turismo y negocios entre ambos bloques.

Finalmente, los costos de transportación aérea entre Centroamérica y la CARICOM son mayores que los costos de cualquier país de los dos bloques comerciales, con alguna ciudad de los Estados Unidos. Por ejemplo, un vuelo redondo de COPA de Panamá a Puerto España (el más económico a la CARICOM) cuesta alrededor de 590 dólares, mientras que uno de Panamá a Miami tiene un costo de casi 420 dólares. Este factor fortalece tanto el turismo, como los viajes de negocios con los grandes mercados internacionales, como los Estados Unidos, más que entre Centroamérica y la CARICOM.

En términos de infraestructura en transporte aéreo, Panamá es el país mejor calificado, de acuerdo con el Global Competitiveness Report de 2012-2013. El país se encuentra en la posición número seis, por debajo de países como Singapur, Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos, Países Bajos y Suiza. El principal aeropuerto de Panamá es el Aeropuerto Internacional de Tocumén, localizado a 24 kilómetros de la Ciudad de Panamá. El país cuenta con otros aeropuertos de servicios domésticos, aeropuertos menores y

pistas de aterrizaje. En el Aeropuerto de Tocumén se movieron 5.844.000 pasajeros en 2011 y 110.000 toneladas de carga.³² La mayor parte de los pasajeros y carga tiene su origen en América del Sur (principalmente Colombia) y su destino en América del Norte (principalmente, los Estados Unidos). En 2011, los vuelos al Caribe representaron el 11,5% de los pasajeros y a Centroamérica, el 13,9%. En carga, los vuelos del Caribe constituyeron el 2,2%, mientras que los de Centroamérica, 18,4%, confirmando lo observado en un inicio del capítulo sobre la importancia del transporte aéreo para el comercio con Centroamérica y la CARICOM. Este aeropuerto ofrece el servicio a más de 19 aerolíneas, siendo la principal: COPA Airlines.

En comparación con el informe de competitividad mundial de 2010-2011, Panamá aumentó 18 lugares en el *ranking* mundial, desplazando a Barbados como el país mejor calificado en infraestructura aérea de Centroamérica y la CARICOM. Si bien Barbados avanzó cinco posiciones, quedó una décima por debajo de Panamá, como se observa en el gráfico 12. El principal aeropuerto de Barbados es el Aeropuerto Internacional de Bridgetown, localizado a 12,9 kilómetros de Bridgetown, su capital. Este aeropuerto da servicio a 12 líneas aéreas, entre las que se encuentran: Air Canadá, American Airlines, American Eagle, British Airways, Caribbean Airlines, Cóndor, West Jet, entre otras. Sus principales destinos son ciudades de los Estados Unidos, Londres, ciudades de Canadá, países del Caribe (sobre todo por parte de Caribbean Airlines) y otras ciudades de Europa. No existen conexiones directas entre este aeropuerto y los países centroamericanos.

El tercer país de Centroamérica y la CARICOM mejor calificado en términos de infraestructura es Jamaica, localizado en la posición 37, seguido por El Salvador (posición 42), Trinidad y Tabago (56), Guatemala (58), Costa Rica (60), Honduras (71), Nicaragua (90), Guyana (93), Suriname (99) y Haití (144). Los países que avanzaron su posición entre 2010-2011 y 2012-2013 fueron Jamaica, Costa Rica y Guyana, 10, 20 y 12 posiciones, respectivamente.

En los países de la CARICOM, el aeropuerto con mayor número de vuelos fue el de Nassau, Bahamas, con 29.222 vuelos internacionales y nacionales en 2010. El segundo en importancia por número de vuelos es el de Puerto España, Trinidad y Tabago (20.979 vuelos), al que le siguen el de Antigua, en Antigua y Barbuda (12.784 vuelos), el de Barbados, en Barbados (12.553), Montego Bay, en Jamaica (12.052) y Tabago, en Trinidad y Tabago (7.922) (ALTA, 2011).

Varios países están llevando a cabo proyectos de infraestructura aeroportuaria a efectos de mejorar su competitividad y responder a las mayores demandas en el número de pasajeros. Panamá, por ejemplo, está realizando un proyecto de expansión de su Aeropuerto Internacional de Tocumén y de adaptación de otros como el Aeropuerto Enrique Malek de David, en la provincia de Chiriquí, para poder recibir vuelos internacionales. También Costa Rica ha llevado a cabo trabajos en su Aeropuerto Juan Santamaría y de Liberia (Estrategia y Negocios, abril de 2012). En Guatemala se tienen planes para construir un nuevo aeropuerto y dar categoría internacional a los del Puerto de San José y Puerto Barrios (El Periódico, Guatemala, octubre de 2012).

De acuerdo con el Logistic Media Group, la ejecución del proyecto Muelle Norte en el Aeropuerto de Tocumén permitirá resolver el problema actual de saturación del aeropuerto y elevar en un 40% las operaciones a corto plazo. La anexión de 12 puertas de abordaje a las 22 con que cuenta el aeropuerto permitirá mayor capacidad para vuelos internacionales en Centroamérica, con servicio a 54 destinos del

³² De acuerdo con datos de Georgia Tech, Logistics Innovation & Research Center ([http:// http://logistics.gatech.pa/es/assets/airports/tocumen#statistics](http://logistics.gatech.pa/es/assets/airports/tocumen#statistics)).

mundo y cabida para recibir aviones más grandes como el 747-400 Boeing y el A380 de Airbus (Logistic Media Corp, 2011).

El desarrollo de un mejor servicio de transporte aéreo entre Centroamérica y la CARICOM es necesario para una mayor integración de ambas regiones. La exportación de productos delicados, tanto por su valor como por su temporalidad,³³ requiere la utilización de servicios aéreos que les permitan mantener la competitividad de sus productos en términos de costos y calidad. Por otra parte, la incentivación del turismo entre ambas regiones y de encuentros entre inversionistas requiere contar con servicios aéreos adecuados que tome en cuenta la reducción tanto en costos, como en tiempos y en trámites.

En este sentido, una mayor cooperación entre los países centroamericanos y la CARICOM con las líneas aéreas, es importante para la mayor conectividad entre ambas regiones. Al igual que en el caso de los servicios marítimos, la región puede aprovechar los avances en la infraestructura y conexiones aeroportuarias de Panamá, en Centroamérica, y de Barbados o Trinidad y Tabago, en la CARICOM, para crear mayores rutas aéreas y mayores posibilidades de conectividad entre ambas regiones. También los países de ambas zonas podrían avanzar en sus negociaciones para aprobar una visa de negocios y simplificar y reducir las visas turísticas entre ambos bloques, a fin de promover, mutuamente, sus inversiones y viajes de turismo.

D. LOGÍSTICA

Los servicios de logística comprenden tanto el transporte como el almacenamiento, consolidación de carga, despacho fronterizo y sistemas de pago. En estos servicios están incluidos tanto empresas privadas como entidades públicas encargadas de facilitar el transporte de un producto desde su punto de origen, de producción, hasta el punto final para su distribución y consumo. La facilidad en el manejo de mercancías y servicios estará relacionada con la competitividad comercial, reflejada en el manejo de los tiempos y en los costos de la transacción.

El Banco Mundial ha elaborado un índice para medir el desempeño logístico de los países. El Índice de Desempeño Económico (LPI, por sus siglas en inglés de Logistics Performance Index) suma el trabajo desarrollado por los países en las seis áreas más importantes del sistema logístico: a) la eficiencia en el proceso de despacho de aduanas; b) la calidad de su infraestructura relacionada con el comercio y el transporte; c) la facilidad de acordar embarques a precios competitivos; d) la calidad de sus servicios logísticos; e) la capacidad para dar seguimiento y rastrear las consignas, y f) la frecuencia en la que los envíos llegan al destinatario en el plazo previsto o esperado. EL LPI se elabora a partir de encuestas realizadas a cerca de mil empresas internacionales de logística de 130 países participantes del LPI.

