

PERFIL COMERCIAL DE LAS RELACIONES COLOMBIA - PANAMA



PERFIL COMERCIAL DE LAS RELACIONES COLOMBIA - PANAMA

CONTENIDO

1. ASPECTOS GENERALES PANAMÁ
 - LOGÍSTICA Y TRANSPORTE
2. COMERCIO EXTERIOR DE PANAMÁ
 - 2.1 PERFIL ARANCELARIO
 - 2.2 ACUERDOS COMERCIALES
 - 2.3 EXPORTACIONES
 - 2.4 IMPORTACIONES
 - 2.5 BALANZA COMERCIAL DE PANAMÁ
3. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – PANAMÁ
 - 3.1 EXPORTACIONES
 - 3.2 IMPORTACIONES
 - 3.3 BALANZA COMERCIAL BILATERAL
4. COMENTARIOS GENERALES

PERFIL COMERCIAL DE LAS RELACIONES COLOMBIA - PANAMA

1. ASPECTOS GENERALES PANAMA

Sin lugar a dudas Panamá posee una ubicación privilegiada, conecta Norte América con Sur América y es paso importante para el transporte marítimo de mercancías entre oriente y occidente. Ubicado en Centroamérica, limita al sur con el Océano Pacífico, al norte con el Mar Caribe, al occidente con Costa Rica y al oriente con Colombia.

Panamá tiene una extensión territorial de 75.420 Km², donde el 89% de su territorio está formado por tierras altas, el 40% del territorio panameño aún es boscoso aunque enfrenta la deforestación permanente y viene a convertirse en una amenaza latente.

Panamá cuenta con un gobierno democrático de elección popular soportado en tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Existen alrededor de catorce días festivos en Panamá, el día del país es Agosto 15. Por otro lado, Panamá no cuenta con Banco Central, ni alguno que cumpla con sus funciones.

Los horarios de los bancos son de 8:30 a.m – 3 p.m, las oficinas del gobierno atienden a partir de las 7:30 a.m hasta las 3:30 p.m y los establecimientos comerciales abren a las 9:30 a.m – 7 p.m (12 m los sábados).

Su población es de 3,4 millones de habitantes que en su mayoría viven en las zonas bajas y representan el 10% del territorio. Su capital, Ciudad de Panamá, es el centro económico y cultural del país y cuenta con una población 1,2 millones de habitantes.

La economía panameña en el año 2009 registró una variación negativa del PIB en 2,4% con respecto al 2008. Aún así, cabe resaltar que Panamá es uno de los pocos países de América Latina que creció en 2009. Sin embargo, el crecimiento

se desaceleró de forma abrupta ya que en 2007 y 2008 se registraron crecimientos de 12,1% y 10,7% respectivamente.

La economía de Panamá está sustentada en el sector de servicios, más del 60% de su PIB es generado por la operación del Canal de Panamá, el Centro Financiero y la Zona Libre de Colón.

El año 2010 comenzó para Panamá con una nueva reforma tributaria, cuando se consolidó una mayor contribución de la Zona Libre de Colón y los puertos entre otros sectores. Para 2010 se espera que la economía crezca alrededor de un 2,3%.

En 2009 presentó un PIB per cápita de USD 11.900 según información de la Central de Inteligencia Americana –CIA, la inflación en 2009 se ubicó en el 2,6%, y la tasa de desempleo alcanzó 7,1% en el mismo año. Este último indicador ha sido una alarma para el gobierno, por tanto, se espera que grandes obras como la expansión del Canal, la construcción de un metro en Ciudad de Panamá y otras obras públicas y privadas contribuyan a reducir la tasa de desempleo, esperando llegar a una tasa de entre el 4,8 % y 4,6%.

De acuerdo con el informe del Banco Mundial “Doing Business”, para el 2010 Panamá se encuentra ubicado en la posición 77 entre 183 economías analizadas respecto a su facilidad para hacer negocios, mejoró 6 puestos con respecto al 2009. Este avance en la calificación se debe en gran medida a la mejora en indicadores como: Registro de propiedades (antes 76, ahora 65), el cual evalúa el número de pasos, el tiempo y el costo que está involucrado en el registro de propiedades; Permisos de construcción (antes 72, ahora 68), en este tópico se relacionan los procedimientos, el tiempo y el costo en el que se incurre para construir un almacén, incluyendo licencias y permisos necesarios.

