

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía de Mercado Multisectorial

Panamá



CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Información General.....	4
3. Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
3.3 Nivel de Competitividad.....	6
4. Comercio Exterior de bienes y servicios.....	6
4.1 Intercambio Comercial de bienes Panamá – Mundo	6
4.2 Comercio Exterior de Servicios.....	7
4.3 Intercambio Comercial Perú – Panamá	7
5. Acceso al Mercado.....	9
5.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias	9
Medidas arancelarias.....	9
Medidas no arancelarias.....	10
5.2 Otros impuestos aplicados al comercio.....	11
6. Oportunidades Comerciales.....	11
7. Tendencias del Consumidor	14
8. Cultura de Negocios.....	15
9. Links de Interés.....	16
10. Eventos Comerciales.....	17
11. Bibliografía	18

1. Resumen ejecutivo

De acuerdo al FMI, se espera que la economía de Panamá se mantenga entre las más dinámicas de la región. La perspectiva económica es favorable, aunque ante un escenario de mayor incertidumbre externa. El modelo de crecimiento de Panamá depende de su capacidad para seguir siendo un destino competitivo y atractivo para los servicios financieros internacionales, empresariales y de transporte.

El **sector servicios** representa el 83% del PBI. Es el país líder en servicios de la región. Una de las razones que sustentan esta participación es la creación de la *Ley de Sedes Regionales de Empresas Multinacionales*, que da beneficios en los sectores financieros, laborales y migratorios a empresas que buscan establecer subsidiarias en Panamá. Para el 2016, 134 empresas -Dell, Sony, Caterpillar, Procter & Gamble, Huawei, Nike, Daewoo entre otras- ya habían instalado una filial en el país al amparo de esta ley, generando alrededor de 5,000 plazas de trabajo.

Actualmente, gran parte de la oferta peruana ingresa al mercado panameño libre de arancel en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – Panamá, el cual entró en vigencia el 1° de mayo de 2012. En cuanto a sus beneficios, cabe señalar que en un plazo máximo de cinco años, alrededor del 95% de las exportaciones peruanas ingresarán a Panamá con 0% de arancel.

Las exportaciones por sectores muestran que el crecimiento de los envíos a Panamá hasta diciembre de 2016 se debe tanto al sector tradicional como al sector no tradicional. Este crecimiento es consecuencia del aumento en las exportaciones de petróleo y gas natural (US\$ 415 millones / 19,1%) y los envíos del sector no tradicional (US\$132 millones/ 11,9%)

2. Información general

La capital es la Ciudad de Panamá y se estima que su población, en 2014, fue de 3,8 millones de habitantes, los cuales tienen una fuerte concentración geográfica, con más de un 60% localizada en las áreas metropolitanas de Panamá y Colón, y el resto en el lado del Pacífico.

La superficie comprende un área de 75 517 Km². Cuenta con dos extensas costas, frente a las cuales se encuentran unas 1 520 islas, islotes y cayos. La costa del Pacífico tiene una longitud de 1 700 Km. siendo más extensa que la del Caribe, de 1 288 Km.

Cabe resaltar que la población es relativamente joven: el 27,7% tiene menos de catorce años y solo un 7,3% de las personas que habitan el país ha pasado los 65 años; mientras que la esperanza de vida es de 78,1 años y la edad media es de 28 años.

La estructura étnica es muy variada, siendo el grupo hispano-indígena el más importante. Este grupo se desenvuelve en todas las áreas de la actividad económica. Por su parte, la población indígena, que representa aproximadamente un 10% de la población, se agrupa en seis etnias: Kuna, Ngöbe-Buglé (Guaymí), Teribe, Bokota, Emberá y Wounan, normalmente fuera del circuito económico.



La vegetación se caracteriza en la vertiente caribeña, por las grandes extensiones de selva, mientras que en la vertiente del Pacífico, la cual es más seca, la vegetación es menos espesa, alternándose el bosque y la sabana. En las llanuras de los litorales se encuentran manglares y palmerales. La deforestación es cada día más acusada y afecta ya a grandes extensiones de selva.

El clima es húmedo tropical cálido, donde las temperaturas se mantienen bastante estables a lo largo del año en las costas y tierras bajas. En la mayor parte del país la temperatura promedio está entre 27,5°C y 29°C. En general, la estación seca se extiende desde finales de diciembre hasta primeros de abril, y la época lluviosa desde abril hasta diciembre siendo los meses más lluviosos mayo y junio.

