



## SECTORES AGROALIMENTARIO Y PESQUERO



### ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DEL PAÍS

Según un informe de julio de 2020 del Ministerio panameño de Relaciones Exteriores (datos de 2018), el valor total de las exportaciones fue de 713,3 millones US\$ y el valor total de las importaciones fue de 12,8 millones US\$.

Según un informe de 2019 del Banco Interamericano de Desarrollo, Panamá ocupa el puesto número 86º en exportaciones en el mundo. Los principales destinos de las exportaciones de Panamá son USA, Colombia, Costa Rica, Venezuela y República Dominicana. Los productos más exportados del 2015 incluyeron barcos de carga (16%), alquitrán mineral (19%) y petróleo refinado (14.5%).

Por otro lado, sus importaciones provienen principalmente de China, Estados Unidos, Japón, Singapur y Colombia (Observatory of Economic Complexity, 2018) y los productos más importados incluyeron barcos de carga (25%), aceite de petróleo (20,1%) y sulfonamidas (3,2%).

De acuerdo con el “Observatory of Economic Complexity”, en el 2015 las exportaciones totales se incrementaron un 2,8% en comparación con el 2014. En los años anteriores, las exportaciones disminuyeron un 33,6% en 2014 y también se redujeron un 6,6% en el 2013, con respecto a 2012.

Respecto a la balanza comercial, entre 2010 y 2015 las importaciones de Panamá han decrecido. Sus exportaciones también han decrecido, pero a un ritmo más lento. En 2015, Panamá tuvo una balanza comercial negativa de 23,2 mil millones USD (ver gráfica), muy distinta a la obtenida históricamente (como en 1995, cuando su déficit comercial era de 11,4 mil millones USD).

BALANZA COMERCIAL DE PANAMA 2010-2015 (USD)



Fuentes: Observatory of Economic Complexity (OEC).

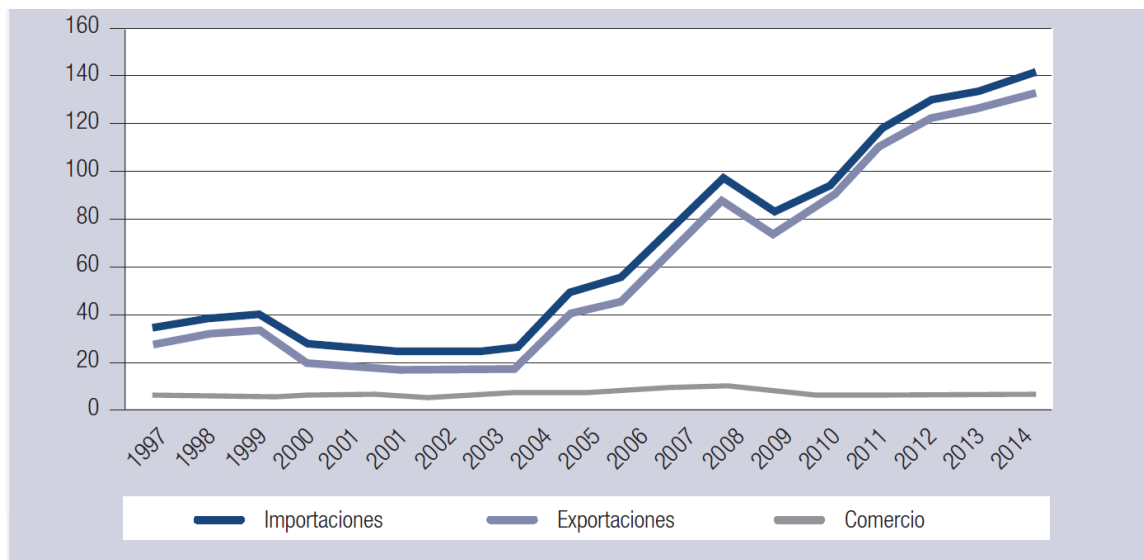


Respecto a la evolución de las exportaciones panameñas desde 2007 a 2016, según datos del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), se observa en el siguiente gráfico un comportamiento decreciente en cuanto a su valor:



La siguiente gráfica (según una publicación de 2017 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) representa la evolución entre 1997 y 2014 de los tres indicadores de apertura comercial que se utilizan con mayor frecuencia: las exportaciones/PIB, las importaciones/PIB y exportaciones + importaciones/PIB.

INDICADORES DE APERTURA COMERCIAL EN PANAMA EN % (1997-2014)



Fuente: Cálculos basados en los datos del INEC sobre el comercio de mercancías.



Una característica interesante de las cifras es que el ritmo de las importaciones/PIB es mayor que las exportaciones/PIB. Esto refleja el hecho de que el país registra un déficit comercial persistente con el valor de las importaciones excediendo en gran medida el de las exportaciones. La brecha se financia a través de la financiación internacional (debido a su centro bancario financiero). Estos indicadores se mantuvieron bastante estables hasta el 2005. A partir de este año, los términos de intercambio declinantes de Panamá son un factor que afecta la balanza comercial, pero los grandes aumentos a partir de 2007 reflejan dos hechos: en primer lugar, un gran aumento de las importaciones de petróleo impulsadas por precio y cantidad, y un aumento de las importaciones de maquinaria de construcción (torres de perforación, bulldozers, grúas, ...) relacionados con el fuerte crecimiento económico de Panamá, la expansión del Canal y otras inversiones en infraestructuras. Por otro lado, las exportaciones han disminuido notablemente desde 2008 a 2014, a pesar del hecho de que deberían haber aumentado considerablemente como consecuencia de la drástica reducción en los costos de transporte y comunicaciones que tuvieron lugar en este período y la entrada en vigor de diversos tratados de libre comercio. Debido a estos dos hechos, el déficit comercial ha ido empeorando.

Según una publicación de 2017 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, el déficit en cuenta corriente de Panamá sigue siendo elevado en 2014, cuando alcanzó el 12 % del PIB, debido en parte a las fuertes importaciones relacionadas con la inversión. En 2014, el déficit en cuenta corriente aumentó en un 7 % respecto al año anterior, alcanzando los 5.268 millones US\$. De acuerdo con el informe del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), en 2015 el déficit global disminuyó en un 29,6 %, debido principalmente a una factura de importaciones de petróleo inferior por el descenso de los precios internacionales del petróleo.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos-Panamá (INEC), en 2018 la cuenta corriente externa de la economía panameña presentó un saldo negativo de B/5.355,1 millones, que significó un incremento de 45% comparado con el año anterior, explicado por los montos deficitarios de las partidas de bienes (B/10.613,2 millones) y de renta (B/4.212,5 millones), que aumentaron su valor en 8,1% y 38,4%, respectivamente. Por su parte, los servicios aportaron B/9.540,9 millones que comparado con el 2017, lo que significó un aumento de 2,6%. Las transferencias corrientes registraron un saldo negativo de B/70,2 millones, disminuyendo su valor en 43,6% respecto al año anterior.

Al analizar la estructura del comercio de Panamá en mercancía, es importante distinguir entre el comercio de Panamá como tal y el comercio que se canaliza a través de la Zona Libre de Colon (ZLC).

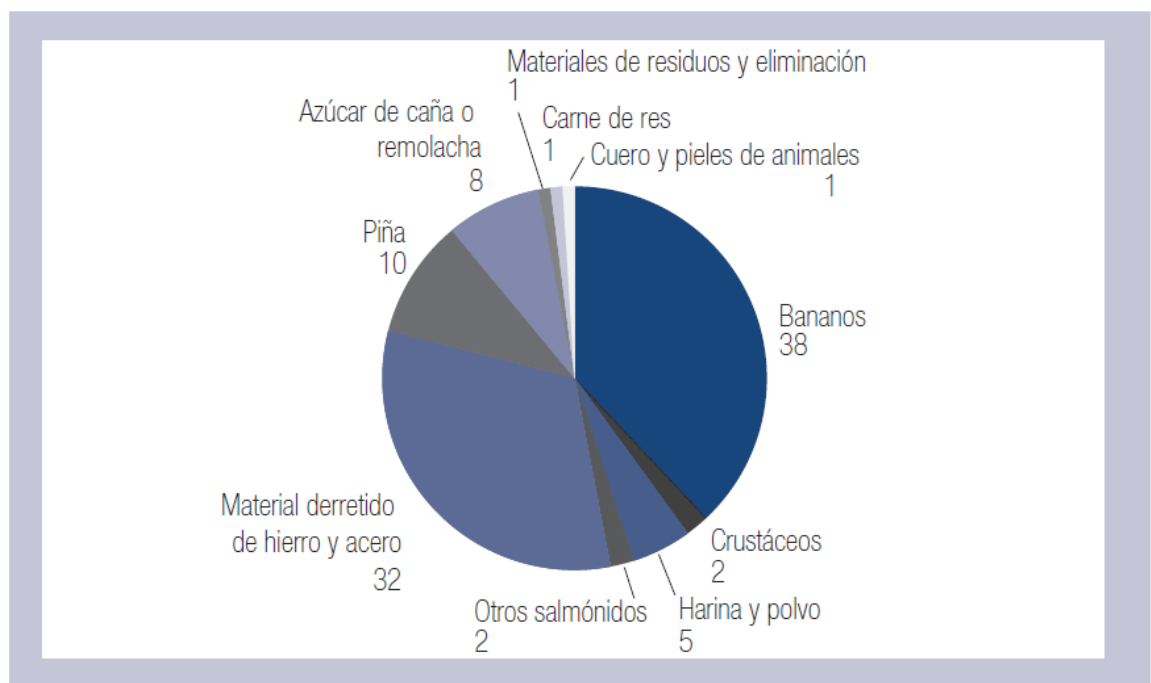
En concreto, la ZLC representa alrededor del 70 % del valor del comercio total del país en mercancías. La apertura de Panamá al comercio es muy alta debido a la ZLC, la segunda zona de libre comercio más grande en el mundo. La ZLC se utiliza como centro para reexportar mercancías, principalmente de media y baja tecnología, por lo que mientras la mayoría de las exportaciones brutas de Panamá son las exportaciones de tecnología media, las exportaciones netas (nacionales) están fuertemente dominadas por los productos primarios. La mayoría de las exportaciones desde la ZLC son transbordadas para servir al mercado regional. Los principales destinos incluyen Colombia, Venezuela y Panamá, pero también incluyen a Guatemala, Ecuador, Costa Rica, la República Dominicana, USA, Chile, Cuba, Honduras, Perú, Brasil, Nicaragua y El Salvador, absorbiendo alrededor del 83% de todas las exportaciones desde la ZLC. Las importaciones hacia la ZLC en gran parte provienen de Hong Kong, China; Provincia China de Taiwán; y USA, seguido por Japón, República de Corea, Francia, México, Italia, Puerto Rico, Suiza, Reino Unido, Malasia y Alemania. Los bienes importados incluyen medicamentos, aparatos eléctricos, ropa, relojes, perfumes y cosméticos, textiles, joyas de oro, licores y cigarrillos.