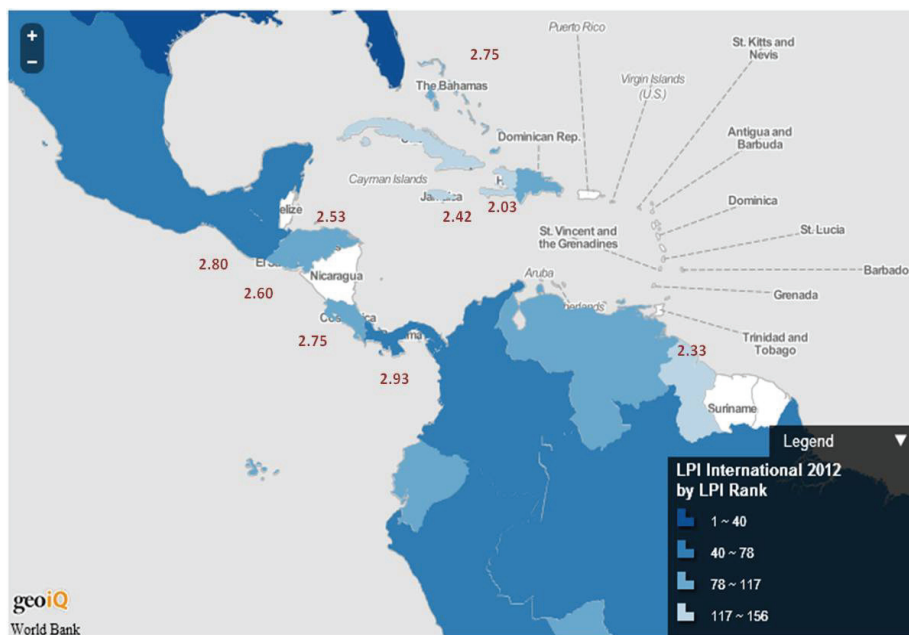
De acuerdo con este índice, Panamá es el país mejor calificado en materia de logística, de los 10 países incluidos de Centroamérica y la CARICOM. El país se ubica en la posición 61 de un total de 155 países analizados y con un puntaje de 2,93, de un máximo de 5,³⁴ de acuerdo con el informe de 2012. El segundo país mejor calificado es Guatemala, con un puntaje de 2,80 en la posición 74, al que le siguen Bahamas (2,75, posición 80), Costa Rica (2,75, posición 82), El Salvador (2,60, posición 93), Honduras

³³ Como los productos agroalimentarios exportados por Centroamérica.

³⁴ En todos los indicadores del LPI, el máximo puntaje es de 5 puntos.

(2,53, posición 105), Jamaica (2,42, posición 124), Guayana (2,33, posición 133) y Haití (2,03, posición 153)³⁵ (véase el mapa 3).

MAPA 3
CENTROAMÉRICA Y PANAMÁ: ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO, 2012



Fuente: Banco Mundial (2012) Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy (<http://lpiurvey.worldbank.org/>).

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

En eficiencia de las aduanas, Bahamas (2,69 puntos), Guatemala (2,62), Panamá (2,56), Costa Rica (2,7) y Honduras (2,39) aparecen como los mejor calificados, con diferencias de menos de tres décimas porcentuales (véase el cuadro 16). El país con menor eficiencia en los procesos de despacho de aduanas es Haití, de acuerdo con el LPI. Si bien la mayoría de los países han sido mejor calificados en 2012, en comparación con 2010,³⁶ es necesario que los países Centroamericanos y de la CARICOM sigan llevando a cabo reformas en sus aduanas a fin de hacer más expeditos los pasos por las mismas. Si se compara el puntaje de Bahamas con el de Singapur (4,10), primer país en el *ranking* del LPI, se observa más de un punto de diferencia, lo que reafirma la necesidad de estas reformas.

En el segundo indicador sobre calidad de su infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, los mejor calificados son Panamá (2,94), Bahamas (2,77), Costa Rica (2,60), Guatemala (2,59) y El Salvador (2,46). La diferencia entre ellos también es entre dos décimas y medio punto. Guyana y Haití aparecen como los de menor calificación, con 2,15 y 1,78 puntos, respectivamente. Los diversos proyectos de mejoramiento de infraestructura que llevan a cabo estos países, han servido para tener una mejor calificación en comparación con el informe de 2010. En este caso, todos los países obtuvieron

³⁵ En la edición de 2012, Nicaragua no se incluye por falta de información.

³⁶ Solamente Costa Rica obtuvo un menor puntaje en 2012, en comparación con 2010.

mejores calificaciones. Sin embargo, al igual que en aduanas, es necesario continuar con estas mejoras. En comparación con Singapur, Panamá está 1,21 puntos por debajo de este país, mientras que Haití está a más de dos puntos de diferencia.

En el indicador sobre la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, los resultados de 2012 han cambiado considerablemente con respecto a lo observado en el informe de 2010. Mientras que Haití era el país mejor calificado en 2010 (3,17), en el informe de 2012 pasó a la última posición de entre los países centroamericanos y de la CARICOM, con una calificación de 1,94 puntos. Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Guyana fueron los países que aumentaron mayormente su calificación en 2012 con relación a 2010. Costa Rica y Guatemala se ubican en los primeros sitios con 2,85 y 2,82 puntos, respectivamente. Panamá se sitúa en la tercera posición (2,76 puntos), seguido por Bahamas (2,72), Honduras (2,7), El Salvador (2,57), Jamaica (2,43), Guyana (2,35) y Haití.

CUADRO 16
CENTROAMÉRICA Y CARICOM: LOGÍSTICA, 2012

País	Posición	LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos internacionales	Calidad y competencia logística	Seguimiento	Tiempo
Panamá	61	2,93	2,56	2,94	2,76	2,84	3,01	3,47
Guatemala	74	2,80	2,62	2,59	2,82	2,78	2,80	3,19
Bahamas	80	2,75	2,69	2,77	2,72	2,69	2,65	2,99
Costa Rica	82	2,75	2,47	2,60	2,85	2,53	2,81	3,19
El Salvador	93	2,60	2,28	2,46	2,57	2,60	2,60	3,08
Honduras	105	2,53	2,39	2,35	2,70	2,00	2,83	3,83
Jamaica	124	2,42	2,22	2,27	2,43	2,21	2,43	2,91
Guyana	133	2,33	2,29	2,15	2,35	2,33	2,14	2,67
Haití	153	2,03	1,78	1,78	1,94	1,74	2,15	2,74

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Banco Mundial (2012) “Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy”.

En cuanto a la calidad de los servicios logísticos, cuarto indicador del LPI, la mayoría de los países incluidos en el informe, excepto Guatemala y en menor medida de Panamá, experimentaron una disminución en sus calificaciones. Panamá se mantuvo como el país mejor calificado con puntaje muy similar al de 2010 (2,84 en 2012 frente a 2,83 en 2010). Guatemala se colocó en la segunda posición de entre los países centroamericanos y la CARICOM con 2,78 puntos; le siguieron Bahamas (2,69), El Salvador (2,6) y Costa Rica (2,53). En la última posición se ubicó de nueva cuenta Haití con 1,74 puntos. Comparados con Singapur (4,07), los países se ubican a más de un punto de distancia, aunque también Singapur disminuyó su calificación con respecto a 2010.