3. Situación económica y de coyuntura

Según reportes del Banco Mundial, durante la última década, Panamá ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en todo el mundo. El crecimiento medio anual fue del 7.2 por ciento entre 2001 y 2013, más del doble del promedio de la región. De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá, la economía de este país crecerá 5.8% en el año 2017, impulsada por el dinamismo de los sectores construcción, minero y gas y electricidad. Este crecimiento se sustenta en un agresivo programa de inversión, tanto pública como privada y en la ampliación del canal de Panamá. Por otro lado, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) proyecta una expansión de la economía de Panamá del 5.8%, y el Banco Mundial, de 5.2%.

De acuerdo al FMI, se espera que la economía de Panamá se mantenga entre las más dinámicas de la región. La perspectiva económica es favorable, aunque ante un escenario de mayor incertidumbre externa. El modelo de crecimiento de Panamá depende de su capacidad para seguir siendo un destino competitivo y atractivo para los servicios financieros internacionales, empresariales y de transporte.

Se espera que la economía crezca en 5,5% por ciento para 2018. Las perspectivas de alto crecimiento se sustentan en las nuevas oportunidades para el crecimiento impulsado por el sector privado en áreas clave como transporte y logística, minería, servicios financieros y turismo.

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales Variables Macroeconómicas

Indicadores Económicos	2013	2014	2015	2016	2017*
Crecimiento del PBI (%)	6.6	6.1	5.8	5.0	5.8
PBI per cápita (US\$)	11,649	12,564	13,114	13,654	14,515
Tasa de inflación (%)	4.0	2.6	0.1	0.7	2.0
Tasa de desempleo (%)	4.0	4.8	5.0	5.4	5.4

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERU *Estimado

a. Producto Bruto Interno total y sectorial

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) informó que la desaceleración de la economía Panameña se debe en gran parte a la coyuntura global y la dependencia de la economía panameña de su comercio exterior, la cuales frenaron el crecimiento previsto del producto interno bruto (PIB) del país durante 2016.

b. Nivel de empleo

La tasa de desempleo fue de 5,4% en 2016, la desocupación en las mujeres sigue siendo mayor que en los hombres. De acuerdo al economista Rolando Gordón el desempleo que se registra en Panamá no es más que el resultado de la desaceleración de la economía, impulsada principalmente por la situación internacional.

c. Tipo de cambio

La moneda oficial de Marruecos es el dirham marroquí (MAD). Cada peso se divide en cien céntimos. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	1,00000 PAB
US Dólar		Balboa Panameña
1 USD = 1,00000 PAB	↔	1 PAB = 1,00000 USD
1,00 PEN	=	0,305330 PAB
Sol Peruano		Balboa Panameña
1 PEN = 0,305330 PAB	↔	1 MAD = 3,27515 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: PROMPERU

d. Inflación

La tasa de inflación fue de 0,7 % en 2016; sin embargo, se espera un incremento de la misma a mediano plazo alcanzando el 2017 el 2,0%.

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

La agricultura representa el 2,7% del PBI y emplea casi al 40% de la fuerza laboral del país. El sector agropecuario panameño, viene enfrentando graves problemas en los últimos cinco años, debido a factores como la sequía, inundaciones, comercialización y ausencia de políticas agrícolas que permitan a los productores producir y vender sus cultivos a precios justos.

El **sector manufacturas**, en tanto, representa el 14% del PBI. Con la creación del Programa Nacional de Competitividad Industrial, se espera una mayor generación de empleo y la ejecución de planes que favorezcan el desarrollo del sector y la promoción de las exportaciones panameñas.

El **sector servicios** representa el 83% del PBI. Es el país líder en servicios de la región. Una de las razones que sustentan esta participación es la creación de la *Ley de Sedes Regionales de Empresas Multinacionales*, que da beneficios en los sectores financieros, laborales y migratorios a empresas que buscan establecer subsidiarias en Panamá. Para el 2016, 134 empresas -Dell, Sony, Caterpillar, Procter & Gamble, Huawei, Nike, Daewoo entre otras- ya habían instalado una filial en el país al amparo de esta ley, generando alrededor de 5,000 plazas de trabajo.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Panamá y para otros países similares.