Excluyendo la ZLC, el valor de las exportaciones de bienes domésticos se situó en 817,2 millones US\$ en 2014, lo que representa una disminución del 3 % respecto al 2013. Debido a una demanda mundial debilitada, los ingresos medios cayeron 5,5 % debido a los precios más bajos de algunos productos alimenticios y metales. En 2015, el valor de las exportaciones nacionales se redujo un 14,9 % a 695,7 millones US\$, el peor registro desde 1997. La contracción de las exportaciones se explica en parte por una reducción en la oferta exportable de productos agrícolas y pesqueros, pero, además, se debe a una disminución en el precio de algunos productos derivados del petróleo y el oro, ya que las exportaciones nacionales panameñas siguen dependiendo en gran medida de unos pocos productos agrícolas y no agrícolas. De hecho, la concentración de exportaciones es una característica importante de la estructura de las exportaciones de Panamá: por ejemplo, en 2013 Panamá exportó cerca de 492 productos, mientras que las exportaciones registradas de México en ese año fueron cerca de 4.000 productos. Esto puede estar relacionado con la fuerte concentración en productos agropecuarios.

Las exportaciones panameñas se han centrado en 2014 principalmente en productos agrícolas y agroindustriales (plátanos, pescado y crustáceos frescos o refrigerados; la harina, polvo y pellets de pescado, otras de salmón fresco o refrigerado, así como la piña, caña de azúcar y carne de vacuno).

PESO TOTAL DE EXPORTACIONES EN PANAMA EN % EN 2014



Fuente: Cálculos basados en datos del Contralor General.  
Nota: Las cifras han sido redondeadas.

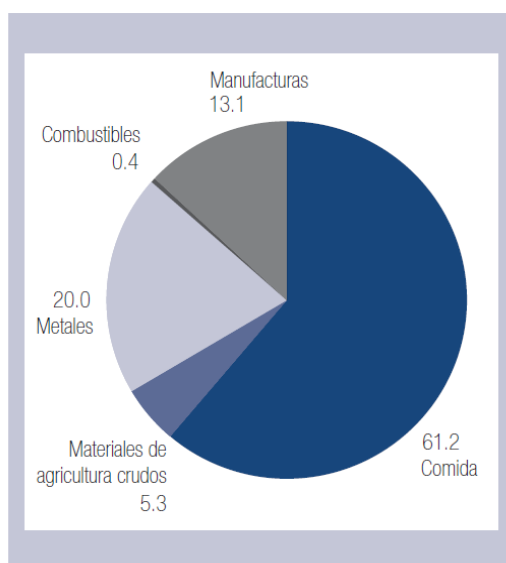
La distribución porcentual de las exportaciones de Panamá a través de grupos de sectores amplios para 2014 resalta la dependencia del país en las exportaciones basadas en recursos naturales, tal y como refleja el siguiente gráfico, donde se aprecia que los dos sectores principales son los alimentos y las materias primas agrícolas, los cuales constituyen más de dos tercios de la canasta nacional de exportaciones del país.



## SECTORES AGROALIMENTARIO Y PESQUERO



### DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EXPORTACIONES DE PANAMÁ EN 2014



Fuente: INEC.

Los 10 principales productos de exportación en 2014 fueron todos productos exclusivamente de pesquerías, verduras o frutas. Estas categorías son encabezadas por la fruta (plátano, piña, sandía) con el 18,1% del total; peces y crustáceos (12,7%); azúcar y productos de la confitería (4,3%); carne y subproductos comestibles (4%) y bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (3 %).

Por destino de exportación en 2014, los principales mercados de exportación para las exportaciones nacionales de Panamá incluyen: USA, Alemania, China, Costa Rica y los Países Bajos. De todos ellos, USA fue el principal destino de exportación para los productos nacionales de exportación de Panamá con una cuota de exportaciones de casi el 18,1 % (históricamente, USA ha sido siempre el mercado más importante para las exportaciones panameñas). Más de un 22,6 % de las exportaciones nacionales de Panamá se fueron a la UE-27, en particular a Alemania (10,7 %), los Países Bajos (5,2 %), España (2,9%) e Italia (2,8 %). Por otro lado, Centroamérica y México absorben casi el 12 % de las exportaciones netas de Panamá, destacando sobre todo Costa Rica (6,7 %). Entre los BRIC<sup>1</sup>, China es el principal socio comercial absorbiendo el 8,5% de las exportaciones netas de Panamá. Sin embargo, América del Sur y Brasil jugaron un papel subordinado para las exportaciones netas de Panamá.

Según datos del INEC, el valor de las importaciones nacionales excluyendo las correspondientes a las empresas que operan en la ZLC alcanzó los 13.707,2 millones US\$ en el 2014, con un crecimiento del 5,2 % en comparación con 2013. El valor de las importaciones se redujo un 11,5 % en 2015 a 12.136 millones US\$. Esto se debió tanto al bajo costo de los derivados del petróleo como a una demanda de materiales para la ampliación del canal que fue menor que en años anteriores. Las importaciones de bienes utilizados en construcción resaltan debido al crecimiento económico que tuvo esta industria, generando el mayor aporte al incremento del valor agregado de la economía. A más largo plazo, no se han producido cambios significativos en la composición de las importaciones de Panamá entre

<sup>1</sup> Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica. Constituye el grupo de los considerados países más adelantados entre los Estados con economías emergentes



1995-2013, que consisten esencialmente en productos manufacturados (68,9 % de las importaciones totales en el periodo 1995-2013). Las importaciones principales incluyen combustibles minerales (que representaron el 20,5 % de las importaciones totales en 2013), seguido de alimentos y productos agrícolas crudos (que se mantuvieron bastante estables durante el período entre 1995-2013, representando el 11,8 % del total en 2013).

Según datos de FAOSTAT<sup>2</sup>, Panamá es un importador neto de productos agropecuarios, con un déficit en el balance comercial que lleva incrementándose cada año entre 2010 y 2015, y que ascendió a 1.752,3 millones en el 2015.

La producción de los productos pecuarios, como carne de pollo, carne de bovino, carne de porcino, leche y huevos, se destina en Panamá principalmente al mercado interno. Panamá es un importador neto de la mayoría de estos productos, con excepción de la carne bovina, que importa y exporta en cantidades pequeñas.

Los principales productos agrícolas de Panamá tienen balanzas comerciales que varían significativamente entre la importación y la exportación neta: mientras que Panamá es importador neto de arroz y maíz, en cambio, es exportador neto de azúcar, plátanos y piña.

| Principales productos de Exportación de Panamá   | Principales productos Importados a Panamá |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
|--|---|---------|--------------------|---------|-----------------------------|---------|------------------------|---------|----------------------------|---------|------|--------|---------|--------|--|
| <p>Exportación hasta abril 2020 <small>(en U.S. millones)</small></p> <table border="1"> <tr><td>Banano</td><td>\$ 46.8</td></tr> <tr><td>Azúcar sin refinar</td><td>\$ 16.7</td></tr> <tr><td>Pescado y filete de pescado</td><td>\$ 16.6</td></tr> <tr><td>Carne de ganado bovino</td><td>\$ 16.0</td></tr> <tr><td>Harina y aceite de pescado</td><td>\$ 11.9</td></tr> <tr><td>Café</td><td>\$ 5.3</td></tr> <tr><td>Camarón</td><td>\$ 4.4</td></tr> </table> | Banano                                    | \$ 46.8 | Azúcar sin refinar | \$ 16.7 | Pescado y filete de pescado | \$ 16.6 | Carne de ganado bovino | \$ 16.0 | Harina y aceite de pescado | \$ 11.9 | Café | \$ 5.3 | Camarón | \$ 4.4 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Combustibles, lubricantes y productos conexos</li> <li>• Maquinaria</li> <li>• Vehículos</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Materiales de construcción</li> <li>• Productos alimenticios de consumo humano</li> <li>• Bienes de consumo</li> <li>• Bienes de equipó</li> </ul> |
| Banano   | \$ 46.8                                   |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Azúcar sin refinar   | \$ 16.7                                   |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Pescado y filete de pescado  | \$ 16.6                                   |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Carne de ganado bovino   | \$ 16.0                                   |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Harina y aceite de pescado   | \$ 11.9                                   |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Café   | \$ 5.3                                    |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |
| Camarón  | \$ 4.4                                    |         |                    |         |                             |         |                        |         |                            |         |      |        |         |        |  |

Fuente: Ministerio panameño de Relaciones Exteriores

## ANÁLISIS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS DEL PAÍS

La tendencia de las exportaciones agropecuarias en Panamá es descendente desde el 2010 al 2015. Entre 2014 y 2015, el conjunto de las exportaciones agropecuarias de banano, melón, sandía, piña, azúcar sin refinar, harina y aceite de pescado, café, carne de bovino y vacuno vivo disminuyó cerca del 6 % en 2015 en comparación con 2014. En los años anteriores existió una reducción similar a esta cifra, con excepción del 2011 a 2012, cuando estas exportaciones crecieron 9%.

<sup>2</sup> Cultivos y productos de ganadería <http://www.fao.org/faostat/es/#data/TP>





Los productos exportados se clasifican como “tradicionales” y “no tradicionales”:

- Los productos considerados tradicionales (como el banano, el azúcar sin refinar y el café) se exportan desde hace décadas. El banano y el café redujeron su valor de exportación en el período 1990-2013, pero el primero resalta por haber caído sostenidamente hasta alcanzar menos de la mitad de su valor inicial en 2013. En contraste, el azúcar sin refinar aumentó ligeramente su nivel de exportaciones, aunque este último comportamiento depende más del manejo de la cuota USA que de la conquista de nuevos mercados.
- Los productos no tradicionales (son frutas tropicales como la piña, la sandía y el melón; las hortalizas y los productos ornamentales) comenzaron a ser exportados más recientemente cuando se incorporaron nuevas tecnologías de producción. Las frutas tropicales ganaron mayor protagonismo e incrementaron considerablemente el valor de sus exportaciones promedio durante el período 2005-2009. En contraste, en el período 2010-2013 la sandía y el melón redujeron considerablemente el promedio de sus exportaciones, mientras que la piña continuó su ascenso.