Las mejores calificaciones las tiene en materia de Comercio transfronterizo (puesto 10), Iniciar un negocio (puesto 27) y Acceso al crédito (puesto 30).

El dólar americano es la moneda de circulación, aunque cuenta con un amoneda propia denominada Balboa. La tasa de cambio es USD \$1,0 = B. 1,0.

- LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Para los viajeros colombianos, en Panamá se les exige un pasaporte válido con un mínimo de vigencia de seis meses al momento de entrada al país, tiquete de regreso y acreditar solvencia económica. Para visitas de hasta 30 días, los ciudadanos colombianos deberán ingresar presentando una visa estampada o con la presentación de una tarjeta de turismo. (USD 5)

Conforme la Aeronáutica Civil panameña, a partir del primero de enero del 2010 el impuesto de salida del país es de USD 40, y las personas mayores de 55 años y jubilados panameños cuentan con un descuento del 50%.

En cuanto al dinamismo económico, en el caso puntual del Canal de Panamá, el transporte en términos de tonelaje neto se redujo en el período enero-octubre de 2009 en 3,2%, y el movimiento de contenedores decreció el 8,3%. La actividad portuaria también presentó una contracción del 5%.

Alrededor del Canal de Panamá aún hoy hay 5.000 hectáreas de terrenos que no han sido desarrollados. La ampliación del Canal ha revalorizado estos terrenos que son aptos para emprendimientos turísticos o instalación de servicios marítimos y logísticos, por ello, la Unidad Administrativa de Bienes Revertidos en coordinación con la Autoridad del Canal de Panamá (ACP) ya proyectan su explotación y desarrollo.

Panamá cuenta con 68 aeropuertos, cinco cuentan con la infraestructura necesaria para adelantar operaciones internacionales. El principal aeropuerto comercial es Tocumen, ubicado a 19 Km de Ciudad de Panamá, 19 aerolíneas comerciales registran operaciones y cuenta con una pista principal de 3.050 metros de largo. Su área de carga es de 7.2 kilómetros cuadrados en la que operan cerca de 16 líneas aéreas, 5 operadores y 13 consolidadores de carga.



Este aeropuerto no cuenta con almacenaje propio dentro del terminal; a menos que el AWB (conocimiento de embarque aéreo) especifique permanencia en Panamá.

En cuanto al acceso marítimo, Panamá lleva la delantera en América Latina, cuenta con 35 puertos y muelles, 5 de ellos tienen todas las facilidades modernas para el manejo de carga.

Los Puertos públicos de Balboa (Océano Pacífico) y Cristóbal (Océano Atlántico) localizados en ambos extremos del Canal de Panamá, tienen la función de centros principales de carga para las rutas de comercio entre oriente y occidente. Estos puertos están equipados con extensas facilidades para manejar contenedores, carga general, a granel y barcos de pasajeros, el primero de ellos cuenta con 1.196 metros de muelle de aguas profundas, 16 hectáreas para manejo de contenedores y 14 grúas pórtico mientras que el segundo tiene 9 muelles (5 de ellos multipropósito) y 6 grúas pórtico Panamax.

En Panamá se localiza la zona franca de mayor actividad en el hemisferio occidental, la Zona Libre de Colón. En esta zona es aceptada toda la mercancía libre de gravámenes aduaneros, la reexportación es igualmente libre de impuestos salvo para aquellos productos manufacturados dentro de Zona Franca que contengan insumos de origen panameño, sobre los cuales se aplican impuestos a la exportación.

Las empresas localizadas en la Zona Franca gozan de beneficios en materia tributaria y cuentan con un régimen laboral especial, cualquier persona jurídica o natural puede operar en la Zona Libre de Colón sin que requiera licencia comercial o un capital mínimo de inversión, se puede operar bajo las siguientes modalidades:

- Compra de local construido sobre terreno alquilado por la Zona Libre.
- Alquiler de un local privado.
- Alquiler de un local propiedad de la Zona Libre.
- Acogerse al Depósito Público.