Cuadro N° 02
Facilidad para hacer negocios 2016

Criterios	Panamá	Perú	Nicaragua	Colombia	Costa Rica	Chile	Rep. Dominicana
Facilidad de hacer negocios	70	54	127	53	62	57	103
Apertura de un negocio	43	103	128	61	125	59	115
Manejo permiso de construcción	73	51	168	34	53	26	45
Acceso a electricidad	23	62	99	74	27	64	148
Registro de propiedades	84	37	146	53	52	58	82
Obtención de crédito	20	16	101	2	7	82	101
Protección de los inversores	70	53	145	13	165	32	87
Pago de impuestos	170	105	176	139	62	120	129
Comercio transfronterizo	53	86	73	121	71	65	58
Cumplimiento de contratos	145	63	83	174	125	56	131
Insolvencia	133	79	103	33	107	55	160

Fuente: Doing Business 2017

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú

Panamá subió tres posiciones en el ranking 2017¹ de Doing Business ya que se encuentra una mayor facilidad para hacer negocios con respecto a países del centro y sur américa, este ascenso se debe a una mayor inversión privada, un clima de confianza de los consumidores y a una economía en crecimiento.

4. Comercio exterior de bienes y servicios

4.1. Intercambio comercial de Bienes Panamá con el mundo

En 2015, el intercambio comercial de bienes de Panamá descendió a US\$ 34 570 millones, lo que representó una caída de 10,3% con respecto a 2014. Cabe destacar, que la balanza comercial del país con el mundo es permanente deficitaria y con tendencia incremental. El decrecimiento promedio anual de las importaciones fue de 3,1%, mientras que las exportaciones tuvieron, en promedio, un decrecimiento de 6,7% desde 2011. Los principales productos de exportación para Panamá son: los combustibles minerales, productos químicos orgánicos y diversos artefactos mecánicos.

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de Bienes Panamá– Mundo							
(millones de US\$)							
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Prom 15/11	Var % 15/14
Exportaciones	15,896,225	16,766,628	15,718,136	13,778,161	12,061,293	-6.7	-12.5%

¹ Con respecto al ranking del 2016

Importaciones	25,382,541	27,218,424	25,720,267	24,780,413	22,509,571	-3.0	-9.2%
Balanza Comercial	9,486,316	10,451,796	10,002,131	11,002,252	10,448,278		
Intercambio Comercial	41,278,766	43,985,052	41,438,403	38,558,574	34,570,864	-4.3	-10.3%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PromPerú

4.2. Intercambio comercial de Panamá con el Perú

De acuerdo al Cuadro N° 4, el intercambio comercial de Perú con Panamá ha crecido en el último año, mostrando las exportaciones a este país un crecimiento de 25,1% en promedio anual.

Cuadro N° 04

Información Comercial: Panamá - Perú							
(US\$ Millones)							
Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016	Var % Prom 16/12	Var % 16/15
Exportaciones de Perú a Panamá	496	623	571	445	557	3.0	25.1%
Importaciones de Perú desde Panamá	54	119	15	96	91	13.9	-5.0%
Balanza Comercial	442	504	556	350	467	N/A	N/A
Intercambio Comercial	550	742	585	541	648	4.2	19.8%

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú.

Las exportaciones por sectores muestran que el crecimiento de los envíos a Panamá hasta diciembre de 2016 se debe tanto al sector tradicional como al sector no tradicional. Este crecimiento es consecuencia del aumento en las exportaciones de petróleo y gas natural (US\$ 415 millones / 19,1%) y los envíos del sector no tradicional (US\$132 millones/ 11,9%)

Los sectores responsables del aumento de exportaciones del sector no tradicional son: el sector agropecuario que aumento 31,4%, el metal mecánico que obtuvo un crecimiento del 71,1% y el sector químico 10,7%.

Algunos de los principales productos que crecieron con respecto al 2015 son las preparaciones utilizadas para la alimentación de los animales (US\$12 millones/ +8,4%), Las demás semillas y frutos (US\$6 millones/ +119,4%), libros y folletos impresos (US\$3 millones/ +100,7%).

Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos			
(us\$ millones)			
Sector	2015	2016	Var.% 16/15
Tradicional	351	427	21.9%
Minero		5	2415.9%
Cobre, concentrados y min.		4	2281.9%
Hierro lodos y tortas			
Plomo, concentrados y min.			
Zinc refinado			
Pesquero		4	
Aceite de pescado		3	
Harina de pescado		1	
Petróleo y gas natural	349	415	19.1%
Petróleo, derivados	349	415	19.1%
Agrícolas	2	3	84.0%
Café	2	3	77.4%
Lanas			
No tradicional	118	132	11.9%

Agropecuario	36	48	31.4%
Artesanías			-80.3%
Maderas y papeles	6	8	42.8%
Metal-mecánico	19	33	71.1%
Minería no metálica	4	4	17.2%
Pesquero	6	10	53.3%
Pieles y cueros			-26.5%
Químico	20	22	10.7%
Sidero-metalúrgico	4	4	-12.5%
Textil	6	5	-20.4%
Varios (inc. Joyería)	2	2	-22.4%
Total general	104	135	30.3%

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú.

A continuación se presentan los principales productos no tradicionales exportados a Panamá.

Cuadro N° 06

Panamá: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % Prom. 16/12	Var. % 16/15	% Part. 2016
0806100000	Uvas frescas	5	4	4	6	6	6.9	-0.1%	4%
3923302000	Preformas					6	4	5	4
4901999000	Los demás libros, folletos e impresos		2	2	4	2	3	18.2	100.7%
3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de propileno	4	4	4	3	3	-11.0	-11.0%	2%
1604200000	Demás preparaciones y conservas de pescado				3	3	4	3	3
0810400000	Arándanos rojos					2			1%
2005999000	Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas			1	1	2	184.7	76.4%	1%
0307490000	Jibias, globitos, calamares y potas	2	2	2	1	2	-1.4	22.0%	1%
3920100000	Las demás placas, láminas	1	1	1	2	1	14.6	-8.8%	1%
0703100000	Cebollas y chalote	1	2		1	1	5.6	65.0%	1%
	Resto	102	96	110	81	110	1.9	34.9%	81%
TOTAL		124	118	134	104	135	2.1	30.3%	100%

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú.

5. Acceso al mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

Los aranceles varían entre el 3% y 50%. Cerca del 50% de las importaciones están exentas del pago de los aranceles². Para información detallada acerca de los aranceles de importación vigentes a enero de 2015, dirigirse al siguiente enlace:

<http://www.mici.gob.pa/clase.php?cid=15&sid=57&clid=64>³

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=110&Itemid=133

Cuadro N° 07

Panamá: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	0806100000	Uvas frescas		Perú (48%) Chile (28%) EEUU (22%)	0,0%	0,0%
2	3923302000	Preformas		Costa Rica (49%) Perú (13%) Colombia (9%)	0,0%	0,0%
3	4901999000	Los demás libros, folletos e impresos		Estados Unidos (25%) México (19%) Perú (11%)	0,0%	0,0%
4	3920209000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de propileno		Perú (40%) El Salvador (15%) Estados Unidos (12%)	0,0%	0,0%
5	1604200000	Demás preparaciones y conservas de pescado		Perú (50%) China (43%) Estados Unidos (4%)	10%	10%
6	0810400000	Arándanos rojos		Perú (91%) México (7%) Chile (1%)	15%	15%
7	2005999000	Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas		Perú (29%) China (25%) Estados Unidos (21%)	15%	15%
8	0307490000	Jibias, globitos, calamares y potas		Perú (44%) China (43%) Estados Unidos (5%)	10%	10%
9	3920100000	Las demás placas, láminas		Costa Rica (34%) China (20%) Guatemala (9%)	0,0%	0,0%
10	0703100000	Cebollas y chalote		Países Bajos(42,7) Estados Unidos (12,6) Perú (5,2)	0,0%	0,0%

Fuente: TradeMap, Elaboración: PromPerú.

Medidas no arancelarias

² Autoridad Nacional de Aduanas

³ Página oficial del acuerdo Perú-Panamá

Existen pocas restricciones concernientes a la importación. Las restricciones de mayor importancia están establecidas para productos considerados como peligrosos para la salud o aquellos que se consideren en contra de la ley. La importación de ciertos productos, dependiendo de su naturaleza, requiere autorización de varias instituciones gubernamentales, entre ellas:

- Departamento de Farmacias, Drogas y Alimentos (Ministerio de Salud): <http://www.minsa.gob.pa/>
Cualquier empresa dedicada a la importación, venta y/o distribución de productos farmacéuticos en general, productos veterinarios, alimentos y cosméticos deben solicitar una licencia de salud y someter al producto en análisis y registró.
- Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA): <http://www.mida.gob.pa/>
Este ministerio junto al Viceministerio de Finanzas y la Contraloría General de la República, forman la Comisión Especial. Esta comisión autoriza la importación de materias primas de origen agropecuario. La importación de productos lácteos, maíz, cebolla, alubias blancas, lentejas y frijoles pintos sólo se autoriza una vez consumida la producción nacional.
- Instituto de Mercadeo Agropecuario (I.M.A): <http://www.panamatramita.gob.pa/>
Su función es proteger al productor agropecuario para que los productos se vendan en los mercados locales a precios y condiciones adecuadas. Por ello, establece cuotas de importación a ciertos productos durante determinados periodos del año, de acuerdo a la disponibilidad local de tales productos.
- Ministerio de Comercio e Industrias (MICI): <http://www.mici.gob.pa/base.php?hoja=homepage>
Verifica las importaciones realizada bajo los Tratados Bilaterales de Libre Comercio y Acuerdos de Alcance Parcial de modo que sean aprobados de acuerdo a los requisitos de los tratamientos especiales aplicables a cada uno de ellos.
- Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA): <http://www.aupsa.gob.pa/aupsaweb/>
Encargada de autorizar las importaciones de alimentos cumpliendo con las normas que exige el país. Está adscrita al Ministerio de Salud.

Por otro lado, los requerimientos documentarios exigidos por Panamá a terceros países mediante el Decreto de Gabinete No. 41, artículo 115. Toda persona que del extranjero envíe mercancías a la República por conducto distinto del correo, la amparará con los siguientes documentos:

- a) La factura comercial original;
- b) El conocimiento de embarque (guía aérea, carta de porte, conocimiento de embarque marítimo negociable, conocimiento multimodal, etc., según el caso); y,
- c) El permiso respectivo en los casos de importación restringida.
- d) Cuando la calidad o la raza sea la causa determinante del aforo, deberán acompañarse también del documento que prueba esa circunstancia, expedido por autoridad competente del país de origen.

Se excluye la obligación de presentación del conocimiento de embarque en los casos de importaciones que proceda de una zona franca establecida en la República o de Depósitos de Mercancía a la Orden, Tiendas Libres, Puertos Libres o Depósitos Especiales.

5.2 Otros impuestos Aplicados al Comercio

En todas las transacciones se aplica el Impuesto de Transferencia de Bienes Muebles y Servicios (ITBMS), que implican la transmisión o transferencia de productos o mercancías. Este impuesto ITBMS se cobra en el momento de realizar ventas de bienes de consumo y servicios. Los vendedores deben cobrar el impuesto y remitirlo al Ministerio de Economía y Finanzas periódicamente (mensual o trimestral) dependiendo del volumen total de ventas. En la

mayoría de los casos la tasa de este impuesto es del 7% del valor de venta. También se aplica para el caso de las importaciones.

Las importaciones se encuentran sometidas a un equivalente del IVA, este gravamen es denominado impuesto de transferencia de bienes muebles (ITBM) y posee una tasa de 7% sobre el valor de aduana más el arancel que se hubiera aplicado. Esta tasa es una de las más bajas de América Latina ya que el promedio es casi el triple en la región, entre 15% y 18%. Además, se debe pagar un impuesto sobre los documentos, de 2% a 5% del valor FOB (productos sujetos a aranceles) y de 5% a 8% (productos libres).⁴

6. Oportunidades comerciales

6.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Actualmente, gran parte de la oferta peruana ingresa al mercado panameño libre de arancel en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – Panamá, el cual entró en vigencia el 1° de mayo de 2012. En cuanto a sus beneficios, cabe señalar que en un plazo máximo de 5 años, alrededor del 95% de las exportaciones peruanas ingresarán a este mercado con 0% de arancel.⁵

6.2 Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología empleada por el departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables al mercado de Argentina a nivel de sectores. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Argentina (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8: Sector Agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
210690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella	24	0%	Costa Rica - 37% EEUU- 36% Países Bajos - 5%
120190	Habas de soja	Estrella	18	0%	EEUU- 99% Canadá - 0% China - 0%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas	Prometedor	3	10%	España - 83% EEUU - 11%

⁴ The Federation of International Trade Associations

⁵ MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo)

					Guatemala - 4%
80390	Plátanos frescos o secos	Prometedor	2	15%	Costa Rica - 96% Ecuador - 3% Perú - 0%
81040	Arándanos rojos	Prometedor	2	15%	Perú - 90% México - 7% Chile - 1%
80440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Prometedor	2	15%	Perú - 40% México - 40% Costa Rica - 9%

Fuente: Trademap / SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Actualmente el sector agropecuario en Panamá atraviesa una crisis que no solo afecta su producción sino también reduce los puestos de trabajo. Asimismo, el sector se ha visto afectado por el fenómeno del niño que ha destruido muchas cosechas, dejándose de sembrar productos como, cebolla, tomate, papa y arroz.