Según la OMC, los principales productos agropecuarios exportados en valor en 2016 fueron:

- Aceite de pescado (43 millones de USD)
- Cigarros o puros (34 millones de USD)
- Pepinos y pepinillos (30 millones de USD)
- Dátiles, higos, piñas o aguacates (17 millones de USD)
- Las demás hortalizas, frescas o refrigeradas (13 millones de USD)

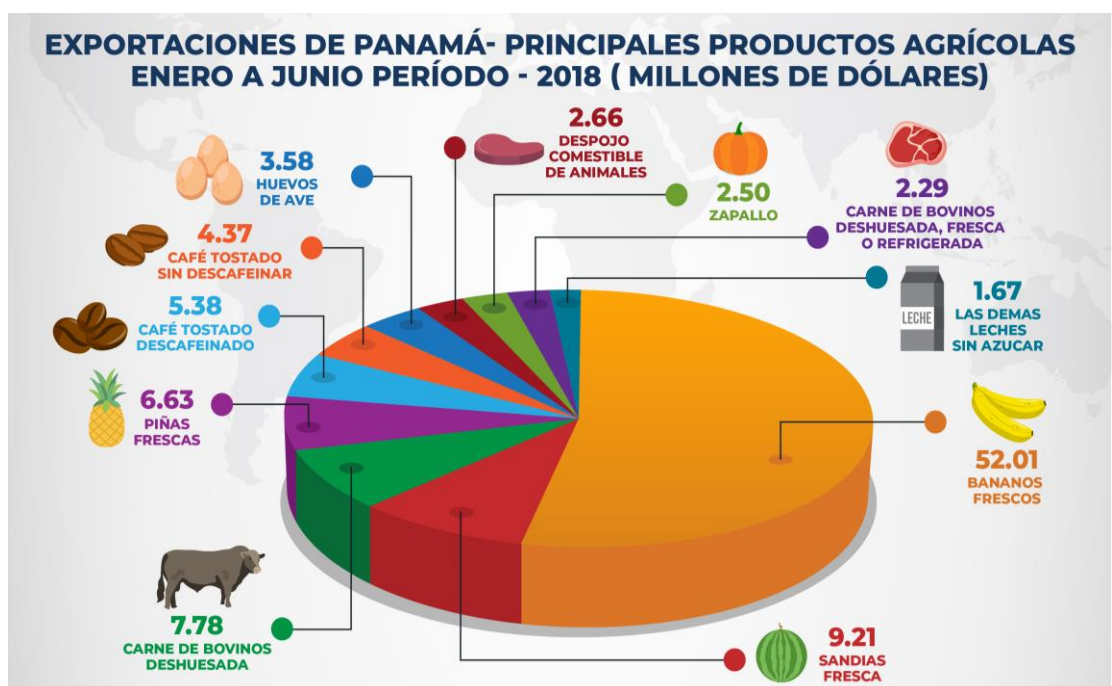
Las exportaciones de productos pesqueros alcanzaron en 2016 los 166 millones US\$, un aumento del 16,7 % en valor y un aumento del 28 % en volumen. En 2015, las exportaciones disminuyeron en un 6,8 % en valor a 155 millones US\$, a pesar de un aumento del 1,9 % en volumen, lo que llevó a una disminución en el valor agregado de la industria del 4,3 %. Las mayores exportaciones, tanto en términos de volumen como de valor han sido los mariscos; pescados frescos o refrigerados (como los salmónidos y la tilapia); el pescado congelado (tilapia, atún, arenque, cazón y tiburón); y el filete y demás carne de pescado. Los mariscos representan el mayor porcentaje del valor de las exportaciones totales de pesca en 2015 con un 44 % y el segundo porcentaje más alto de volumen exportado en el mismo año con un 29 %. En 2015, el pescado fresco o refrigerado representó el 34 % del valor y el 39% del volumen y el pescado congelado el 17 % del valor y el 27 % del volumen. En conjunto, estas 3 categorías representaron el 95 % de tanto el valor y el volumen del total de la pesca en 2015. El filete y demás carne de pescado representaron el 5 % del valor y el 4 % del volumen en 2015. De estas categorías principales, el pescado congelado tuvo el mayor crecimiento en términos de valor y volumen entre 2011 y 2015.

El principal destino con diferencia de las exportaciones de productos pesqueros en 2014 fue USA, con un 56,1 % de participación, seguido a distancia por Vietnam (13 %), Costa Rica (4,9 %), España (4,9 %) e Italia (3,3 %). En 2015, las exportaciones a USA cayeron en un 14,2 %, creando una disminución del 16,2 % en los ingresos. La generación de acuerdos comerciales suscritos por Panamá le otorga al país un arancel preferencial (con arancel cero) en productos de la pesca, una condición que impacta positivamente las exportaciones panameñas.

Según la Asociación Panameña de Exportadores (APEX), al cierre de 2019 los rubros ganadores eran banano con 29,9%; harina y aceite de pescado con 56,6%; café con 41,5%; carne de vacuno con 62,3% y sandía con 33,9%, a diferencia de otros rubros como la pesca que decrecieron.



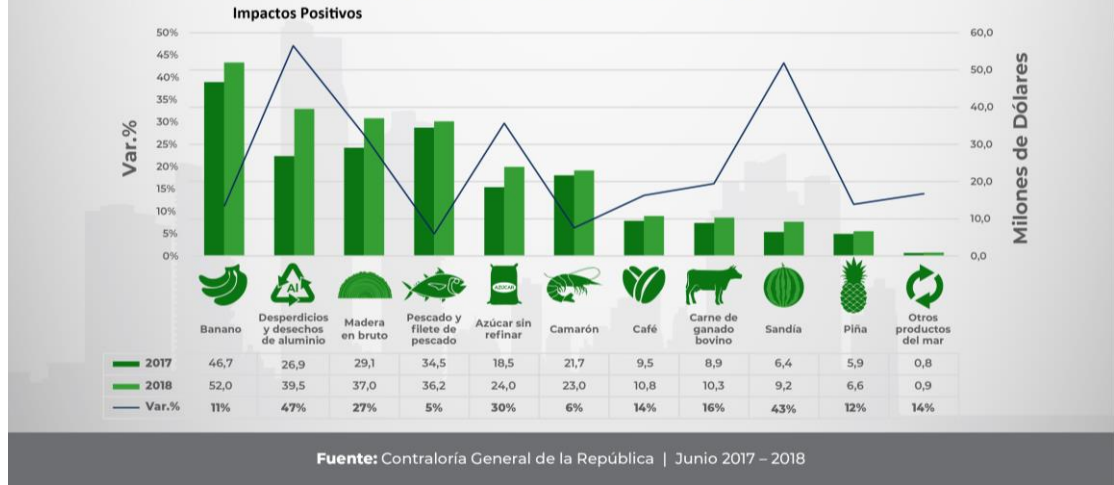
Según APEX, las exportaciones panameñas del primer semestre del 2018 tuvieron un incremento del 11,1% en relación con el primer semestre del 2017 y el repunte es todavía más notable si se le compara con los períodos similares, desde el año 2013. El principal rubro fue el banano, que alcanzó la cifra de 52,01 millones de dólares, seguido por la sandía fresca, con ventas de 9,21 millones de dólares y la carne de bovino deshuesada, con 7,78 millones de dólares. Otros productos de exportación que desempeñan un papel importante en la economía panameña son la piña, el café tostado descafeinado, los huevos y los subproductos de origen animal comestibles, según se puede apreciar en los siguientes cuadros aportados por la Contraloría General de la República de Panamá:





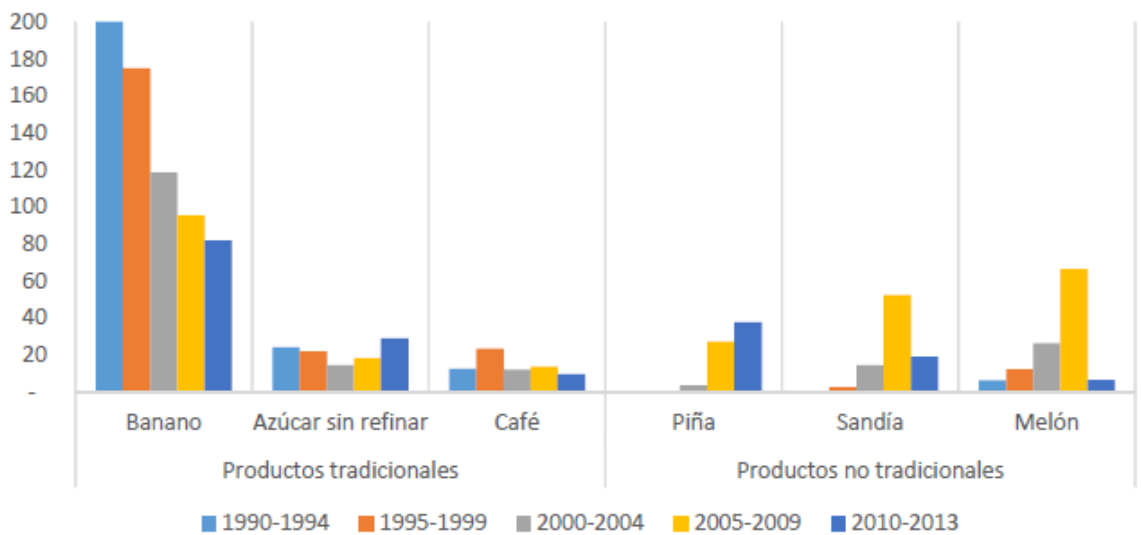


**PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS CON IMPACTOS POSITIVOS  
ENERO A JUNIO 2017-2018**



Según el MICI, las exportaciones panameñas aumentaron un 23% de julio a noviembre del 2019. Los productos que contribuyeron a mejorar el índice fueron el banano 38%, harina y pellets de pescado 77%, carne de ganado bovino 99% y el café 96%.

**PROMEDIO DEL VALOR DE EXPORTACION DE PRINCIPALES PRODUCTOS (millones USD)**



Fuente: elaboración propia con datos de FAOSTAT.

De esta manera, se encontró un bajo nivel de diversificación de las exportaciones. En el período 1990-1994, solo dos productos (el banano y el azúcar sin refinar) representaban el 75% del total de las exportaciones. Treinta años después, cuatro productos (el banano, la piña, el azúcar sin refinar y la sandía) abarcan el 53% de las exportaciones. Si bien la cartera de productos se ha ampliado y han cobrado importancia algunos productos no tradicionales, el segmento agroexportador continúa siendo poco diversificado. Esta concentración representa un riesgo para el sector, pues lo vuelve altamente vulnerable a cambios en los precios y mercados internacionales.



En 2017 fue creado el Programa “PANAMÁ EXPORTA” mediante una alianza estratégica entre el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) y el MICI, con el objetivo de reforzar y fomentar al sector agropecuario y agroindustrial del país para promover, mediante la capacitación, asesoría y asistencia técnica, el incremento y la diversificación de las exportaciones agrícolas, agroindustriales y pesqueras de Panamá y fomentar la creación de una marca centrada en la promoción y desarrollo de una cultura exportadora de calidad. En este Programa pueden participar empresas que tengan experiencia en exportaciones o que tengan potencial de exportación. En la 1ª fase del Programa, 29 empresas exportaron sus productos con la marca PANAMÁ EXPORTA (por ejemplo, cerveza artesanal, vinagre, pastas, vainilla, pescados, camarones, piña, sandía, papaya, café, calabaza, alimento para camarones o banano); y los mercados de destino fueron: Suiza, Alemania, Dubái, USA, España, República Dominicana, Italia, Holanda, Inglaterra, Costa Rica o islas del Caribe. En abril de 2018 se lanzó la 2ª fase del Programa, para fortalecer las capacidades de exportación y brindar asistencia técnica. Según la Memoria del MICI de 2018 se realizaron tres módulos de capacitaciones para las más de 100 empresas inscritas en el programa; los módulos han abarcado temas como: Requisitos para exportar, incentivos a la exportación otorgados por las diferentes instituciones públicas, oportunidades de acceso a mercados en el marco de los acuerdos comerciales suscritos por Panamá específicamente para USA, UE y Centroamérica, y un taller de herramientas útiles para la exportación (seguro agropecuario, seguro a la exportación, importancia del registro de marcas para la exportación y trazabilidad). También se ha puesto en marcha una versión digital del directorio de exportadores panameños, mediante la “APP Panamá Exporta”, para que los compradores internacionales cuenten con datos de la oferta exportable de Panamá, así como para facilitar a los promotores de exportación que suministren información de productos exportables de manera más ágil a quien así lo requiera.