- Suscribir un contrato de representación.

Los requisitos exigidos son:

- Carta de solicitud.
- Copia del objeto social.
- Depósito de Garantía.
- Paz y Salvo nacional y pago de cuota por clave o permiso de operación.

Bajo cualquier modalidad se pueden realizar las siguientes operaciones:

- Importar.
- Almacenar.
- Exhibir.
- Envasar.
- Manufacturar, Empacar, Manipular.
- Reexportar.

2. COMERCIO EXTERIOR DE PANAMÁ

2.1 PERFIL ARANCELARIO

Panamá adoptó el Sistema Arancelario Armonizado Centroamericano, este sistema es moderado para los bienes esenciales, pero grava significativamente los bienes de lujo. Dado que Panamá establece en su legislación estímulos a la inversión, liberó el ingreso de maquinaria, equipo, materias primas, combustibles, lubricantes, incluso productos semiterminados con destino a empresas manufactureras.

Los animales de reproducción, los alimentos para animales, los medicamentos de uso humano y veterinario, los tractores, las publicaciones, el oro, la plata y el platino, entre otros, igualmente se encuentran exentos de arancel.

Los bienes perecederos, alimentos, químicos o medicamentos, deben contar con registro químico fitosanitario, el cual se obtiene a partir del certificado de la composición del bien y los permisos de libre venta y distribución en el país de origen.

De acuerdo con las estadísticas de la OMC para 2009, Panamá tiene libre de arancel el 25,6% del sector agrícola y el 37,6% del sector industrial.

El Impuesto a las Ventas es del 5%.

2.2 ACUERDOS COMERCIALES

Panamá es miembro de la Organización Mundial de Comercio –OMC, desde el 6 de septiembre de 1997, de igual forma es beneficiario de la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (ICC) y del Sistema General de Preferencias de los Países Industrializados (SGP).

El Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá planteó que con el fin de reducir la pobreza, aumentar la competitividad y generar desarrollo, ha sido necesario establecer una estrategia de apertura de mercados, promoción de la inversión

extranjera directa, incentivar el sector exportador y la preparación de la oferta exportable para mejorar la competitividad del país. En este sentido, los tratados comerciales representan una herramienta ágil y expedita para lograr este cometido.

Actualmente Panamá tiene cinco (5) Acuerdos de Libre Comercio, uno de ellos aún no está en vigencia y tres (3) Acuerdos de Alcance Parcial.

Acuerdos de Libre Comercio:

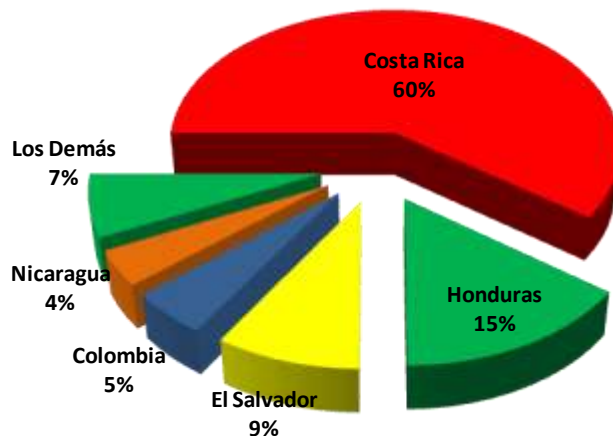
- Panamá-Chile (2006)
- Panamá-Singapur (2006)
- Panamá-Taiwán (2003)
- Panamá-Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua) (2002)
- Panamá-Estados Unidos (Pendiente de entrar en vigencia) (2007)

Acuerdos de Alcance Parcial:

- Panamá-Colombia (1993)
- Panamá-República Dominicana (1985)
- Panamá-México (1985)

Es necesario mencionar que del total de las exportaciones panameñas, sin tener en cuenta la Zona Libre de Colón, los países que tienen acuerdos comerciales suscritos con Panamá representan el 8%, cabe aclarar que no se incluye el comercio con Estados Unidos que representa cerca del 41% de las ventas panameñas.

