

Panamá: una nueva oportunidad para los lácteos uruguayos

Análisis de las potencialidades de un mercado cada vez más cercano a Uruguay

Por el Lic. Manuel Martínez¹ y el Lic. Nicolás Albertoni²



En este nuevo informe proponemos salir del barrio más inmediato y mirar un poco más allá. Queremos detenernos en una noticia que surgió hace unas semanas atrás y no tuvo demasiada repercusión pero puede ser de gran relevancia para el sector: Panamá ha abierto sus puertas a productos lácteos provenientes de 8 empresas lácteas de Uruguay.

Según el comunicado del Ministerio de Relaciones Exteriores del Uruguay, luego de la IV Reunión del Mecanismo de Consultas Políticas entre Uruguay y Panamá, quedó habilitado el mercado de Panamá para el ingreso de productos lácteos uruguayos (también cárnicos): *“Luego de las inspecciones técnicas requeridas y terminados los trámites internos de aprobación en Panamá, el mismo 21 de abril de este año se firmaron las resoluciones de habilitación de productos lácteos, lo cual abre una importante oportunidad para profundizar el intercambio comercial entre ambos países”* (Fuente MRREE, 2015).

Información general sobre el mercado

Panamá es un país ubicado al extremo sureste de América Central. Limita al Norte con el Mar Caribe y al Sur con el Océano Pacífico. Cuenta con una posición geográfica privilegiada. Su obra más conocida, el Canal de Panamá, juega un papel fundamental para el desarrollo del país y para permitir la conexión del país con el mundo entero.

Panamá tiene una población de 3,8 millones de habitantes (aproximadamente) y una superficie de 75.420 km². Esto es, similar población a la uruguaya, pero 100.000 km² menos. El PIB es, según datos finales de 2013, de USD 40.329 millones, siendo el PIB per cápita de 2013 USD 10.839.

Un dato relevante, que habla de las oportunidades que ofrece el mercado de Panamá para la introducción de productos extranjeros, es su balanza comercial. En 2013 en materia de bienes, Panamá exportó por USD 7580 millones e importó por 62.610 millones. Sin embargo, es un país con una economía exportadora de servicios, con gran dinamismo. Impulsado, fundamentalmente, por el creciente ingreso de divisas por los servicios que exporta a través del canal de Panamá.

¹ Manuel Martínez, Lic. Negocios Internacionales e Integración de la UCU, Uruguay. Diplomado en Relaciones Internacionales e Integración de la Alberto Hurtado, Chile. Postgrado en Cambio Organizacional de la UCU, Uruguay.

² Nicolás Albertoni, Lic. Negocios Internacionales e Integración de la UCU, Uruguay, Master (Candidate) School of Foreign Service, Georgetown University.

Principales destinos de Exportación Año 2013				Principales países de origen de importación. Año 2013			
Posición	Destino	US\$ Mill	Part. %	Posición	Origen	US\$ Mill	Part. %
1	EEUU	169	21%	1	EEUU	4.436	26%
2	Canadá	65	8%	2	Panamá	2.895	17%
3	Costa Rica	56	7%	3	China	1.207	7%
4	China	39	5%	4	México	673	4%
5	Alemania	39	5%	5	Costa Rica	578	3%
70	Uruguay	0.145	0.02%	37	Uruguay	21	0.13%

Fuente: Uruguay XXI en base a Penta Transactions.

Panamá: una puerta de entrada al mercado centroamericano.

Panamá es miembro del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) junto a Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Belize y República Dominicana. Es decir, pertenece a un esquema de integración que amplía el mercado potencial y la permite la posibilidad de incrementar el flujo comercial hacia esa zona del mundo.

En ese sentido, en el marco de la IV Reunión del Mecanismo de Consultas Políticas entre Panamá y Uruguay, José Luis Cancela –vicecanciller de Uruguay– le pidió a Panamá que ayude a acelerar el proceso para lograr establecer un acuerdo marco entre el Mercosur y el SICA. El objetivo es aumentar el intercambio comercial entre los dos organismos.