Desde el año 2010, el sector agropecuario ha venido decreciendo en su participación dentro del producto interno bruto del país (PIB), en el año 2010 - 2011 mostró un crecimiento de 4.6%, mientras que en los años 2012, 2013, 2014 y 2015 ha venido decayendo su participación en 2.2%, 1.5%, 1.2% y 0.4%, respectivamente. Entre las causas de esta reducción están la falta de políticas agropecuarias y la competencia desleal que generan las importaciones y que limitan al productor. Entre los principales productos que importa Panamá están, plátanos frescos, arándanos, paltas y aceitunas.

Cuadro N° 9: Sector Pesquero

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
30617	Camarones y langostinos congelados	Estrella	4	15%	China - 45% Peru - 41% EEUU- 9%
30489	Filetes de pescado congelados	Estrella	2	15%	Peru - 44% EEUU- 44% Taipei - 6%
160419	Preparaciones y conservas de pescado, enteros o en trozos	Prometedor	1	5%	China - 88% EEUU - 9% España - 1%

Fuente: Trademap / SUNAT / Acuerdos Comerciales Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Panamá cuenta con importantes recursos pesqueros en ambos mares que albergan una importante variedad de especies. El 90% de la actividad pesquera tiene lugar en aguas del Pacífico. La actividad de la pesca y acuicultura de

Panamá se divide entre tres grandes ramas: pesca industrial, pesca artesanal/comercial y acuicultura. El sector pesquero ha venido disminuyendo su participación en el PBI del país, debido a Factores como el alto costo de producción y la falta de políticas de Estado, las cuales le han restado competitividad a la industria pesquera nacional en los mercados internacionales. Al respecto, la Autoridad de Recursos Acuáticos de Panamá (ARAP) y el Ministerio de Desarrollo agropecuario (MIDA) lanzaron el Plan de Acción para la Pesca Sostenible dirigido a la pesca artesanal, industrial y deportiva, y la acuicultura comercial, para controlar con mayor rigor los productos que se extraen del mar. Entre las principales especies importadas por el país están, Camarones y langostinos congelados, filetes de pescado congelados y preparaciones y conservas de pescado.

Cuadro N° 10: Sector Textil - Confecciones

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Competidores
611596	Calcetines, de punto, de fibras sintética	Prometedor	34	15%	China - 90% EEUU- 4% Guatemala - 2%
610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas	Prometedor	32	10%	China - 93% Indonesia - 1% Hong Kong - 1%
610712	Calzoncillos de punto, de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	29	15%	China - 93% Hong Kong - 1% Colombia
610520	Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón	Prometedor	28	10%	China - 55% India - 45% Hong Kong - 1%
611595	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños	Prometedor	24	10%	China -88% Países Bajos - 5% EEUU- 2%

Fuente: Trademap / SUNAT / Acuerdos Comerciales Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

El país centroamericano ha visto su industria textil decrecer exponencialmente en la última década, pasando de ser una nación productora a una importadora. Una de las causas de este decrecimiento son los bajos aranceles a la importación de prendas de vestir, así como la oferta de prendas de origen asiático que llegan a través de la Zona Libre de Colón (ZLC). El sector textil genera alrededor de 5,000 empleos. Las importaciones Panameñas de prendas de vestir crecieron en 0,8% en el periodo 2014/2015. Entre los tres principales países proveedores están, China que concentra el 58% de las importaciones, EEUU con el 7% e india con el 2% de participación.

Cuadro N° 11: Sector Manufacturas Diversas

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación		Arancel Perú	

392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros	Prometedor	22	0%	Costa Rica - 34% China - 20% Guatemala - 9%
391732	Tubos flexibles, de plástico	Estrella	6	0%	Rusia - 50% Colombia - 15% EEUU - 14%
790700	Papel y cartón, coloreados o decorados en la superficie o impresos, recubiertos, impregnados ...	Prometedor	2	10%	China - 50% EEUU - 24% Taipei - 12%

Fuente: Trademap / SUNAT / Acuerdos Comerciales Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

La industria manufacturera Panameña se orienta a suplir la demanda nacional, posee escasa actividad exportadora, la cual está centrada en su mayoría en países de la región centroamericana. Los altos costos de la mano de obra y las deficiencias en cuanto a infraestructura dificultan el desarrollo de la industria.