Exportaciones de Panamá por TLC



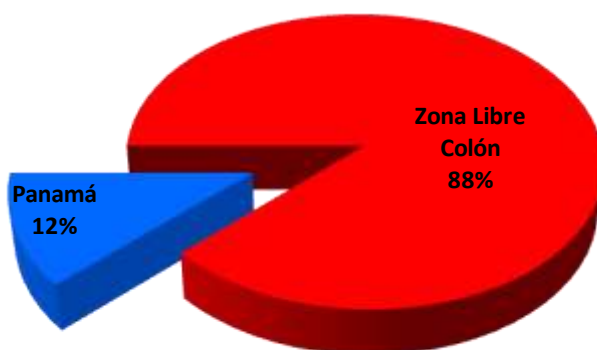
Fuente: Contraloría General de Panamá.

2.3 EXPORTACIONES

En 2009 las exportaciones de Panamá, teniendo en cuenta la Zona Libre de Colón registraron USD 10,904 millones, lo que significó una variación positiva del 6%, es decir, USD 581 millones más que el 2008, año en el cual alcanzó USD 10,232 millones.

Las exportaciones de la Zona Libre de Colón para 2009 alcanzaron USD 9,648 millones, lo que significó una variación positiva del 12% con respecto al 2008 que registró USD 8,599 millones.

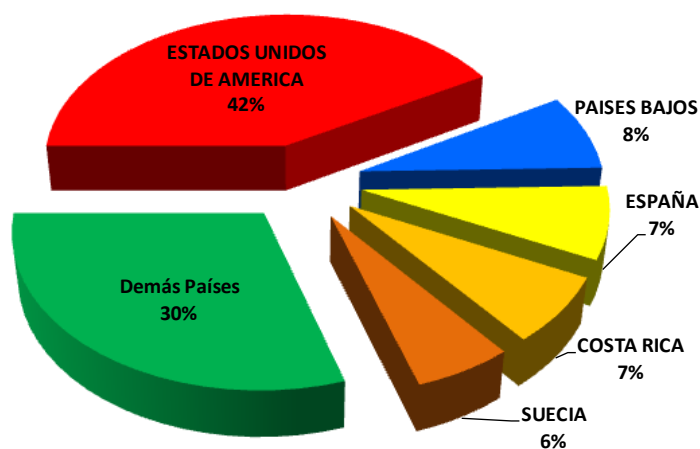
Exportaciones Panamá 2009



Fuente: Contraloría General de Panamá.

Las exportaciones de Panamá van dirigidas principalmente a los Estados Unidos con productos como pescados, atunes, filetes y demás carne de pescado, melones, sandías, papayas, calabazas y piñas entre otros; Países Bajos con productos como piñas, sandías y melones; a España, Panamá exporta principalmente melones, sandías, camarones y langostinos congelados; Costa Rica recibe productos panameños tales como cajas de papel o cartón corrugado, aceites lubricantes, queso fundido y leche y nata.

Pincipales Destinos de las Exportaciones Panameñas 2009



Fuente: Contraloría General de Panamá.

Cerca del 80% de las agroexportaciones panameñas se dirigen al mercado europeo con productos como el melón, la papaya, la sandía, la calabaza y la piña.

Como principales productos tradicionales de exportación de Panamá, se destaca que en 2009 se incrementó el valor exportado del camarón en 8,1%, sin embargo se presentó un saldo negativo en la exportación de larvas de camarón del 68.5% y atún en 12.7%.

Así mismo, las exportaciones de pollos presentaron resultados positivos con un incremento del 12% logrando una buena aceptación en Centroamérica.

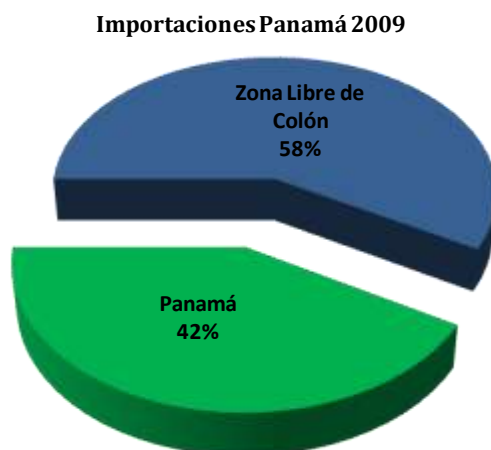
En 2009 la exportación total de cacao alcanzó 722.462 kilos, lo que significó 171.000 Kilos menos que la cifra del año anterior.