Una puerta que se abre para los lácteos uruguayos³

Según datos de IFCN Dairy Report 2014, Panamá es un país deficitario en lácteos. En la última década, partiendo de niveles de producción inferior a los del consumo interno, la producción creció a una tasa inferior (1% anual) que el consumo (2% anual). Es decir, hay una fuerte dependencia de lo que se pueda comprar de lácteos en el exterior para poder cubrir el déficit.

Los principales proveedores de lácteos en Panamá son Estados Unidos (33%), Nueva Zelanda (16%), Costa Rica (10%) y México (13%). Los principales productos importados son queso y leche en polvo. Luego, en menor medida, manteca, lactosuero y fórmulas infantiles. Según datos reportados a UN Comtrade, en 2014, Panamá importó lácteos por USD 163 millones y se observa que se viene creciendo a un ritmo de 16% anual en los últimos años. Además, de acuerdo a estimaciones del FMI, para 2015 y 2016, Panamá se presenta como la economía con mayor tasa de crecimiento de todo el continente americano: 6,1% y 6,4% respectivamente.

³ Tomado de: <<http://www.portalechero.com/innovaportal/v/7928/1/innova.front/uruguay:-apertura-del-mercado-panameno-para-los-lacteos-uruguayos.html>>.

Datos específicos del acuerdo

El Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP) del Uruguay solicitó a la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA) una inspección en origen como un trámite para poder aprobar 8 plantas uruguayas y obtener la habilitación necesaria para ingresar al mercado de Panamá. Las inspecciones tuvieron lugar en el mes de mayo de 2014 y concluyeron con la aprobación de “*elegibilidad sanitaria*” de FAROLUR S.A.; LACTOSAN S.A.; CLALDY; CONAPROLE (Plantas 7, 8 y 9); SCHRIBER DULEY y SCHRIBER BELFICOR; y CALCAR⁴.

El acuerdo fue firmado por un plazo de 3 (tres) años, “*siempre y cuando no varíen, en forma desfavorables las condiciones sanitarias que motivaron la aprobación de la planta.*” Además, dos meses antes del vencimiento de esta aprobación deberá volver a tramitar una nueva solicitud de aprobación. Los productos habilitados para exportar por parte de las plantas uruguayas deben estar comprendidos en las siguientes fracciones arancelarias

Fracción arancelaria ⁵	
0402.10.91	0406.20.10
0402.10.92	0406.20.10
0402.10.99	0406.40.00
0402.21.91	0406.90.11
0402.21.99	0406.90.19
0402.29.91	0406.90.20
0402.99.33	0406.90.90
0403.90.21	1901.10.11
0403.90.22	1901.10.19
0403.90.41	2105.00.10
0403.90.42	2105.00.91
0405.10.00	2105.00.99
0405.20.10	2202.90.11
0405.20.90	2202.90.19

Conclusión

Para quienes seguimos los temas de comercio internacional, la habilitación por parte de Panamá a 8 plantas del sector lácteo uruguayo para poder exportar a dicho país (sumado a los frigoríficos habilitados) es, sin duda, una buena noticia que no puede quedar desapercibida. Implica posibilidad de trabajo para el sector, crecimiento económico, y desarrollo. Pero por sobre todas las cosas, implica una nueva concepción de la política comercial. Creemos en la apertura al mundo como uno de los ejes de la rueda del desarrollo. Nos tiene que animar a seguir explorando nuevos mercados, buscando nuevas oportunidades. Esperamos que el empujón que pueda dar el Mercosur con una mayor flexibilidad siga ese camino. Confiamos en los productos de calidad que tenemos y es ahí donde debemos hacer foco. Ojalá, en próximas oportunidades podamos compartir la noticia de otros acuerdos o habilitaciones como la que ha hecho en esta oportunidad Panamá. El trabajo da sus resultados. Hay que seguir creciendo y haciendo de la calidad nuestro mejor aliado.

⁴ Ver acuerdos en: <http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/index.php?option=com_content&view=article&id=337&Itemid=116>.

⁵ Por mayor información sobre la descripción de cada producto alimenticio consultar a los autores de este informe.