En capacidad para dar seguimiento y rastrear las consignas, se observó la misma tendencia que en el indicador anterior. Los nueve países de Centroamérica y la CARICOM disminuyeron sus calificaciones, del mismo modo que lo hizo Singapur. El único país que aumentó su calificación de 2012

con relación a 2010, fue Guatemala, el cual pasó de 2,71 a 2,8. Panamá siguió manteniéndose en el primer sitio de los países centroamericanos y la CARICOM, con 3,01 puntos, seguido por Honduras (2,83), Costa Rica (2,81), Guatemala y Bahamas (2,65). La diferencia entre Panamá y Guyana (2,14), último país de los nueve, es cercana al punto, lo cual indicaría la necesidad de Guyana de reforzar más este indicador. Al mismo tiempo, la diferencia de los cinco primeros países enlistados con Singapur (4,07), sigue señalando la necesidad de realizar acciones para reforzar este servicio.

Finalmente, en la frecuencia en la que los envíos llegan al destinatario en el plazo previsto o esperado, los 10 países incluidos obtienen sus mejores calificaciones: alrededor de los tres puntos, siendo la máxima cinco puntos. Sin embargo, con respecto al LPI de 2010, todos los países disminuyeron su puntaje, con excepción de Jamaica, que aumentó una décima y Honduras, que lo mantuvo. Este último país fue el mejor calificado con 3,83 puntos, seguido por Panamá (3,47), Costa Rica (3,19), Guatemala (3,19) y El Salvador (3,08). El país con la menor calificación vuelve a ser Guyana con 2,67 puntos. En 2012, los países agrandaron su distancia con Singapur. De cualquier forma, este indicador sigue siendo el menor de los seis indicadores del LPI.

Conscientes de que la logística es un elemento importante para el dinamismo del comercio y del crecimiento nacional, los países de Centroamérica y la CARICOM han emprendido diversas acciones para mejorar las tres áreas en las que tienen mayor incidencia: aduanas, infraestructura y calidad en los servicios. Estas tres áreas influyen en el resto de los indicadores: tiempos, precios y seguimiento de los envíos.

Panamá, por ejemplo, ha hecho de la logística una política integral para el desarrollo del sector. Al igual que el tema de competitividad, la logística se integró al Plan Estratégico de Gobierno 2009-2014, como uno de los cuatro motores de crecimiento del país. En 2010 se estableció un centro de logística e investigación entre el Instituto de Cadena de Suministro y Logística de Georgia Tech, la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) y el Gobierno Nacional de la República de Panamá. Las operaciones del *Georgia Tech Panama Logistics Innovation and Research Center* tienen como objetivo desarrollar un modelo que permita medir la capacidad, interconectividad y obstáculos de cada uno de sus principales activos logísticos: el Canal de Panamá, el ferrocarril transistmico, el sistema de puertos, la Zona Libre de Colón, el aeropuerto de Tocumén y las zonas económicas especiales (Hub Logístico, 2011-2012). Al mismo tiempo, Panamá ha emprendido diversos proyectos logísticos a lo largo del país.

Varias empresas también están reforzando sus servicios logísticos a partir de los cambios realizados por Panamá. *DHL Global Forwarding*, empresa de transporte marítimo y aéreo está desarrollando en Panamá una estructura de almacenes con más de 100 mil metros cuadrados de espacio para el manejo de carga en Ciudad de Panamá y Colón, incluyendo almacenes con condiciones especiales para el manejo de frío, carga seca y de alto valor. Esta inversión va de la mano del establecimiento de una nueva ruta para el transporte aéreo Panamá-Venezuela, sin pasar por Estados Unidos, lo que reduce tiempos y costos para los exportadores (Barboza, Estrategia y Negocios, septiembre de 2012).

Guatemala también realiza varios proyectos en los que se encuentra la creación de un corredor interoceánico terrestre que una el océano Pacífico con el Atlántico, entre la frontera con Honduras y El Salvador (Barboza, Estrategia Negocios, 8 de octubre de 2012). Costa Rica tiene un proyecto de construcción de un muelle granelero para aumentar la capacidad de operación de Puerto Caldera, en el Pacífico. Este proyecto se enmarca en su objetivo de mejorar la competitividad de Costa Rica mediante proyectos de infraestructura y reducción de la burocracia en los trámites para las inversiones y comercio (Barboza, Estrategia Negocios, octubre de 2012). Además, Costa Rica concesionó en 2009 a la empresa AMT Terminals de los Países Bajos, la construcción de un nuevo puerto de contenedores en el puerto de Moín, localizado en el Mar Caribe. La empresa invertirá en la Terminal de Contenedores de Moín (TCM)

mil millones de dólares, para la construcción de "... una isla de setenta acres frente a la costa, con un dique de 1.600 metros, seis camas y 13 grúas pórtico...", con capacidad para 12.000 contenedores y recepción de buques post-Panamax. AMT Terminals tendrá la concesión de este Puerto durante 33 años (Embajada del Reino de los Países Bajos en San José, Costa Rica, 23 de diciembre de 2010).

Cada una de las experiencias y avances de los países centroamericanos y de la CARICOM pueden ayudar por medio de políticas de cooperación a fortalecer la logística en la región. Panamá, por ejemplo, puede ayudar al resto de los países en las áreas de proyectos de infraestructura, sobre todo relacionados con puertos; en calidad de los servicios y en el rastreo y seguimiento de los envíos. Al mismo tiempo, Panamá puede nutrirse de las experiencias en aduanas de los países centroamericanos, lo cual facilitará el movimiento de las mercancías en la región centroamericana.³⁷ También los países de la CARICOM pueden ayudarse de las experiencias y buenas prácticas implementadas en esta área en Centroamérica. Los países también pueden unir mejores experiencias, prácticas y esfuerzos conjuntos para la obtención de mejores precios de transporte en la región, así como trabajar conjuntamente en el establecimiento de mejores rutas para las entregas de envíos a tiempo. Panamá, por su mayor experiencia en la materia, puede servir de guía y centro de los servicios logísticos para ambas regiones.

³⁷ La entrada de Panamá al Mercado Común Centroamericano (MCCA) ya ha comenzado a dar frutos en esta materia. Costa Rica y Panamá se encuentran en la fase de planeación de una aduana común en Paso Canoas, la cual hará más ágil el manejo de mercancías. Se espera que el ingreso de Panamá al MCCA redunde en más avances logísticos en Centroamérica.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Como bloque, los países Centroamericanos y de la CARICOM tienen algunas similitudes que facilitan un mayor acercamiento entre ambos. Sin embargo, la heterogeneidad que existe al interior de los mismos parece que hace más factible el acercamiento entre países similares en términos de potencialidad económica. En este sentido, un acercamiento inicial entre Panamá y Trinidad y Tabago o Jamaica puede ser favorable para intensificar paulatinamente las relaciones de Panamá en la región. La firma de un acuerdo de Panamá con estos países puede propiciar mayores acercamientos en los temas no sólo comerciales, sino también logísticos, sobre todo en los correspondientes al transporte aéreo y marítimo.
2. Sin embargo, la intensificación de las relaciones bilaterales no descarta la importancia de avanzar en las relaciones multilaterales con objeto de alcanzar la firma de un acuerdo entre Centroamérica y la CARICOM. La firma de un acuerdo multilateral traerá múltiples beneficios para ambas partes, tomando en cuenta las complementariedades y necesidades de ambas regiones.
3. Las heterogeneidades observadas tanto en el proceso de integración de la CARICOM, como en el centroamericano, refuerzan la importancia de respetar el trato especial y diferenciado en las negociaciones que se lleven a cabo entre las partes. En este sentido, tanto un acuerdo bilateral, como uno multilateral, deberá tomar en cuenta la diferenciación en el desarrollo económico entre las partes a fin de no afectar los procesos intrarregionales y de potencializar las relaciones comerciales entre las partes, que conlleven a un mayor desarrollo económico de éstas.
4. La complementariedad en el comercio entre Centroamérica y la CARICOM es factible gracias a la especialización productiva, pero se requiere crear rutas de transporte accesibles para mantener la competitividad de sus productos en mercados donde la principal competencia son las empresas estadounidenses y europeas. En este sentido, la cooperación entre los países de la región para la creación de un operador público-privado en materia naviera puede ser una buena opción.
5. Asimismo, la utilización de Panamá como centro de concentración, intercambio y expedición de mercancías y servicios, puede ser un mecanismo que ayude a reducir los costos de transacción entre ambas regiones. Panamá, como centro logístico, puede ofrecer a Centroamérica y la CARICOM amplios servicios que coadyuven al incremento de las frecuencias de las rutas directas hacia los mercados, la oferta de servicios de enlace y la reducción de los costos de transporte.
6. En este sentido, el avance del proyecto sobre cabotaje en Centroamérica es importante para la reducción de los costos relacionados con el transporte en la región. Esta disminución al interior del bloque coadyuvará a la baja de los costos de exportación e importación extrarregional, lo que traería beneficios relevantes en la dinamización del comercio con la CARICOM. De la misma manera, la experiencia del cabotaje en Centroamérica puede servir a los países de la CARICOM para estudiar la posibilidad de un servicio similar entre sus miembros.
7. En el transporte aéreo también es necesaria la cooperación entre los bloques y las líneas aéreas para crear nuevas rutas. Su creación ayudará tanto a la exportación de productos delicados entre ambas regiones, sin mermar su competitividad en materia de costos, como a un mayor número de viajes de negocios y de turismo. Los países pueden explorar la oportunidad de negociar acuerdos de cielos abiertos, así como avanzar en las negociaciones para la creación de una visa de negocios entre ambas partes y la facilitación de visas de turismo.