También se han fortalecido las alianzas institucionales en 2018 mediante la firma de un Convenio entre el MICI, el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Autoridad Marítima y el MIDA, para la apertura de la primera oficina Agro Comercial de Panamá en Rotterdam (Holanda), con la finalidad de incrementar las oportunidades de exportación de empresarios panameños hacia el mercado de Europa. Esta oficina tiene el fin primordial de que los productos panameños puedan llegar en mayor cantidad, cobertura y competitividad a los países de la UE, uno de los compradores más importantes para Panamá, particularmente de sus frutas y productos pesqueros, siendo el puerto de Rotterdam la principal entrada marítima a ese continente. Desde la Oficina Agrocomercial en Rotterdam se promoverá la oferta exportable de Panamá en los mercados internacionales, proveerá de información para el sector exportador y servirá de enlace con potenciales consumidores e inversionistas extranjeros, siendo complemento comercial de la marca país “PANAMÁ EXPORTA” en el mercado europeo, entre otros.

Posteriormente, en noviembre de 2018, en el marco de la participación del MICI en la primera Feria Internacional de Importaciones de la República Popular China, en Shanghái, se anunció la apertura de la segunda oficina agrocomercial panameña ubicada en el consulado de Panamá en Shanghái.

Además, el MICI y el MIDA suscribieron en 2018 un Memorando de Entendimiento con el Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de los Países Bajos, para la implementación de un programa regional dirigido a fortalecer las capacidades de las pequeñas y medianas empresas centroamericanas para exportar hacia la UE. Esta iniciativa -denominada “Conectando América Central”- es implementada a través del Centro para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo, recibe el cofinanciamiento de la UE, el apoyo de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIEPA) y la participación del sector privado panameño. El acuerdo suscrito busca fortalecer la capacidad de comercializar bienes y servicios, aprovechando el Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica, y específicamente, fortalecer la capacidad competitiva para exportar y el desempeño en Responsabilidad Social Empresarial entre PYMES.



Según el MICI y cifras de la Contraloría General de la República, Panamá totalizó exportaciones por un valor de \$ 490,01 millones de enero a septiembre de 2020, de las cuales el 39,7% corresponden a productos agropecuarios. Los productos con mejor desempeño fueron: el banano (\$ 105,6 millones), el azúcar de caña (\$ 20,7 millones), el aceite de palma (\$ 19,7 millones) y la carne bovina (\$ 18,4 millones). Pese a los efectos que ha tenido la pandemia sobre el sector a nivel mundial, las agroexportaciones panameñas registraron una variación porcentual positiva de 2 % en este periodo. Otros productos que reportaron crecimiento fueron los pescados frescos y congelados (\$ 10,7 millones). Los principales destinos de la oferta exportable panameña fueron Holanda, Estados Unidos, la República Popular China, India, Costa Rica, Taiwán, México y Guatemala.

Según APEX, en 2020 la mayor parte de las exportaciones que se movilizaron en base al tipo de producto fueron productos alimenticios (57%), reflejando un aumento del 1,9% respecto al 2019: pescado y filete (fresco, refrigerado y congelado) fueron por \$56.93 millones, con un crecimiento de 23%; harina y aceite de pescado (\$52.05 millones), madera (\$33.85 millones) y carne bovina (\$29.75 millones). España, Corea del Sur, Brasil, Japón, Bulgaria y USA son los países de destino que muestran un mayor crecimiento porcentual de las exportaciones panameñas de 2020.

## ANÁLISIS IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS DEL PAÍS

Según un informe de 2019 del Banco Interamericano de Desarrollo, y en contraste a las exportaciones, las importaciones totales de productos agropecuarios crecieron durante todos los años del periodo 2010-2015, destacándose 2014 con un 44,3%. Sin embargo, en 2015 solo crecieron un 1%.

Según datos de FAOSTAT<sup>3</sup>, Panamá es un importador neto de productos agropecuarios, con un déficit en el balance comercial que lleva incrementándose cada año desde 2010 a 2015, y que ascendió a 1.752,3 millones en el 2015.

Según la OMC, en cuanto a su valor, los principales productos agropecuarios importados en Panamá en 2016 fueron:

- Piensos para animales (151 millones de USD)
- Cigarros o puros (142 millones de USD)
- Animales vivos de la especie bovina (104 millones de USD)
- Agua con adición de azúcar (83 millones de USD)
- Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial (64 millones de USD)

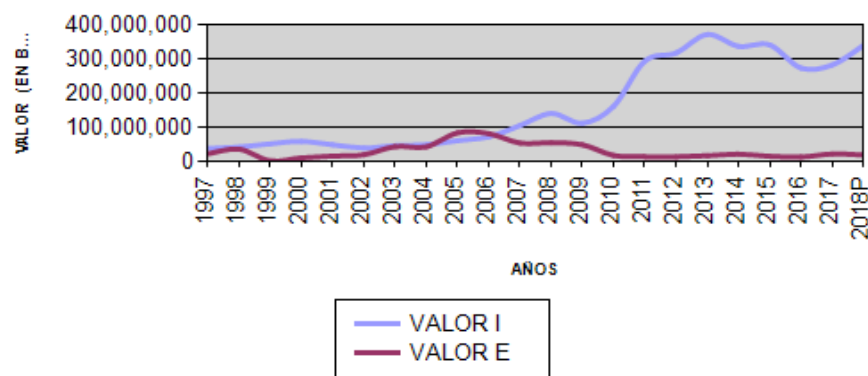
<sup>3</sup> Cultivos y productos de ganadería <http://www.fao.org/faostat/es/#data/TP>



## ANÁLISIS DEL COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO CON ESPAÑA

Según cifras del INEC, la evolución en valor del comercio exterior de Panamá con España se ha destacado sobre todo en las importaciones, principalmente a partir de 2010, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

EVOLUCION DE IMPORTACION Y EXPORTACION POR VALOR (en balboas)  
DE PANAMA CON ESPAÑA



Fuente INEC de Panamá

Según la Confederación Española de Organizaciones Empresariales y los datos del ICEX, las relaciones económicas con España en 2017 han sido excelentes, siendo España uno de los diez primeros proveedores de Panamá y un destacado inversor extranjero.

Las importaciones españolas procedentes de Panamá están centradas sobre todo en productos agroalimentarios, pesqueros y bebidas, como pescados, mariscos y frutas (en concreto en cuanto a su valor, los pescados congelados aparecen en 2º lugar, las hortalizas de fruto en 4º lugar, el marisco en 5º lugar, los melones y sandías en 6º lugar y las frutas subtropicales en 11º lugar).

Respecto a las exportaciones españolas a Panamá, entre los 10 principales rubros en cuanto a su valor, aparece en 8º lugar el aceite de oliva y en 10º lugar la alimentación animal (el resto de productos exportados no están vinculados al sector agroalimentario: barcos y embarcaciones, junto con productos de perfumería, manufacturas metálicas, maquinaria, material eléctrico, productos farmacéuticos y prendas textiles).



Fuente: Ministerio panameño de Relaciones Exteriores

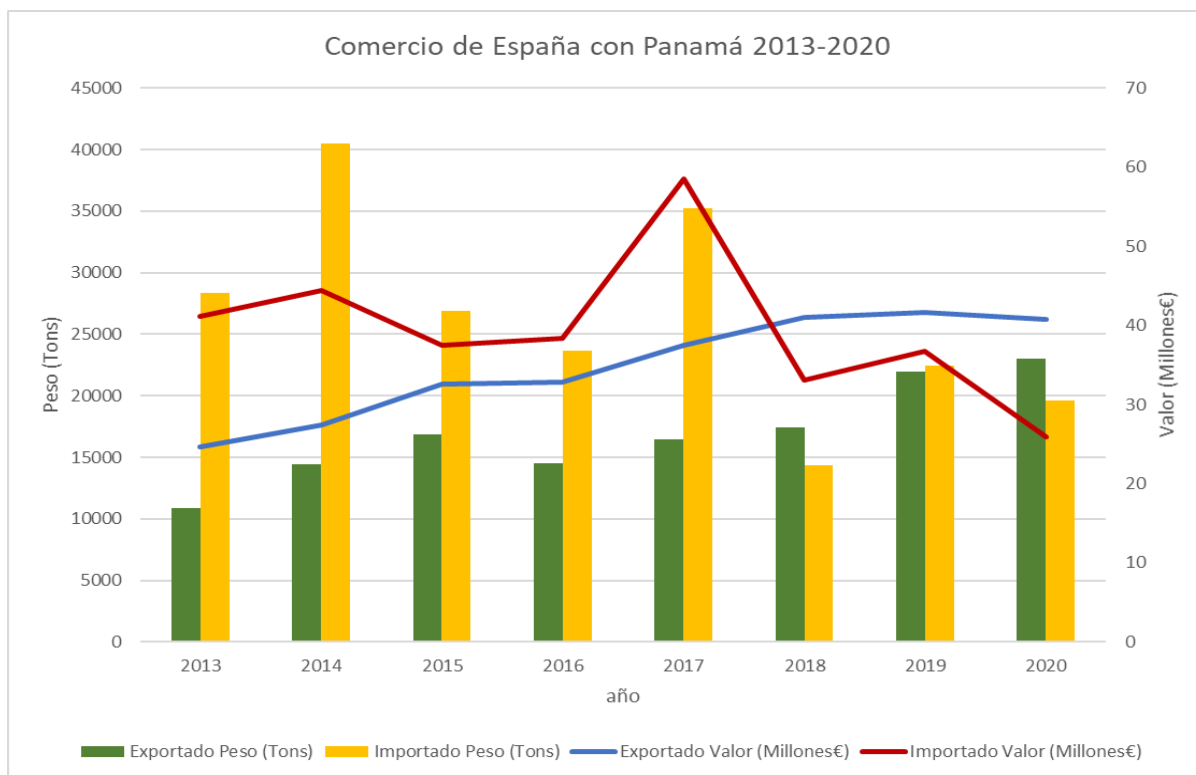
En cuanto al comercio exterior agroalimentario de España con Panamá, desde enero de 2013 hasta diciembre de 2020, se observa una evolución positiva de las exportaciones desde España hacia Panamá, tanto en volumen como en valor, lo cual refleja la influencia positiva que ha tenido la entrada en vigor en octubre de 2013 del Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y los países de Centroamérica. Este acuerdo ha supuesto un desarme arancelario progresivo en el tiempo en el comercio exterior de ambas regiones, para algunas partidas, y en otros casos una eliminación total de aranceles. Por ejemplo, para el aceite de oliva y el vino el arancel ha desaparecido, así como para ciertos contingentes de queso y jamones curados. Los primeros pasos del acuerdo no tuvieron una evolución sencilla, ya que se hizo necesario establecer un nuevo procedimiento de reconocimiento de establecimientos de la UE autorizados a exportar a Centroamérica, y de tipología de productos. No obstante, en 2020 se aprecia la incidencia de la pandemia de COVID-19 que ha provocado una ralentización de la evolución positiva de las exportaciones desde España

Respecto a las importaciones agroalimentarias desde Panamá a España entre 2013 y 2020, se observa una evolución irregular, tanto en volumen como en valor, siendo 2014 y 2017 los años más destacables. No obstante, la tendencia desde 2017 a 2020 es claramente a la baja, a pesar de que en 2019 hubo un ligero acercamiento al equilibrio entre las importaciones y las exportaciones agroalimentarias, tanto en volumen como en valor.