La exportación de pieles y cueros registró 24% menos que el año anterior. De forma general las exportaciones de banano, café, sandía, piña y larvas de camarón mostraron un comportamiento inferior al del período pasado.

2.4 IMPORTACIONES

Las importaciones de Panamá incluyendo la Zona Libre de Colón en 2009 alcanzaron USD 12,931 millones, esta cifra es inferior en el 13% a la registrada en 2008 de USD 14,869 millones.

Las importaciones de la Zona Libre de Colón en 2009 registraron USD 7,540 millones, lo que representó un reducción del 12% con respecto al 2008 que alcanzó USD 8,538 millones.



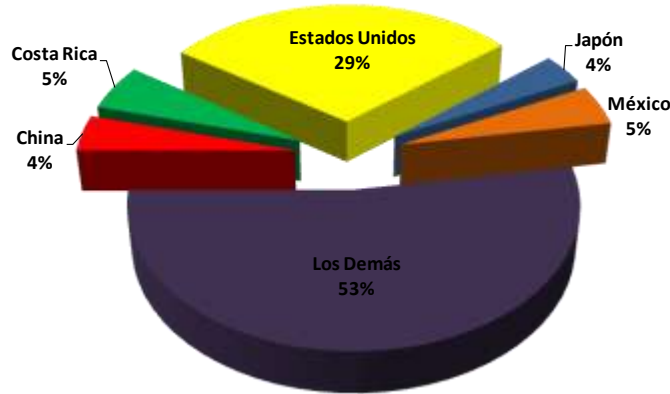
Fuente: Contraloría General de Panamá.

Esta reducción podría ser explicada por la disminución en la importación de bienes de consumo tales como combustibles, lubricantes y utensilios domésticos. De igual forma la importación de materia prima para la agricultura y la industria también se redujo, así como los materiales para la construcción.

Entre los principales proveedores de Panamá se destaca Estados Unidos (29%) con productos como maíz, teléfonos móviles y autopartes; Costa Rica (5%) con jarabes, alimentos para perros o gatos, medicamentos, abonos minerales,

pañales, conductores eléctricos, barras y varillas deformadas; y China (4%) con productos como herbicidas, baldosas para pavimentación, cables de hierro o acero, muebles de metal y de madera.

Pincipales Proveedores de las Importaciones Panameñas 2009

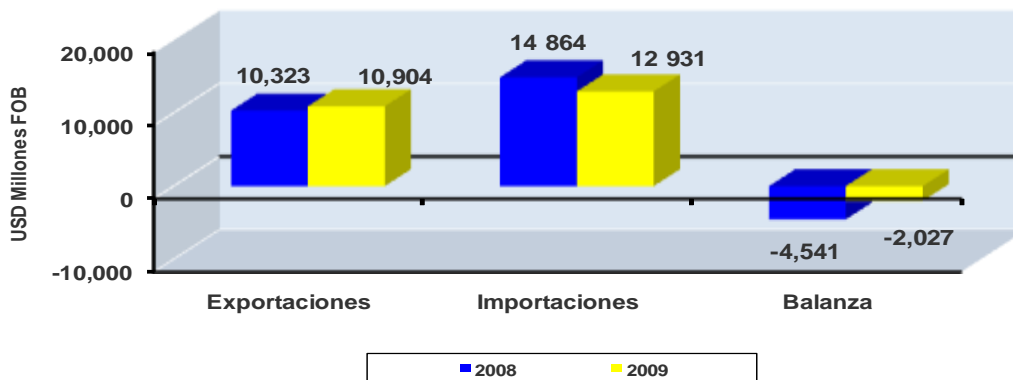


Fuente: Contraloría General de Panamá.