8. Existe potencialidad para expandir las exportaciones nacionales de Panamá a los países de la CARICOM, como mercado alternativo y complementario a Centroamérica. Estos países requieren de productos de consumo para abastecer su consumo nacional y de los servicios turísticos. La entrada de estos productos panameños sería una buena alternativa para reducir la concentración de mercado de los países de la CARICOM, sin afectar su comercio intrarregional. La puesta en vigor del Acuerdo de Preferencia Comercial entre Panamá y Trinidad y Tabago es un elemento de gran importancia para disminuir los aranceles y alentar los intercambios comerciales entre ambas partes.
9. La CARICOM también podría aprovechar mayormente el dinamismo importador de Centroamérica, tanto en productos energéticos, como en productos basados en recursos naturales. Sin embargo, es necesario trabajar más en las rutas de transporte, ya que los países con mayor potencial comercial, como Jamaica, Suriname o Guyana, tienen pocas o ninguna ruta comercial, lo cual aumenta sustancialmente los costos de transacción entre las partes, restando competitividad a sus productos.
10. Panamá y el resto de los países centroamericanos requieren establecer mayores lazos de comunicación y cooperación con la CARICOM. Es necesario ofrecer mayor información a empresarios, funcionarios de gobierno y asociaciones sobre los miembros, funciones, reglas y características de la CARICOM, con el propósito de que éstos tengan mayores conocimientos en las estrategias de entrada a este mercado. La realización de ferias comerciales y encuentros de cooperación entre ambas regiones puede ayudar a este objetivo.
11. De igual manera es importante que los empresarios de la CARICOM se familiaricen y estudien la potencialidad de entrar en un mercado de 39 millones de habitantes, integrado y con niveles de ingreso y competitividad que se asemejan a algunos de sus mercados.

BIBLIOGRAFÍA

- AEC (Asociación de Estados del Caribe) (2012), “The flow of trade within the ACS region and opportunities for enhanced trade and investment”, documento preparado para la *XXVII Special Meeting on Trade Development and External Economic Relations*, Port of Spain, Association of Caribbean States (ACS) and the Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), 11 y 12 de julio.
- _____ (s/f), *Proyecto Mapa de Rutas Marítimas del Gran Caribe*, Proyecto ACS-TP-009 [en línea] (<http://www.cocatram.org.ni/rutas/>).
- ALTA (2011), *Latin American & Caribbean Capacity Analysis 2011*, Latin American and Caribbean Air Transport Association.
- Altmann B., Josette (ed.) y Tatiana Beirute (coord.) (2008), “Asociación de Estados del Caribe”, *Cuadernos de Integración en América Latina*, San José, FLACSO.
- Álvarez De Soto, Francisco (2011), “Tratados de Panamá con el mundo”, Panamá, Ministerio de Comercio e Industrias, abril.
- Andic, Suphan (comp.) (1977), “Integración económica”, México, Fondo de Cultura Económica, *El Trimestre Económico*, Lecturas 19.
- Arvis, Jean-Francois y otros (2012), *Connecting to Compete 2012, Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and its Indicators*, Washington, D. C., International Bank for Reconstruction and Development, Banco Mundial.
- _____ (2010), *Connecting to Compete 2010, Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and its Indicators*, Washington, D. C., International Bank for Reconstruction and Development, Banco Mundial.
- Banco Mundial (2012), “World Integrated Trade Solution” [base de datos en línea] (<http://wits.worldbank.org/wits/index.html>).
- Barboza, Lisbeth (2012a) “Corredor interoceánico de Guatemala listo para iniciar obras”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [8 de octubre] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/10/08/corredor-interoceanico-deguatemala-listo-para-iniciar-obras/>).
- _____ (2012b), “DHL abre nueva ruta aérea Panamá-Venezuela”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [17 de septiembre] (<http://www.estrategiaynegocios.net>).
- _____ (2012c), “Falta mano de obra calificada en puertos de Panamá”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [9 de octubre] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/10/09/falta-mano-de-obra-calificadaen-puertos-de-panama/>).
- _____ (2012d), “Guatemala y Trinidad y Tabago negocian acuerdo comercial”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [1 de de octubre] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/10/01/guatemala-y-trinidad-y-tobagonegocian-acuerdo-comercial/>).
- _____ (2012e), “Las inversiones despliegan alas”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [12 de abril], (<http://www.estrategiaynegocios.net/>).
- _____ (2012f), “Seguros y servicios financieros crecen en Costa Rica”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [12 de junio] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/06/12/seguros-y-serviciosfinancieros-crecen-en-costa-rica/>).
- Batres, Alexis (2012), “DGAC presenta plan para construir tres aeropuertos internacionales”, *El Periódico.com* [en línea], Guatemala [4 de octubre] (<http://www.elperiodico.com.gt/es/20121004/economia/218774>).
- Berrocal R. y Rafael E. (2005), “Proluxsa sazona los mercados internacionales”, *Prensa.com* [en línea], Panamá [2 de octubre] (<http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2005/10/02/hoy/negocios/>).
- Beteta, Hugo y Jorge Mario Martínez (coords.), *Relaciones CARICOM-Centroamérica y la República Dominicana*, (LC/MEX/L.1057), México, D. F., CEPAL/OEA, mayo.
- Bethancourth, Minerva (2011), “Islas del Caribe atraen empresas panameñas”, *El Siglo.com* [en línea] [17 de septiembre] (<http://www.elsiglo.com/mensual/2011/09/17/contenido/418289.asp>).
- _____ (2010), “Crece apetito por exportar al Caribe”, *UNA Región* [en línea] [fecha de consulta: 30 de agosto de 2012] (<http://www.unaregion.com/imprimir?idnoticia=24976>).
- BITAZ (2012), “Panamá, futuro centro logístico y de carga de referencia mundial” [en línea], México, D. F. [12 de julio de 2011] (<http://www.bitaz.com.mx/inicio/12julio2011.pdf>).
- Boletín FAL (2012), “Sistemas inteligentes de transporte en la logística portuaria latinoamericana”, N° 1, Santiago de Chile, CEPAL.