Comercio de España con Panamá 2013-2020



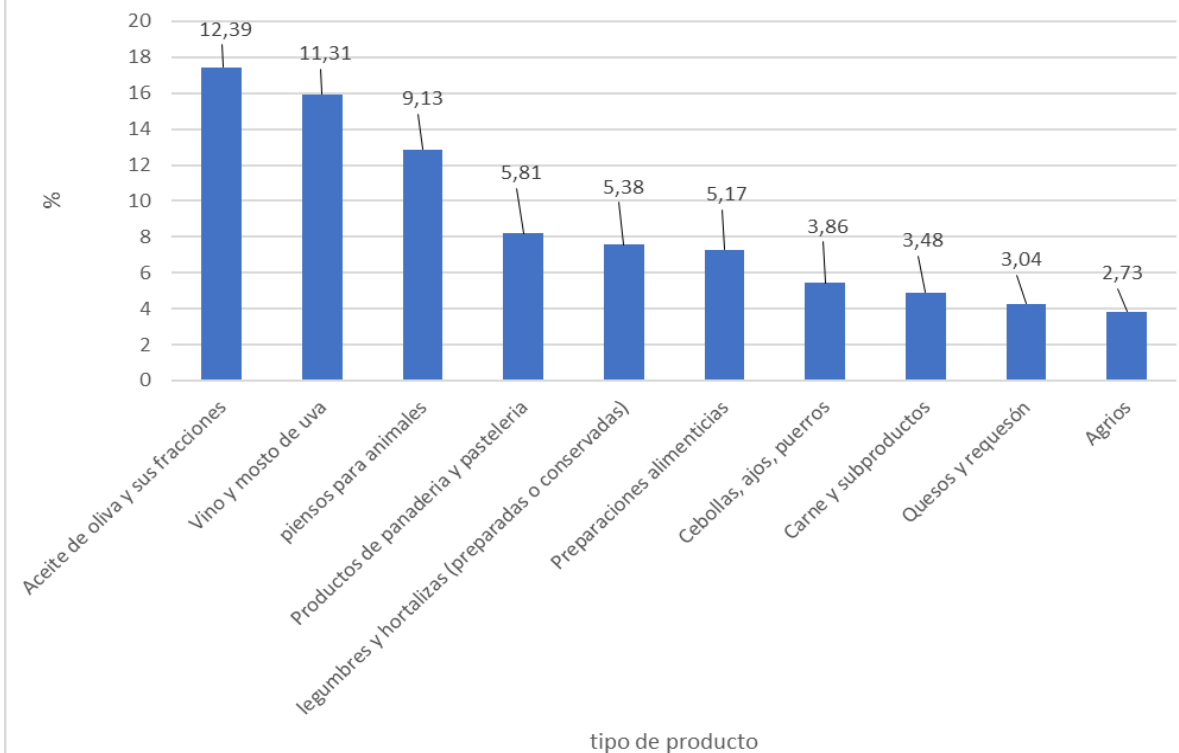
## ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS

En relación a las exportaciones agroalimentarias en 2020 desde España hacia Panamá, en el siguiente gráfico se observan los diez principales tipos de productos ordenados porcentualmente en cuanto a su valor (los cuales representan el 62 % del total):

- Aceite de oliva y sus fracciones
- Vino y mosto de uva
- piensos para animales
- Productos de panadería y pastelería
- legumbres y hortalizas (preparadas o conservadas)
- Preparaciones alimenticias
- Cebollas, chalotes, ajos y puerros
- Carne y subproductos
- Quesos y requesón
- Agrios



Principales productos exportados desde España a Panamá 2020  
(% valor)

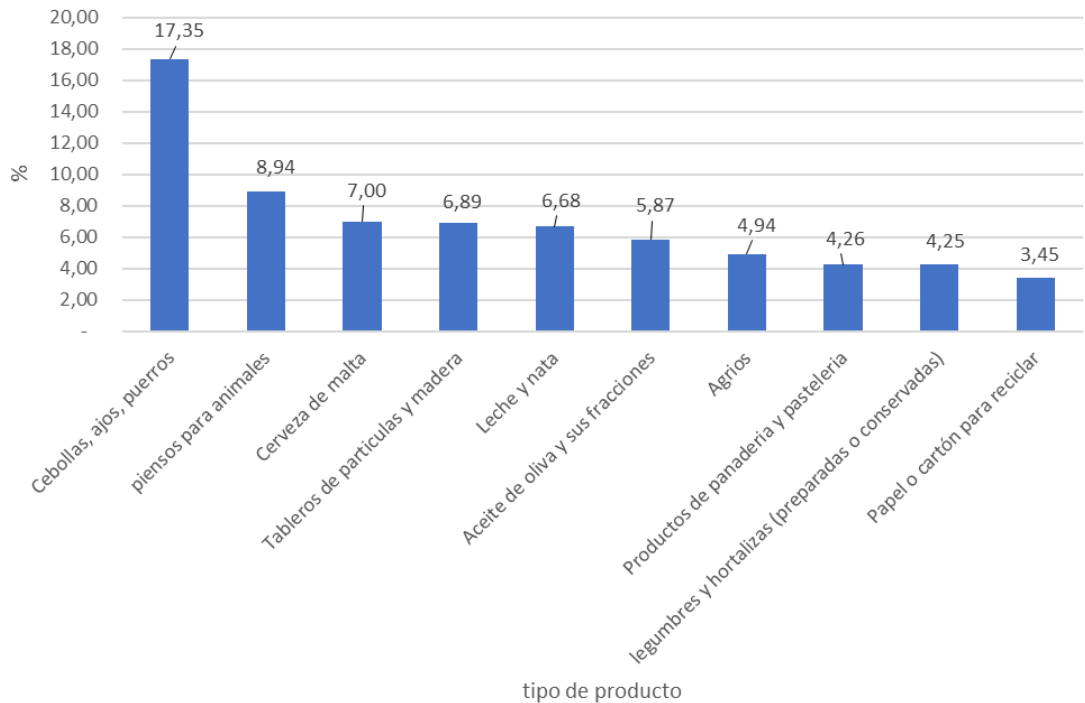


Si analizamos las exportaciones agroalimentarias en 2020 desde España hacia Panamá en cuanto a su volumen de peso, en el siguiente gráfico se observa la distribución de los diez principales tipos de productos exportados (los cuales representan el 69,62 % del total), donde destaca sobre el resto el grupo de las Cebollas, ajos, puerros con más de un 17 %:

- Cebollas, ajos, puerros
- piensos para animales
- Cerveza de malta
- Tableros de partículas y madera
- Leche y nata
- Aceite de oliva y sus fracciones
- Agrios
- Productos de panadería y pastelería
- legumbres y hortalizas (preparadas o conservadas)
- Papel o cartón para reciclar

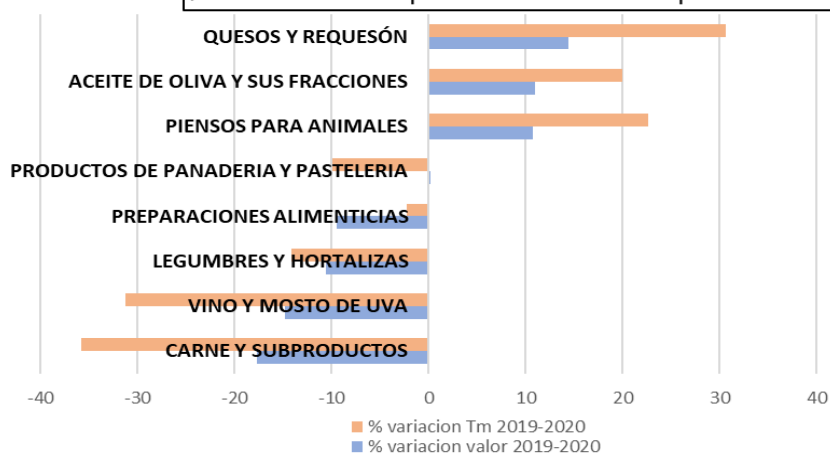


### Principales productos exportados desde España a Panamá 2020 (% volumen)



Con respecto a la evolución de las exportaciones agroalimentarias desde España a Panamá entre 2019 y 2020, vemos en el siguiente gráfico el comportamiento de los principales productos, donde se aprecia el incremento de las exportaciones principalmente de queso y requesón, aceite de oliva y piensos; frente a la disminución de las exportaciones principalmente de carne, vino, legumbres y preparaciones alimenticias.

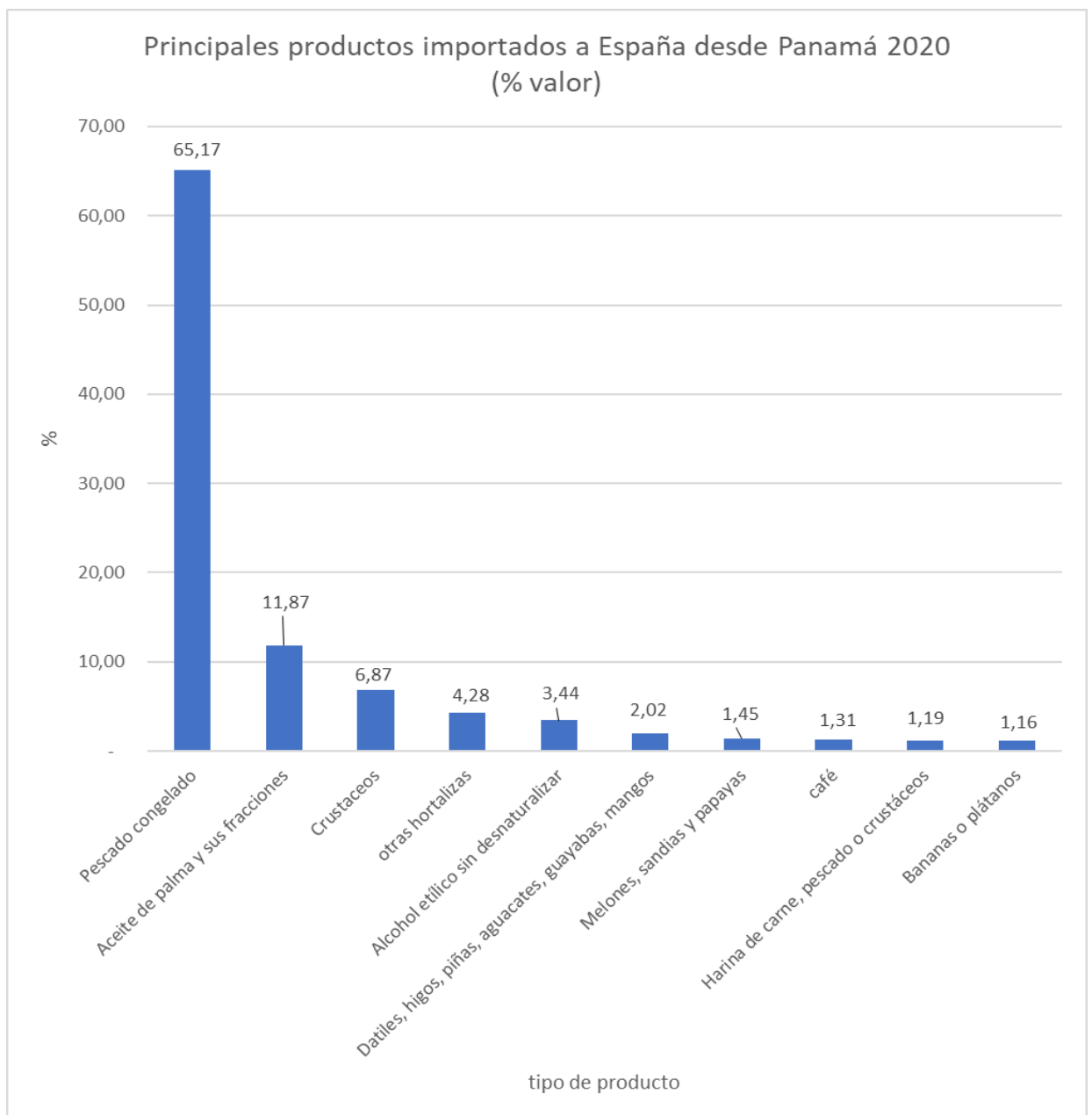
### % variación en exportaciones desde España a Panamá 2019-2020





## ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS

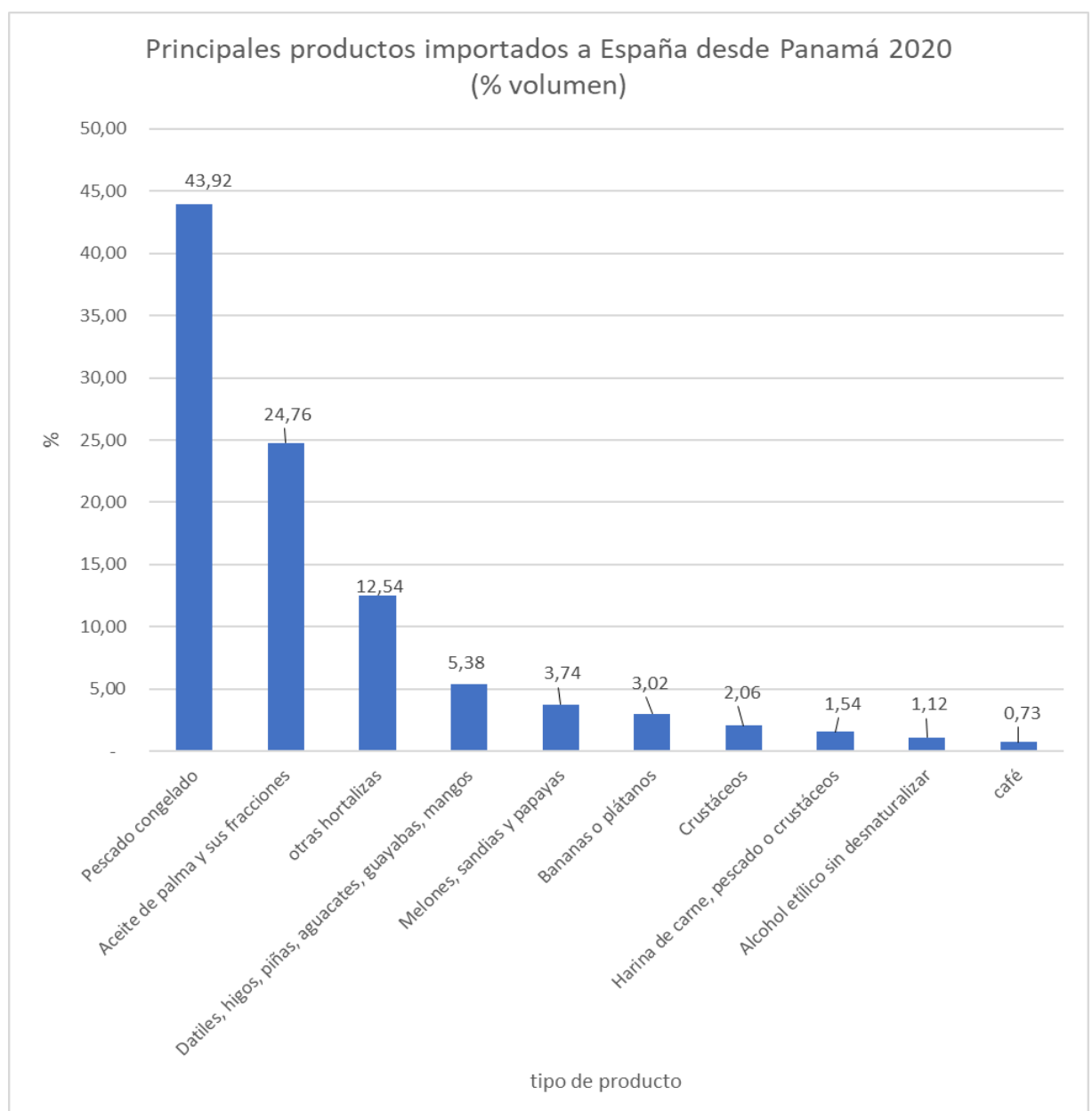
Los 10 principales productos agroalimentarios importados a España desde Panamá, en cuanto a su valor en 2020, fueron los pescados congelados (más del 65 %), el aceite de palma (casi 12 %) y los mariscos (casi 7 %), los cuales representaron casi el 84 % del total, tal y como se aprecia en el gráfico siguiente:





Esto coincide con la tendencia general de fuerte concentración en las exportaciones panameñas (se exportan pocos tipos de productos diferentes), en comparación a la amplia variabilidad de las importaciones panameñas desde España, ya mencionado antes.

Si analizamos las 10 principales importaciones agroalimentarias en 2020 desde Panamá hacia España en cuanto a su volumen de peso, en el siguiente gráfico se observa como destaca el pescado congelado con casi el 44 %, seguido a distancia de aceite de palma y otras hortalizas (estos tres rubros representan más del 81 % del total importado):

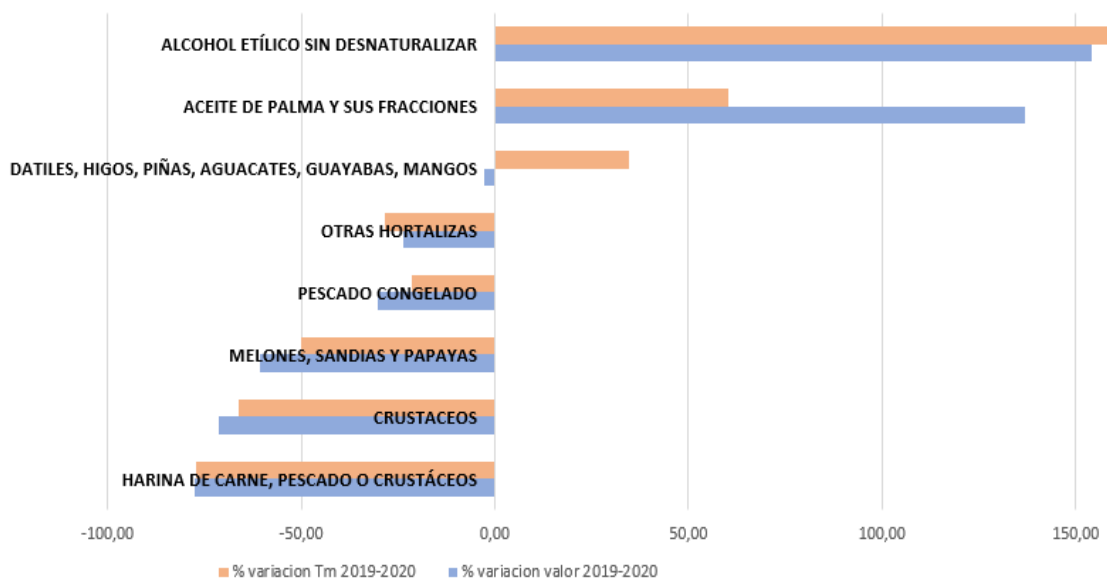







Con respecto a la evolución de las importaciones agroalimentarias desde Panamá entre 2019 y 2020, vemos en el siguiente gráfico el comportamiento de los principales productos, donde se aprecia el incremento de las importaciones de alcohol etílico y aceite de palma; frente a la disminución de las importaciones de harinas proteicas, marisco, frutas tropicales, pescado congelado y otras hortalizas.

% variación en importaciones a España desde Panamá 2019-2020



Según datos del Ministerio panameño de Relaciones Exteriores, aquí se enumeran los principales productos de exportación a España actualmente y los productos potenciales de exportación a corto-medio plazo:



**Principales productos de exportación a España**

- Camarones
- Desperdicios y desechos de cobre
- Calabazas
- Harina de pescado.



**Productos potenciales para exportar a España**

- Miel de caña
- Piñas
- Melones
- Sandias
- Ron

Fuente: Ministerio panameño de Relaciones Exteriores





| % ARANCELES VIGENTES A LA IMPORTACIÓN DE DETERMINADOS PRODUCTOS SELECCIONADOS |         |
|---|---------|
| PRODUCTO  | ARANCEL |
| CARNE DE POLLO  | 15%     |
| CARNE VACUNO  | 15%     |
| ARROZ   | 90%     |
| LECHE   | 20%     |
| CARNE CERDO   | 60%     |
| HUEVOS  | 15%     |
| MAIZ  | 40%     |

(Fuente: Ministerios panameños de Economía y Finanzas, y de Comercio e Industrias)

Según un informe de 2019 del Banco Interamericano de Desarrollo, la mayor parte de los apoyos al sector agropecuario entre 2010 y 2015 (73%) se otorgaron en forma de mecanismos de protección de precios de mercado (que distorsionan el mercado), por los cuales los productores vendieron sus productos a precios más altos de los que habrían podido fijar en ausencia de estas políticas (con excepción de los productores de caña de azúcar como veremos a continuación). De la canasta de productos analizados, los productos pecuarios recibieron mayores niveles de apoyo vía precios que los productos agrarios. En menor medida (13%), el Panamá proveyó algunos subsidios directos a los productores, principalmente pagos por el uso de insumos agropecuarios.

Los aranceles a la importación aumentan el precio de los productos al momento de ingresar al país; y por este motivo, los productores a nivel local reciben precios más altos de los que recibirían en ausencia de medidas de política comercial. Para la mayoría de los productos, las tasas son positivas, llegando al 60% en el caso de la carne de cerdo, al 40% en el caso del maíz, y al 90% en el caso del arroz.

Un caso particular es la caña de azúcar, que no tiene aranceles de importación, sino mecanismos de fijación de precios a nivel interno para los productores, cuyo valor se determina cada cinco años a través de un Consejo consultivo y están regulados a la baja. Por ello los productores obtuvieron precios menores a los internacionales. Entre 2010 y 2015, la caña tuvo un precio fijo de 24 USD por tonelada para la caña “quemada”, y de 25 USD para la caña “cruda”.