7. Tendencias del consumidor

Los hábitos de consumo de los panameños se han sofisticado, el mercado se mueve fuertemente por el factor aspiracional y la novedad. Esta tendencia se observa en el crecimiento de categorías que no son parte de la canasta básica. Según el último estudio de Dichter & Neira, el 77% de los alimentos que consumen los panameños son comprados en los supermercados. El 29% del gasto se destina a alimentos, el 9% a gastos de recreación, 18% a transporte y 7% a vestuario.

El 32% de la población pertenece a la clase media, esta se caracteriza por tener un consumidor siempre a la búsqueda de productos con algún valor agregado. En general, es un consumidor informado, lee las etiquetas de los productos que consume y asocia la calidad a la marca. El consumidor Panameño se preocupa por su salud y demanda productos orgánicos incluso de otros países.

El mercado panameño es un mercado heterogéneo. Aunque sea un país con una población escasa, sólo 3,5 millones de habitantes, su situación geográfica privilegiada, el desarrollo logístico del país y la Zona Libre de Colon lo convierte en un mercado muy dinámico.

8. Cultura de negocios

Según el plan de desarrollo de mercados realizado por MINCETUR, El principal aspecto a considerar respecto a la cultura empresarial panameña es que realizar negocios en Panamá exige dedicar tiempo en establecer buenas relaciones personales, ya que el ritmo de las negociaciones es lento. Es así que se debe poner énfasis en la búsqueda de la complementariedad de las partes negociantes y en los beneficios mutuos. Suele ser común que el empresario panameño solicite la exclusividad en la importación del producto. Y es posible que para cerrar un negocio, se requiera viajar varias veces antes de concretarlo.

En la cultura panameña, la puntualidad no es un hábito de práctica muy extendida. Un retraso a una reunión de negocios de hasta media hora se considera normal, por lo que no se debe mostrar sorpresa ni molestia por esta flexibilidad en los horarios. La cancelación y reprogramación de citas por parte de los empresarios también puede ser una situación a presentarse, por lo que confirmar la reunión sería una buena práctica.

Normalmente, la personalidad del panameño es bastante informal, pero en los negocios cambia por completo, aquí muestra una actitud formal. Incluso la forma de cortesía que usa para dirigirse a la persona con quien negocia es “usted”. Se recomienda usar la forma “tú” cuando se tenga consentimiento de la otra persona para hacerlo. En las reuniones de negocios, el título profesional con el que se hace referencia a las personas es el de “licenciado”.

9. Links de interés

Cuadro N° 11

Entidad	Enlace
Gobierno Nacional de la República de Panamá	www.presidencia.gob.pa
Autoridad Nacional de Aduanas	www.ana.gob.pa
Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP)	www.asep.gob.pa
Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá	www.panamacamara.com
Ministerio de Comercio e Industrias	www.mici.gob.pa
Agencia de Promoción de Inversiones y Exportaciones	www.proinvex.gob.pa
Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)	www.cerlalc.org
Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)	http://www.wipo.int
Contraloría General de la República de Panamá	http://www.contraloria.gob.pa
Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)	http://www.contraloria.gob.pa/inec/
Central América Data	http://www.centralamericadata.com/
Panamá Compra – Portal con información de productos y servicios que son requeridos por el sector público.	http://www.panamacompra.gob.pa
Panamá Emprende – Facilita la creación de empresas en Panamá	https://www.panamaemprende.gob.pa

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 12

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
EXPOCOMER	Multisectorial	Panamá	Del 24 al 27 de marzo del 2015	www.expocomer.com
Expo Logística Panamá	Multisectorial	Panamá	18.10.-20.10.201	www.panamacamara.com/
Capac Expo Habitat - Exposition for Building and Construction and Furnishings	Construcción	Panamá	Septiembre 2017 September 2018	www.capac.org/

Fuente: AUMA

11. Bibliografía

- Euromonitor: Country Profile
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC 2013-2014
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics
- Ferias internacionales: www.nferias.com

Actualizado al 12.06.2017