- _____ (2011a), “Plataformas logísticas como elemento de competitividad y sostenibilidad”, N° 302 (ISSN: 1564-4243), Santiago de Chile, CEPAL.
- _____ (2011b), “Seguridad de la cadena logística y su incidencia en la competitividad de Mesoamérica”, N° 300, Santiago de Chile, CEPAL.
- _____ (2010), “La actividad portuaria en América Latina y el Caribe, año 2009 y primer semestre de 2010”, N° 290 (ISSN: 1020-1017), Santiago de Chile, CEPAL.
- _____ (2009), “Plataformas logísticas: elementos conceptuales y rol del sector público”, N° 274 (ISSN: 1020-1017), Santiago de Chile, CEPAL.
- _____ (2007), “Costos de Traslado: un creciente desafío al desarrollo competitivo de la región”, N° 256 (ISSN: 1020-1017), Santiago de Chile, CEPAL, diciembre.
- _____ (2005a), “Costos de transporte como barreras al comercio internacional de bienes agrícolas”, N° 224 (ISSN: 0256-9779), Santiago de Chile, CEPAL, abril.
- _____ (2005b), “Los cruceros turísticos y el comercio de servicios: tendencias recientes en los países de la Cuenca del Caribe”, N° 223 (ISSN: 0256-9779), Santiago de Chile, CEPAL, marzo.
- Caribbean Community (2009), *Concept Paper, Strategic Plan for Air Transport Services in CARICOM*, Guyana, CARICOM, enero.
- CARICOM Secretariat (2010), *Caribbean Trade & Investment Report, 2010. Strategies for recovery, renewal and reform*, Jamaica, Ian Randle Publishers.
- Carta Mensual INTAL (2011), “Panamá se acerca a los países de la CARICOM”, N° 179, Buenos Aires, Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe, BID/INTAL, julio.
- Castro, Marco (2010), “Diagnóstico y propuestas para el mejoramiento de los procesos de logística y aduana en la región de Centroamérica y Panamá”, *Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica” (DESCA) de la GTZ y el proyecto CEPAL/GTZ “Hacia una globalización sostenible y equitativa (LC/W.301)*, Santiago de Chile, CEPAL, GTZ, CENPROMYPE, abril.
- Centro de Comercio Internacional (2012), “Market Access Map” [herramienta de análisis en línea] Ginebra, Centro de Comercio Internacional.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2012a) “CEPALSTAT, Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas” [en línea], Santiago de Chile (<http://websie.eclac.cl/infest/ajax/cepalstat.asp?carpeta=publicaciones>).
- _____ (2012b), “Interactive Graphic System of International Economic Trends (SIGCI-Plus)” [en línea] Santiago de Chile (<http://www.eclac.org/comercio/ecdata2/index.html>).
- Comisión Centroamericana de Transporte Marítimo (2001), “Estudio de prefactibilidad para el desarrollo del cabotaje regional en Centroamérica”, *Informe final volumen I*, Managua, Comisión Centroamericana de Transporte Marítimo.
- Contraloría de la República de Panamá (2012), “Instituto Nacional de Estadística y Censo” [base de datos en línea], (<http://www.contraloria.gob.pa/INEC/publicacionescenso2010.aspx>).
- Cordero, Martha y Guillermo Zúñiga (2012), *El comercio de bienes y servicios en Centroamérica: Una nueva mirada* (LC/MEX/L.1081), México, D. F., CEPAL, noviembre.
- Cruz Rodríguez, Mabel (2010), “Del Prado se abre paso en el mercado de néctares”, *Panamá América.com* [en línea], Panamá [fecha de consulta: 30 de agosto de 2012] (<http://www.panamaamerica.com.pa/notas/896550-del-prado-se-abre-paso>).
- Economist Intelligence Unit (2008a), *Bahamas, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008b), *Barbados, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008c), *Belize, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008d), *Costa Rica, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008e), *El Salvador, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008f), *Guatemala, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008g), *Guyana, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008h), *Honduras, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008i), *Jamaica, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008j), *Nicaragua, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008k), *Organisation of Eastern Caribbean States, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008l), *Panamá, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.

- _____ (2008m), *Suriname, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- _____ (2008n), *Trinidad y Tobago, Country Profile 2008*, Londres, the Economist Group.
- Embajada del Reino de los Países Bajos en Costa Rica (2010), “APM terminals: planes de desarrollo del Puerto Moín” [en línea], 23 de diciembre de 2010 (<http://costarica.nlembajada.org/noticias/2010/12/apm-terminals-planes-de-desarrollo-del-puerto-moin.html>).
- Erikson, Daniel P. y Joyce Lawrence (2008), *Beyond Tourism: The Future of the Services Industry in the Caribbean*, Caribbean Paper N° 3, Centre for International Governance Innovation, abril.
- Freckleton, Marie y otros (2010), “Caribbean trade and integration: Trends and future prospects”, *Serie Comercio Internacional*, N° 105 (LC/L.3277-P), Santiago de Chile, CEPAL, agosto, N° de venta E.10.II.G.82.
- González Apolayo, Gisela (2005), “Los criollos ganan terreno”, *Martesfinanciero.com* [en línea] [fecha de consulta: 30 de agosto de 2012] (<http://www.martesfinanciero.com/history/2005/09/06/Columnas/nacional>).
- Harding, Alan y Jan Hoffmann. (2003), “Trade between Caribbean Community (CARICOM) and Central American Common Market (CACM) countries: The role to play for ports and shipping services”, *Serie Recursos Naturales e Infraestructura*, N° 52 (LC/L.1899-P/I), Santiago de Chile, CEPAL, mayo.
- Heirman, Johannes (2001), “Las tendencias principales del comercio, la política comercial y los acuerdos de integración de los países de la Asociación de Estados del Caribe (AEC)”, *Serie Comercio Internacional*, N° 18 (LC/L.1661-P), Santiago de Chile, CEPAL, N° de venta: S.01.II.G.216.
- Henríquez, Roberto (2011), “El Acuerdo Comercial de Alcance Parcial entre la República de Panamá y la República de Trinidad y Tabago y la promoción del comercio en la región”, Panamá.
- Hug Logístico (2011), *Anuario de Servicios Logísticos de Panamá*, Vol. 2, N° 1, Panamá, Logistic Media Corp.
- Legiscomex (2009), *Perfil Logístico de Panamá* [en línea], Bogotá, LEGIS, S. A.
- Lewis, John (2006), “Infrastructure imperatives and integration in the transport sector”, documento presentado en The High Level Symposium of the CARICOM Single Market Economy, Barbados, 29 de junio.
- Lezcano, Norma (2012), “Costa Rica construirá muelle en puerto del Pacífico”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [7 de octubre] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/10/07/costa-rica-construira-muelleen-puerto-del-pacifico/>).
- Martínez, Jorge Mario y Martha Cordero (2009), *Panamá y el proceso de integración Centroamericana*, (LC/MEX/L.946), México, D. F., CEPAL, diciembre.
- Mesquita Moreira, Francisco, Christian Volpe y Juan S. Blyde (2008), *Unclogging the arteries: The impact of transport costs on Latin American and Caribbean trade*, Washington, D, C, Inter-American Development Bank, David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University.
- Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá (MICI) (2011), “Empresarios Exhibirán Productos en Principal Feria de las Islas del Caribe”, *Noticias del MICI* [en línea], Panamá [8 de junio] (<http://www.mici.gob.pa/detalle.php?cid=20&id=2719>).
- _____ (s/f), “Alianza estratégica entre Panamá y CARICOM”, Panamá.
- _____ (s/f), “Evolución de las relaciones entre Panamá y CARICOM”, Panamá.
- _____ (s/f), “Oportunidades de inversión en Panamá”, Panamá.
- Ministerio de Fomento de España (s/f), “El lenguaje del transporte intermodal. Vocabulario ilustrado”, Madrid.
- Monterrosa, Gabriela (2012), “Panamá entra en la lista de los países más exitosos”, *Estrategia y Negocios* [en línea] [13 de junio] (<http://www.estrategiaynegocios.net/2012/06/13/panama-entra-a-lalista-de-los-paises-mas-exitosos/>).
- Müllerleile, Christoph (1995), “La CARICOM en la integración de los Estados Caribeños, progresos y obstáculos.”
- Nagakane, Gina y otros (2012), *Compendio de estadística y estudios económicos*, Panamá, Dirección de Planeación y Finanzas, Departamento de Estadísticas y Estudios Económicos, Administración Zona Libre de Colón.
- Pellandra, Andrea y Juan Alberto Fuentes (2011), “El estado actual de la integración en Centroamérica”, *Serie Estudios y Perspectivas*, N° 129 (LC/MEX/L.1017), México, D. F., CEPAL, agosto.
- Román A. Lander H. (2011a), “Análisis logístico entre Costa Rica y Trinidad y Tabago”, Costa Rica, PROCOMER, Dirección de Inteligencia Comercial, junio.
- _____ (2011b), “Logística de exportación hacia mercado de Panamá”, Costa Rica, PROCOMER, junio.
- Sabonge, Rodolfo y Ricardo J. Sánchez (coords.) (2009), *El Canal de Panamá en la economía de América Latina y el Caribe* (LC/W.231), Santiago de Chile, CEPAL, abril.
- Schwab, Klaus (ed.) (2012), *The Global Competitiveness Report 2012-2013*, Ginebra, World Economic Forum.
- _____ (2011), *The Global Competitiveness Report 2011-2012*, Ginebra, World Economic Forum.
- _____ (2010), *The Global Competitiveness Report 2010-2011*, Ginebra, World Economic Forum.