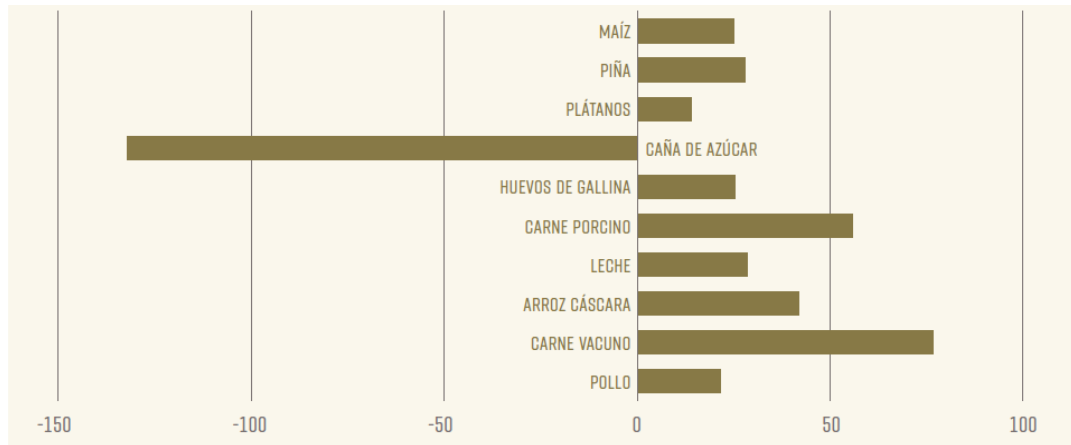
Por ese motivo, el valor de apoyo al precio de mercado (APM)<sup>4</sup> promedio para la caña de azúcar presentó valores negativos, a diferencia del resto de productos, que presentaron valores de apoyo de mercado positivos en esos años<sup>5</sup>, estudiados entre 2010 y 2015 (ver gráfico del Banco Interamericano de Desarrollo):

<sup>4</sup> el APM depende de la diferencia entre los precios domésticos y los de frontera, y de las cantidades consumidas en el país

<sup>5</sup> debido al Sistema Arancelario Centroamericano en vigencia, que impone aranceles a la importación



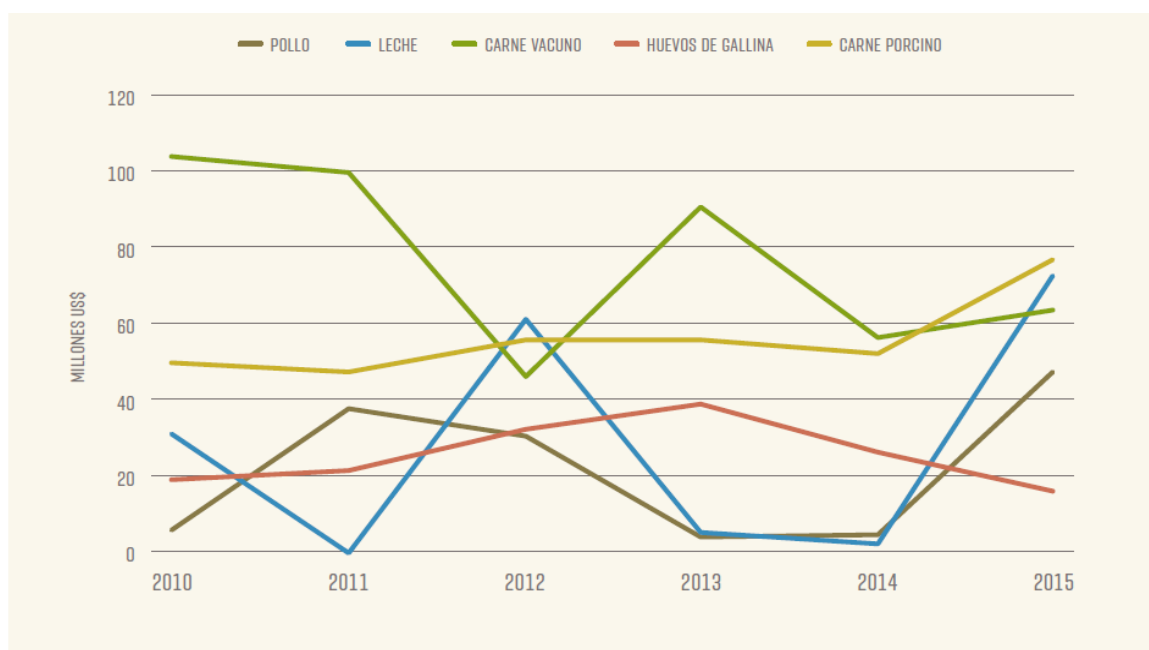
### APM PROMEDIO POR PRODUCTO EN PANAMA 2010-2015 (USD)



Fuentes: Agrimonitor (2018).

Como se puede apreciar en la gráfica siguiente del Banco Interamericano de Desarrollo, el mayor apoyo vía precios de los productos pecuarios fue destinado a la carne de vacuno y la carne porcina. En promedio entre 2010 y 2015, estos apoyos sumaron anualmente unos USD 77 y 56 millones respectivamente, siendo estos dos los rubros con el mayor nivel de apoyo. En general, los apoyos a los precios de la carne de vacuno tuvieron una tendencia a la baja, mientras que han ido al alza en el sector de carne porcina, con montos de apoyo que en el 2014 fueron similares para ambos productos. En 2015, se dio una confluencia en los niveles de APM para carne vacuna, porcina y leche. En el otro extremo, el producto que recibió menos transferencias de APM fue el pollo, promediando unos USD 22 millones anuales entre 2010 y 2015.

### APM A PRODUCTOS PECUARIOS (millones USD)



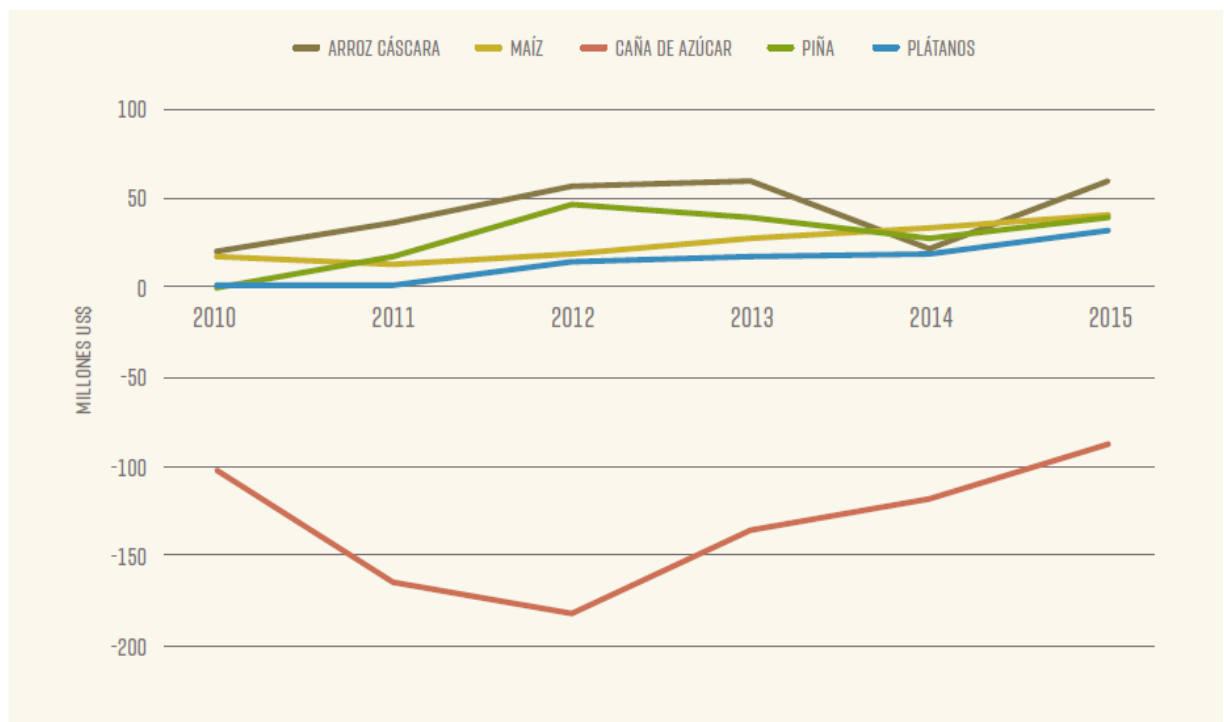
Fuentes: Agrimonitor (2018).



Respecto a los productos agrícolas, con excepción del azúcar, todos los restantes productos (como arroz, maíz, plátanos y piña) recibieron entre 2010 y 2015 valores de APM positivos, con cifras promedio que oscilaron desde los USD 14 millones para plátanos, hasta USD 42 millones de apoyo anual para el arroz cáscara.

La evolución de las transferencias de mercado se puede apreciar en la siguiente gráfica. Con excepción del 2014, el apoyo para todos los productos ha tenido una tendencia al alza. Las medidas de políticas que fijan los precios de la caña de azúcar a pie de finca resultan en valores de APM negativos. Por otro lado, los valores de APM positivos en piña y plátano (productos exportables) se dan por la existencia de la zona económica especial en Panamá que da incentivos a las exportaciones.

APM A PRODUCTOS AGRICOLAS (millones USD)



Fuentes: Agrimonitor (2018).

Las intervenciones de políticas que afectan los precios de mercado se consideran una de las medidas de apoyo que más distorsionan el comercio (OCDE, 2014). Los apoyos a los precios pueden irrumpir en la información que arrojan los mercados a los productores, llevando a tomas de decisiones de producción ineficientes. También son medios menos eficaces de apoyo a los productores en comparación con otras formas de apoyo al sector, como la inversión en bienes públicos (Anriquez et al, 2016).