2.5 BALANZA COMERCIAL DE PANAMÁ

La balanza comercial de Panamá fue deficitaria para el año 2009 según estimaciones de la Contraloría General de la República de Panamá, quien asegura que para 2009 se alcanzó un déficit en USD 2,027 millones, siendo esta cifra inferior en el 55% respecto al déficit que se presentó en 2008 que registró USD 4,546.

Balanza Comercial Panamá
08/09



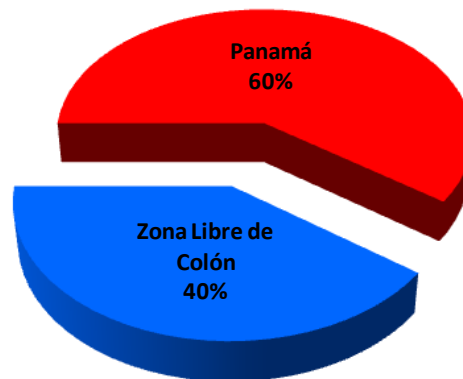
Fuente: Contraloría General de la República de Panamá

3. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – PANAMÁ

3.1 EXPORTACIONES

Las exportaciones colombianas a Panamá en 2009 alcanzaron USD 310 millones, respecto al año anterior se presentó una caída del 3%, en 2008 se exportaron USD 319 millones. Panamá representa el 1% de las exportaciones totales colombianas.

Exportaciones de Colombia a Panamá 2009



Fuente: www.mincomercio.gov.co y Contraloría General de Panamá.

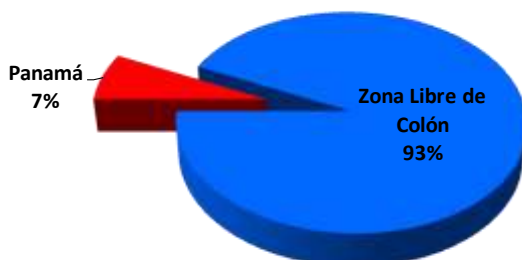
Entre los principales productos exportados a Panamá se destacan los medicamentos para uso humano, combustibles minerales, plástico y sus manufacturas, sal, azufre, carbón térmico, productos laminados de hierro o acero sin alear, tubos rígidos de plástico, cemento gris, libros y folletos, abonos minerales, máquinas, aparatos y material eléctrico, aluminio y sus manufacturas, productos químicos, entre otros.

3.2 IMPORTACIONES

El total de importaciones desde Panamá registrado para el año 2009 fue de USD 160 millones, esta cifra es superior en 3% a la registrada en el año 2008 de USD

156 millones. Las compras a Panamá representan el 0,5% del total de las importaciones colombianas.

Importaciones de Colombia desde Panamá 2009

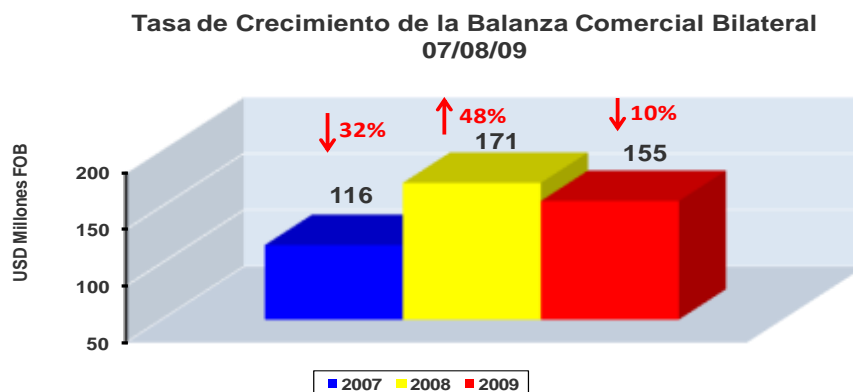


Fuente: www.mincomercio.gov.co y Contraloría General de Panamá.

Las compras a Panamá están representadas en su mayoría en calzado con suela de caucho, barcos para transporte mixto, máquinas, aparatos y material eléctrico, instrumentos y aparatos de óptica, computadores, aparatos de comunicación, anteojos, medicamentos oncológicos, abonos minerales y relojes de pulsera entre otros.