- Sdpnoticias.com* (2012), “Firman Panamá y Trinidad y Tabago pactos comerciales y energéticos” [en línea] México, D. F. [12 de marzo, 2012] (<http://sdpnoticias.com/nota/325574/>).
- Sánchez, Ricardo J. (2008), “Tendencias del transporte marítimo internacional hacia una estrategia logística”, Santiago de Chile, CEPAL, agosto.
- Sánchez, Ricardo y Gordon Wilmsmeier (2009), “Maritime sector and ports in the Caribbean: The case of CARICOM countries”, *Serie Recursos Naturales e Infraestructura*, N° 140 (LC/L.3008-P), Santiago de Chile, CEPAL, agosto, N° de venta E.09.II.G.20.
- Sánchez, Ricardo y Myriam Echeverría (2003), “Comercio entre los países de América del Sur y los países de la Comunidad del Caribe (CARICOM): el papel que desempeñan los servicios de transporte”, *Serie Recursos Naturales e Infraestructura*, N° 68 (LC/L.2011-P), Santiago de Chile, CEPAL, agosto, N° de venta S.03.II.G.173.
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) (2012), *Boletín de estadísticas turísticas de Centroamérica*, septiembre.
- Zea, Mari Triny (2011a), “Panamá insiste en el Caribe”, *Prensa.com* [en línea] Panamá [24 de abril], (<http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2011/04/24/hoy/negocios/>).
- _____ (2011b), “Repunta la exportación de carne”, *Prensa.com* [en línea], Panamá [24 de abril], (<http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2011/05/15/hoy/negocios/>).

Entrevistas

- Chong, Irma V. (2012), Directora Nacional de Promoción a las exportaciones, Ministerio de Comercio e Industrias, Panamá, septiembre.
- Cruz, Víctor (2012), Economista, Sindicato de Industriales de Panamá (SIP), Panamá, septiembre.
- Cuan, Delia (2012), Superintendencia de Bancos de Panamá, Panamá, septiembre.
- De Obaldía, Diego (2012), Director Comercial, Empresa Del Monte [vía telefónica], octubre.
- Du Bois Moreno, Alfredo (2012), Economista, Consejo Nacional de la Empresa Privada (CoNEP), Panamá, septiembre.
- Getzler, Kristelle (2012), Secretaria Ejecutiva, Secretaría de Asuntos Económicos y Competitividad [vía telefónica], octubre.
- Gómez, Gina (2012), Coordinadora de Asuntos Económicos, Secretaría de Asuntos Económicos y Competitividad [vía telefónica], octubre.
- Logistic Media Corp (2011), “Tocumen a sólo un paso de culminar su ampliación”, en *Hub Logístico*, Anuario de servicios de Panamá, Panamá, Logistic Media Group.
- Mosquero, Patricio (2012), Superintendencia de Bancos de Panamá, Panamá, septiembre.
- Nagakane O., Gina (2012), Jefa de Estadística, Zona Libre de Colón, Panamá, septiembre.
- Sáenz, Luis (2012), Director de Planificación y Finanzas, Zona Libre de Colón, Panamá, septiembre.
- Tapiero, Eddie A. (2012), Oficina de Investigación y Análisis de Mercado, Autoridad del Canal de Panamá, Panamá, septiembre.
- Ungo Ch., Ricardo (2012), Oficina de Investigación y Análisis de Mercado, Autoridad del Canal de Panamá, Panamá, septiembre.
- Vega, Daniel (2012), Director Ejecutivo, Asociación Panameña de Exportadores (APEX), Panamá, septiembre.
- Verzbolovskis, Miguel (2012), Oficina de Investigación y Análisis de Mercado, Autoridad del Canal de Panamá, Panamá, septiembre.
- Vilar, Miroslava (2012), Directora Nacional de Promoción de la Inversión, Agencia para la Atracción de las Inversiones y Promoción de las Exportaciones (PROINVEX), Panamá, septiembre.

ANEXO

ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES POR PARTE DE
COSTA RICA Y GUYANA

CUADRO A-1
COSTA RICA: ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES, 2009
(Porcentajes ad valorem)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Guyana
01	Animales vivos	7,3	0,0
02	Carne	38,4	27,5
03	Pescados, crustáceos y moluscos	9,7	8,0
04	Leche, huevos, productos lácteos	51,2	22,4
05	Productos de origen animal	4,2	0,0
06	Plantas vivas y productos de floricultura	7,8	0,0
07	Hortalizas, plantas, raíces comestibles	16,4	6,0
08	Frutas y frutos comestibles	12,7	4,1
09	Café, té, yerba mate y especias	12,3	8,7
10	Cereales	6,4	3,9
11	Productos de molinería, trigo, malta	3,5	0,7
12	Semillas y frutos oleaginosos	0,3	0,0
13	Gomas, resinas y demás jugos de extractos vegetales	0,0	0,0
14	Materias transables y demás productos de origen vegetal	3,6	0,0
15	Grasas y aceites animales o vegetales	10,8	10,8
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos	23,0	1,4
17	Azúcares y artículos de confitería	30,5	26,3
18	Cacao y sus preparaciones	10,2	7,4
19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería	12,1	4,5
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o de otras partes de plantas	15,8	3,4
21	Preparaciones alimenticias diversas	13,5	0,6
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	10,2	4,4
23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	7,1	0,0
24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	25,9	23,3
25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	3,2	1,9
26	Minerales, escorias y cenizas	0,1	0,0
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	1,3	0,0
28	Productos químicos inorgánicos; productos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos	0,1	0,0
29	Productos químicos orgánicos	0,3	0,0
30	Productos farmacéuticos	1,6	0,0
31	Abonos	0,0	0,0
32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados	2,7	2,0

(continúa)

CUADRO A-1 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más Favorecida	Preferencial a Guyana
33	Aceites esenciales y resinoideos; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	11,4	0,2
34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes	7,7	6,7
35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados	5,2	0,0
36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos	7,4	0,0
37	Productos fotográficos o cinematográficos	4,4	0,0
38	Productos diversos de las industrias químicas	2,6	0,2
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	2,8	0,0
40	Caucho y manufacturas de caucho	4,4	0,0
41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	6,3	0,0
42	Manufacturas de cuero	13,4	2,4
43	Peletería o confecciones de peletería; peletería artificial o facticia	14,0	0,0
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	7,0	0,0
45	Corcho y sus manufacturas	0,0	0,0
46	Manufacturas de espartería o de cestería	14,0	0,0
47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas	0,0	0,0
48	Papel o cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o de cartón	5,7	1,2
49	Productos editoriales, de la prensa o de otras industrias gráficas	3,4	0,0
50	Seda	7,1	0,0
51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crín	4,3	0,0
52	Algodón	5,5	0,0
53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	5,8	0,0
54	Filamentos sintéticos o artificiales	5,2	0,0
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	4,5	0,0
56	Guata, fieltro y telas sin tejer; hilados especiales	3,7	0,0
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles	14,0	0,0
58	Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado	8,2	0,0
59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados	4,3	0,0
60	Tejidos de punto	8,6	0,0