Los apoyos directos se otorgaron principalmente en forma de pagos para el uso de insumos, especialmente insumos variables y servicios en finca. Los pagos para el uso de insumos promediaron un 89,5% del total de apoyos directos para los años 2010-2015, (75,8% de subsidios a insumos

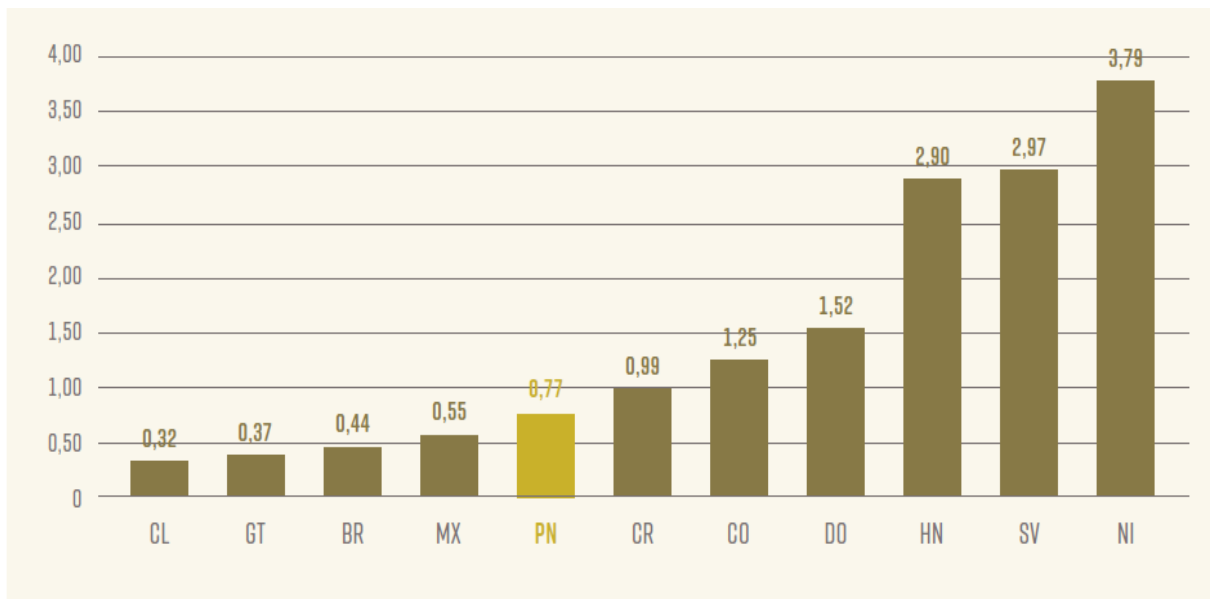




variables más 13,7% de servicios en finca). Sólo en 2014 se dio apoyo a través de pagos basados en área, animales, ingresos o ganancias no actuales, con el programa de Producción Nacional de Granos.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, entre 2013 y 2015, el apoyo total a la agricultura en Panamá representó el 0,77% del PIB del país, por encima de Chile, Guatemala, Brasil y México; y por debajo de otros países como Nicaragua, El Salvador, Honduras, República Dominicana o Costa Rica.

ESTIMADOS DE APOYO TOTAL EN DETERMINADOS PAISES AMERICANOS  
(promedio de 2013 a 2015 como % del PIB)



Fuentes: Agrimonitor (2018).

Brasil, México y Chile, en comparación, tienen una composición de los apoyos distinta a la de Panamá. En estos tres países la presencia de apoyos vía precios fue mucho menor en el conjunto de políticas agropecuarias, aportando apenas el 13% del total de apoyos. En contraste, los apoyos dados a través de gasto público (tanto en forma de apoyos directos como en servicios generales) constituyeron cerca del 87% del apoyo total. En Brasil y México los apoyos directos tuvieron una presencia más grande, mientras que en Chile los apoyos vía servicios generales (o bienes públicos) fueron los más preponderantes. En México y Brasil también se observa la presencia de pagos a los consumidores de productos agropecuarios (TCC). Esta estructura obedece a una mayor apertura de sus mercados agrícolas, y a la disponibilidad fiscal para gasto público en apoyo al sector agropecuario.



El Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea<sup>6</sup> firmado el 29 de junio de 2012 estableció contingentes arancelarios<sup>7</sup> de exportación y de importación que aplican a productos considerados sensibles para las Partes.

En el acuerdo se establecieron dos tipos de contingentes: i) los de carácter arancelario, y ii) los que obedecen a Normas de Origen flexibles o relajadas para su producción o elaboración, respondiendo a las realidades productivas de los países centroamericanos.

Para el caso de productos especialmente sensibles, tanto para Centroamérica como para la Unión Europea, se acordó otorgar contingentes de exportación y de importación entre las Partes, los cuales se importarán libres del pago de aranceles. Los países centroamericanos acordaron entre sí la distribución de los contingentes de carne de bovino, arroz, azúcar y productos de alto contenido de azúcar y ron a granel.

Centroamérica también otorgó a los exportadores de la Unión Europea contingentes libres de arancel para determinados productos, siempre y cuando estos sean originarios de sus Estados miembros. Los hay de tipo regional (para los jamones curados y tocino entreverado, lactosuero y carne porcina preparada o en conserva) y también bilateral entre cada país de Centroamérica y la Unión Europea (para la leche en polvo y los quesos). Para el caso del lactosuero, el arancel fuera de cuota llegó al libre comercio en un período de tres años, es decir, que en ese momento ya no habría contingente para dicho producto. En el caso del jamón curado, el tocino entreverado y la carne porcina preparada o en conserva, el arancel fuera de cuota será desgravado en un plazo de quince años, para llegar al libre comercio.

Los productos agroalimentarios incluidos en los contingentes que obedecen a normas de origen flexibles o relajadas para su producción o elaboración son los lomos de atún, para los cuales se acordó una cuota regional de 4,000 TM sin crecimiento anual. Este tipo de norma, bajo cuota, permite al productor/exportador de lomos de atún utilizar en su fabricación atún entero de cualquier parte del mundo, sin importar su origen para su exportación posterior al mercado europeo, y gozar de las preferencias arancelarias establecidas en el Acuerdo.

La administración de los contingentes de exportación otorgados a Centroamérica por la Unión Europea se regula por medio del Reglamento Centroamericano para la Administración de Contingentes Regionales del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, el cual es un instrumento que no está contenido en el Acuerdo, sino que es complementario. Los principios generales que rigen la administración de las cuotas buscan garantizar la plena y óptima utilización de las mismas, minimizando la posibilidad de desaprovechamiento de los accesos preferenciales negociados con la Unión Europea. En este sentido, si un país centroamericano no ha utilizado la totalidad de la cuota anual que tiene asignada a una fecha de corte especificada para cada producto, este deberá poner la cantidad no exportada a disposición del resto de los países centroamericanos. Las exportaciones que realicen cada uno de los países gozarán de preferencias hasta que se alcance el nivel máximo otorgado como contingente regional, a partir del cual se aplicará el arancel de “nación más favorecida”.

<sup>6</sup> En Panamá fue ratificado por la Asamblea Nacional mediante Ley N°27 del 17 de abril de 2013, publicado en Gaceta Oficial 27269 el 18 de abril de 2013, entrando en vigor para la República de Panamá el 1 de agosto de 2013.

<sup>7</sup> El contingente arancelario se define como una cuota que permite ingresar al mercado de un socio comercial con un volumen determinado de productos bajo tratamiento preferencial, es decir, bajo la aplicación de un arancel más bajo que el que aplican al resto de países con los cuales no se tiene acuerdo preferencial.



El Acuerdo estableció un tratamiento especial para las exportaciones de banano originario de Centroamérica hacia el mercado de la Unión Europea. Este mecanismo se aplica para el período 2010-2020, individualmente a cada país de la región y se complementa con la implementación de un mecanismo de estabilización de carácter temporal que finaliza en el año 2020. El objetivo es evitar incrementos súbitos en los volúmenes de importaciones de banano centroamericano en la Unión Europea, lo cual se consigue aplicando diferentes aranceles: primero los más altos y, posteriormente, estos se han ido reduciendo con el paso de los años, lo que ha permitido al mismo tiempo ir reduciendo su nivel de protección en la región europea. Si un país alcanza la cantidad establecida en ese año, la Unión Europea puede suspender temporalmente el arancel preferencial por un período no mayor a tres meses.

Por otro lado, en el Acuerdo las Partes se comprometen a no mantener, introducir o reintroducir subsidios a la exportación (en base a lo establecido en el artículo 1.e) del Acuerdo de Agricultura de la OMC) para aquellas mercancías agrícolas que gozarán de acceso inmediato libre de aranceles, las que están sujetas a un plazo de desgravación, y también a aquellas que poseen una cuota libre de arancel. Además, ninguna de las Partes podrá mantener, introducir o reintroducir subsidios a la exportación para mercancías que ya están liberalizadas mediante el proceso de desgravación arancelaria.

Respecto a las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias establecidas en el acuerdo, existen derechos y obligaciones que tanto Centroamérica como la Unión Europea se han comprometido a observar y cumplir para mejorar el acceso y facilitar el comercio de productos al mercado de la otra Parte, salvaguardando los niveles de protección de salud humana, animal y de las plantas. Las premisas básicas que deben cumplirse son:

- la Parte exportadora debe asegurarse de que los productos exportados a la Parte importadora cumplen con los requisitos sanitarios y fitosanitarios de la Parte importadora.
- La Parte importadora debe asegurarse de que las condiciones de importación sean aplicadas de forma proporcional y no discriminatoria, según el estatus sanitario del país exportador.

Con el objetivo de alcanzar la facilitación del comercio para los productos de ambas regiones, se estableció que se requerirá que la empresa interesada en exportar productos de origen animal forme parte de una lista autorizada de establecimientos emitida por la Parte importadora. Esta se constituye en una lista de establecimientos de carácter privilegiado, que le permite al exportador, una vez autorizado para ingresar a dicho listado, realizar sus exportaciones sin la necesidad de que el establecimiento sea verificado por cada operación de exportación que realice. Lo anterior representa una responsabilidad para el exportador, ya que siempre debe cumplir con todos los requisitos exigidos, de lo contrario el establecimiento será excluido de la lista, y deberá someterse de nuevo al proceso de selección.

El acuerdo también contiene disposiciones relativas al establecimiento de zonas libres de plagas o enfermedades y zonas de baja prevalencia de plagas o enfermedades, para lo cual se considerarán factores tales como: la situación geográfica, los ecosistemas, la vigilancia epidemiológica y la eficacia de los controles sanitarios o fitosanitarios. Al respecto, se establece que para la determinación de esas zonas, ya sea por primera vez o después de un brote de una enfermedad o la reintroducción de una plaga, la Parte importadora deberá en principio basar su propia determinación de la situación



zoosanitaria y fitosanitaria de la Parte exportadora o partes de esta, tomando como base la información proporcionada por la Parte exportadora de conformidad con el Acuerdo MSF de la OMC, y de acuerdo también con las normas, directrices y recomendaciones de las entidades internacionales de referencia, que son la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF).

Las disposiciones sobre derechos de Propiedad Intelectual del Acuerdo comprenden, entre otros, las indicaciones geográficas, incluidas las denominaciones de origen y las variedades vegetales. Este apartado tiene como finalidad garantizar la protección adecuada y efectiva de las diferentes categorías de derechos con estándares mínimos, manteniendo una coherencia con otros instrumentos internacionales negociados con otros países o el Acuerdo sobre los Aspectos sobre los Derechos de Propiedad Intelectual de la OMC, en aras a adecuar los intereses de Centroamérica y la Unión Europea a sus sistemas vigentes de protección de derechos de Propiedad intelectual, sin que ello implique hacer modificaciones sustanciales a las legislaciones nacionales. Las disposiciones sobre indicaciones geográficas permitieron que productos centroamericanos registrasen sus marcas o distintivos gozando así de protección en la Unión Europea, por ejemplo: Café Apaneca-Illamatepec y Bálsamo de El Salvador, Café y Banano de Costa Rica, Café Antigua y Ron de Guatemala, Cafés del Occidente y de Marcala en Honduras, Seco<sup>8</sup> de Panamá. Al mismo tiempo, se posibilitó a la Unión Europea la inscripción y protección a sus indicaciones geográficas en Centroamérica, entre ellos vino de La Rioja, champagne, jamón serrano, queso manchego, etc.

---

<sup>8</sup> licor de caña de azúcar