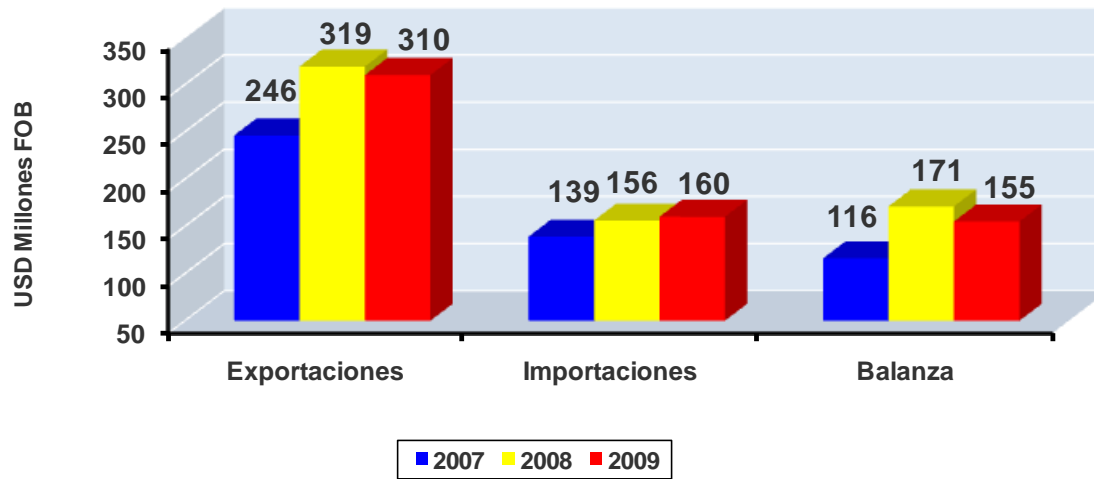
3.3 BALANZA COMERCIAL BILATERAL

Para los últimos tres años la balanza comercial bilateral ha sido superavitaria para Colombia, en 2007 se registraron USD 116 millones, 2008 se reportó USD 171 millones y 2009 presentó USD 155 millones. En el último año el superávit de Colombia se redujo en el 10%.



Fuente: www.mincomercio.gov.co

Balanza Comercial Bilateral 07/08/09



Fuente: www.mincomercio.gov.co

4. COMENTARIOS GENERALES

- a. Vale resaltar la calificación que Panamá alcanzó en el ranking del Banco Mundial, ubicándose en la posición 77 entre 183 economías, la mejora en las facilidades para iniciar un negocio, el acceso al crédito y los registros a la propiedad permiten establecer a este destino como un importante polo de atracción de la inversión, brindando garantías de estabilidad a los potenciales negocios que se generen.
- b. Al contar Panamá con el paso más importante de mercancías entre oriente y occidente y viceversa, y su economía volcada al desarrollo de la prestación de servicios, especialmente los relacionados con las operaciones comerciales internacionales, ubican a Panamá como eje logístico y de distribución, que gracias a la cercanía geográfica con nuestro país permite disminuir costos e incrementan las facilidades para el comercio exterior.
- c. La suscripción de un TLC con Panamá brindará a nuestras relaciones comerciales un marco mucho más amplio de desarrollo, dado que apenas contábamos con un Acuerdo de Alcance Parcial, temas de la mayor importancia como el comercio de servicios, la cooperación aduanera en materia de lucha contra el contrabando y reglamentación sanitaria entre otros, tendrán ahora una legislación bilateral que permitirá el fortalecimiento de los lazos comerciales.
- d. Con la entrada en vigencia del TLC, esperamos que nuestras ventas de servicios profesionales, del sector de la construcción, de los alimentos y la agroindustria, así como servicios de arquitectura e ingeniería entre otros se incrementen de manera significativa.
- e. El TLC le brindará a el aparato exportador colombiano nuevas alternativas de y oportunidades de negocios, al contar con un nuevo mercado de un alto poder adquisitivo, una inflación moderada y una baja tasa de desempleo. Así mismo, al contar con un pasado común y una cultura de alguna forma similar a la nuestra, podrían generar un mayor y fácil posicionamiento de nuestros productos, especialmente nuestra oferta exportable no tradicional.