(continúa)

CUADRO A-1 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Guyana
61	Prendas y complementos de vestir, de punto	13,8	0,0
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	13,9	0,0
63	Los demás artículos textiles confeccionados	12,4	0,0
64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos	13,1	0,0
65	Artículos de sombrerería y sus partes	13,1	0,0
66	Paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes	13,1	0,0
67	Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón	13,5	0,0
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	8,0	0,0
69	Productos cerámicos	11,0	0,0
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	4,7	0,5
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares	5,8	0,0
72	Fundición, hierro y acero	1,8	0,0
73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	4,2	0,0
74	Cobre y manufacturas de cobre	0,2	0,0
75	Níquel y manufacturas de níquel	0,0	0,0
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	3,4	0,2
78	Plomo y manufacturas de plomo	0,3	0,0
79	Cinc y manufacturas de cinc	0,0	0,0
80	Estaño y manufacturas de estaño	0,0	0,0
81	Los demás metales comunes; "cermets"; manufacturas de estas materias	0,0	0,0
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa	1,8	0,0
83	Manufacturas diversas de metales comunes	3,9	0,0
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	0,9	0,0
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes	1,7	0,1
86	Vehículos y material para vías férreas o similares y sus partes	0,0	0,0
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres	3,8	0,0
88	Navegación aérea o espacial	1,1	0,0
89	Navegación marítima o fluvial	4,6	0,0
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión	0,4	0,0
91	Relojería	12,1	0,0
92	Instrumentos de música; partes y accesorios de estos instrumentos	8,3	0,0

(continúa)

CUADRO A-1 (conclusión)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Guyana
93	Armas y municiones, sus partes y accesorios	13,2	0,0
94	Muebles; mobiliario médico-quirúrgico; artículos de cama y similares	11,2	7,7
95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deporte	12,6	0,0
96	Manufacturas diversas	10,4	0,0
97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	7,4	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de International Trade Center, Market Access Map 2012.

CUADRO A-2
COSTA RICA: ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES, 2009
(Porcentajes ad valorem)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
01	Animales vivos	7,3	0,0
02	Carne	38,4	30,0
03	Pescados, crustáceos y moluscos	9,7	8,0
04	Leche, huevos, productos lácteos	51,2	22,4
05	Productos de origen animal	4,2	0,0
06	Plantas vivas y productos de floricultura	7,8	0,0
07	Hortalizas, plantas, raíces comestibles	16,4	5,1
08	Frutas y frutos comestibles	12,7	4,0
09	Café, té, yerba mate y especias	12,3	8,7
10	Cereales	6,4	3,9
11	Productos de molinería, trigo, malta	3,5	0,7
12	Semillas y frutos oleaginosos	0,3	0,0
13	Gomas, resinas y demás jugos de extractos vegetales	0,0	0,0
14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal	3,6	0,0
15	Grasas y aceites animales o vegetales	10,8	10,8
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos	23,0	1,8
17	Azúcares y artículos de confitería	30,5	26,3
18	Cacao y sus preparaciones	10,2	7,1
19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería	12,1	1,1
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o de otras partes de plantas	15,8	3,4
21	Preparaciones alimenticias diversas	13,5	0,6
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	10,2	3,9
23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	7,1	0,0
24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	25,9	23,3

(continúa)

CUADRO A-2 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	3,2	1,9
26	Minerales, escorias y cenizas	0,1	0,0
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	1,3	0,0
28	Productos químicos inorgánicos; productos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos	0,1	0,0
29	Productos químicos orgánicos	0,3	0,0
30	Productos farmacéuticos	1,6	0,0
31	Abonos	0,0	0,0
32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados	2,7	2,0
33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	11,4	0,2
34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes	7,7	6,7
35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados	5,2	0,0
36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos	7,4	0,0
37	Productos fotográficos o cinematográficos	4,4	0,0
38	Productos diversos de las industrias químicas	2,6	0,2
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	2,8	0,0
40	Caucho y manufacturas de caucho	4,4	0,0
41	Pieles (excepto la peletería) y cueros.	6,3	0,0
42	Manufacturas de cuero	13,4	0,3
43	Peletería o confecciones de peletería; peletería artificial o facticia	14,0	0,0
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	7,0	0,0
45	Corcho y sus manufacturas	0,0	0,0
46	Manufacturas de espartería o de cestería	14,0	0,0
47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas	0,0	0,0
48	Papel o cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o de cartón	5,7	1,2
49	Productos editoriales, de la prensa o de otras industrias gráficas	3,4	0,0
50	Seda	7,1	0,0
51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crín	4,3	0,0
52	Algodón	5,5	0,0
53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	5,8	0,0

(continúa)

CUADRO A-2 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
54	Filamentos sintéticos o artificiales	5,2	0,0
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	4,5	0,0
56	Guata, fieltro y telas sin tejer; hilados especiales	3,7	0,0
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles	14,0	0,0
58	Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado	8,2	0,0
59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados	4,3	0,0
60	Tejidos de punto	8,6	0,0
61	Prendas y complementos de vestir, de punto	13,8	0,0
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	13,9	0,0
63	Los demás artículos textiles confeccionados	12,4	0,0
64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos	13,1	0,0
65	Artículos de sombrerería y sus partes	13,1	0,0
66	Paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes	13,1	0,0
67	Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón	13,5	0,0
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	8,0	0,0
69	Productos cerámicos	11,0	0,0
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	4,7	0,5
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares	5,8	0,0
72	Fundición, hierro y acero	1,8	0,0
73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	4,2	0,0
74	Cobre y manufacturas de cobre	0,2	0,0
75	Níquel y manufacturas de níquel	0,0	0,0
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	3,4	0,2
78	Plomo y manufacturas de plomo	0,3	0,0
79	Cinc y manufacturas de cinc	0,0	0,0
80	Estaño y manufacturas de estaño	0,0	0,0
81	Los demás metales comunes; "cermets"; manufacturas de estas materias	0,0	0,0
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa	1,8	0,0
83	Manufacturas diversas de metales comunes	3,9	0,0
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	0,9	0,0
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes	1,7	0,1

(continúa)

CUADRO A-2 (conclusión)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
86	Vehículos y material para vías férreas o similares y sus partes	0,0	0,0
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres	3,8	0,0
88	Navegación aérea o espacial	1,1	0,0
89	Navegación marítima o fluvial	4,6	0,0
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión	0,4	0,0
91	Relojería	12,1	0,0
92	Instrumentos de música; partes y accesorios de estos instrumentos	8,3	0,0
93	Armas y municiones, sus partes y accesorios	13,2	0,0
94	Muebles; mobiliario médico-quirúrgico; artículos de cama y similares	11,2	7,5
95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deporte	12,6	0,0
96	Manufacturas diversas	10,4	0,0
97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	7,4	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de International Trade Center, Market Access Map 2012.

CUADRO A-3
GUYANA: ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES, 2011
(Porcentajes ad valorem)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
01	Animales vivos	18,2	0,0
02	Carne	42,0	0,0
03	Pescados, crustáceos y moluscos	35,2	0,0
04	Leche, huevos, productos lácteos	11,5	0,0
05	Productos de origen animal	3,7	0,0
06	Plantas vivas y productos de floricultura	24,2	0,0
07	Hortalizas, plantas, raíces comestibles	29,2	0,0
08	Frutas y frutos comestibles	38,1	0,0
09	Café, té, yerba mate y especias	23,1	0,0
10	Cereales	13,3	0,0
11	Productos de molinería, trigo, malta	7,1	0,0
12	Semillas y frutos oleaginosos	3,4	0,0
13	Gomas, resinas y demás jugos de extractos vegetales	5,0	0,0
14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal	5,0	0,0
15	Grasas y aceites animales o vegetales	31,4	0,0
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos	17,8	0,0
17	Azúcares y artículos de confitería	30,9	0,0

(continúa)

CUADRO A-3 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
18	Cacao y sus preparaciones	13,0	0,0
19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería	16,4	0,0
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o de otras partes de plantas	17,8	0,0
21	Preparaciones alimenticias diversas	25,9	0,0
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	83,7	0,0
23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	5,8	0,0
24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	70,4	0,0
25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	6,7	0,0
26	Minerales, escorias y cenizas	5,1	0,0
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	3,3	0,0
28	Productos químicos inorgánicos; productos inorgánicos u orgánicos de los metales preciosos	6,5	0,0
29	Productos químicos orgánicos	5,1	0,0
30	Productos farmacéuticos	7,9	0,0
31	Abonos	2,1	0,0
32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados	9,6	0,0
33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	16,8	0,0
34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes	15,4	0,0
35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados	9,5	0,0
36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos	8,8	0,0
37	Productos fotográficos o cinematográficos	7,4	0,0
38	Productos diversos de las industrias químicas	5,1	0,0
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	8,3	0,0
40	Caucho y manufacturas de caucho	13,6	0,0
41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	5,0	0,0
42	Manufacturas de cuero	19,6	0,0
43	Peletería o confecciones de peletería; peletería artificial o facticia	16,1	0,0
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	8,8	0,0
45	Corcho y sus manufacturas	7,1	0,0
46	Manufacturas de espartería o de cestería	18,4	0,0

(continúa)

CUADRO A-3 (continuación)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas	5,0	0,0
48	Papel o cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o de cartón	8,5	0,0
49	Productos editoriales, de la prensa o de otras industrias gráficas	6,0	0,0
50	Seda	5,0	0,0
51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crín	5,0	0,0
52	Algodón	5,0	0,0
53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	5,0	0,0
54	Filamentos sintéticos o artificiales	5,0	0,0
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	5,0	0,0
56	Guata, fieltro y telas sin tejer; hilados especiales	6,8	0,0
57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materias textiles	20,0	0,0
58	Tejidos especiales; superficies textiles con pelo insertado	6,2	0,0
59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados	5,3	0,0
60	Tejidos de punto	5,0	0,0
61	Prendas y complementos de vestir, de punto	20,0	0,0
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	19,9	0,0
63	Los demás artículos textiles confeccionados	17,9	0,0
64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos	18,5	0,0
65	Artículos de sombrerería y sus partes	13,6	0,0
66	Paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes	18,6	0,0
67	Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón	17,1	0,0
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	10,2	0,0
69	Productos cerámicos	14,7	0,0
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	8,2	0,0
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares	28,1	0,0
72	Fundición, hierro y acero	5,9	0,0
73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	9,1	0,0
74	Cobre y manufacturas de cobre	5,1	0,0
75	Níquel y manufacturas de níquel	5,0	0,0
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	5,7	0,0
78	Plomo y manufacturas de plomo	5,0	0,0

(continúa)

CUADRO A-3 (conclusión)

Capítulo	Descripción	Nación más favorecida	Preferencial a Trinidad y Tabago
79	Cinc y manufacturas de cinc	5,0	0,0
80	Estaño y manufacturas de estaño	5,0	0,0
81	Los demás metales comunes; "cermets"; manufacturas de estas materias	5,0	0,0
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa	7,1	0,0
83	Manufacturas diversas de metales comunes	6,9	0,0
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	4,4	0,0
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes	8,0	0,0
86	Vehículos y material para vías férreas o similares y sus partes	5,0	0,0
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres	21,8	0,0
88	Navegación aérea o espacial	5,1	0,0
89	Navegación marítima o fluvial	5,8	0,0
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión	6,7	0,0
91	Relojería	43,9	0,0
92	Instrumentos de música; partes y accesorios de estos instrumentos	10,4	0,0
93	Armas y municiones, sus partes y accesorios	39,6	0,0
94	Muebles; mobiliario médico-quirúrgico; artículos de cama y similares	18,9	0,0
95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deporte	17,8	0,0
96	Manufacturas diversas	15,0	0,0
97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	20,0	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de International Trade Center, Market Access Map 2012.

CUADRO A-4
GUYANA: ARANCELES APLICADOS A LA IMPORTACIÓN DE BIENES, 2009
(Porcentajes ad valorem)

Partida	Descripción	Exportaciones totales (porcentajes)
4819	Cajas, sacos, bolsas de papel, cartón, guata	41,6
0604	Follajes, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos	9,7
0202	Carne de bovinos, congelada	8,3
2301	Harina, polvo, <i>pellets</i> de carne, despojos de pescado o crustáceos	7,0
7801	Plomo en bruto	6,5
0901	Café, incluido tostado o descafeinado	6,3
0303	Pescado comestible congelado	4,7
7310	Depósitos, barriles, tambores, latas o botes de hierro o acero	3,8
0304	Filetes y demás carne de pescado	1,9
1602	Preparados y conservas de carne, despojos o sangre	1,6
2009	Jugos de frutas u otros frutos con adición de azúcar o edulcorante	1,0
1604	Preparados y conservas de pescado; caviar y sucedáneos	0,8
0201	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	0,7
7309	Depósitos, cisternas, cubas de hierro o acero	0,7
0306	Crustáceos comestibles	0,7
0407	Huevos de ave con cascarón, frescos, conservados o cocidos	0,6
7602	Desperdicios y desechos de aluminio	0,5
3923	Artículos de transporte o envasado de plástico	0,5
2207	Alcohol etílico sin desnaturalizar gran grado alcohólico volumétrico mayor o igual a 80%	0,5
4823	Papel, cartón, guata de celulosa	0,4
2824	Óxidos de plomo; minio y minio anaranjado	0,4
6115	Calzas, pantimedias, leotardos, medias, calcetines de punto	0,3
4911	Impresos, incluido las estampas, grabados y fotografías	0,3
2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	0,2
3406	Velas, cirios y artículos similares	0,2
3926	Manufacturas de plástico	0,2
7404	Desperdicios y desechos de cobre	0,2
0302	Pescado comestible, fresco o refrigerado	0,1
6204	Trajes sastre, conjunto, chaquetas	0,1
0402	Leche y nata "crema" concentrada, con adición de azúcar u otro edulcorante	0,1
0804	Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos	0,1
2202	Agua, incluida mineral o gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante	0,1

(continúa)

CUADRO A-4 (conclusión)

Partida	Descripción	Exportaciones totales (porcentajes)
0401	Leche y nata "crema" sin concentrar, sin adición de azúcar u otro edulcorante	0,1
6109	T-shirts y camisetas de punto	0,0
6206	Camisetas, blusas para mujeres o niñas	0,0
3924	Vajilla y demás artículos de uso doméstico y artículos de higiene o de tocador de plástico	0,0
3921	Placas, láminas, hojas y tiras de plástico reforzadas, estratificadas o combinadas	0,0
6110	Suéteres, jersey, <i>pullovers</i> de punto	0,0
2008	Frutas u otros frutos y demás comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo	0,0
3925	Artículos para la construcción de plástico	0,0
9405	Aparatos de alumbrado, incluyendo sus partes	0,0
1704	Artículos de confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la Contraloría de la República de Panamá.