

**PROCESO PARA ESTRUCTURAR UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA
INTERNACIONAL PARA EXPORTAR ORO EN LINGOTES A PANAMÁ**

**AURORA DELGADO ANAYA
GERMAN ALBERTO DUARTE ALDANA
LUIS ALFONSO AFANADOR GONZALEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2010**

**PROCESO PARA ESTRUCTURAR UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA
INTERNACIONAL PARA EXPORTAR ORO EN LINGOTES A PANAMÁ**

**AURORA DELGADO ANAYA
GERMAN ALBERTO DUARTE ALDANA
LUIS ALFONSO AFANADOR GONZALEZ**

**Trabajo de Grado para optar al Título de Especialista en Mercadeo
Internacional**

**Director:
Jaime Iván Echeverri Olarte**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2010**

Nota de Aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga _____

AGRADECEMOS A DIOS POR ESTAR CON NOSOTROS EN CADA INSTANTE, POR BRINDARONOS LA SABIDURIA Y LA FORTALEZA PARA AFRONTAR CADA OBSTÁCULO.

AGRADECIMIENTOS

Al director, Dr. Jaime Iván Echeverri Olarte, por su dedicación, paciencia e indicaciones.

A la doctora Nazly Triana Moyano por sus asesorías, colaboración y dedicación.

A la UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, a la Facultad de Ingeniería Industrial.

A sus directivos, docentes, y todas aquellas personas que colaboraron de una u otra manera en la realización de este trabajo de grado.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 OBJETIVOS	14
1.1.1 Objetivo general	14
1.1.2 Objetivos específicos	14
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
1.3 MARCO TEÓRICO	16
1.4 MARCO CONCEPTUAL	18
2. PRODUCTO	20
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	20
2.1.1 Descripción Comercial del Producto.	20
2.1.2 Atributos del producto.	20
2.1.3 Estrategia del producto.	21
2.2 PRODUCTOS A COMERCIALIZAR EN EL EXTERIOR	21
2.2.1 Características y usos.	22
2.2.2 Perfil de los consumidores.	22
2.2.3 Personas o grupos que influyen la decisión de compra.	23
2.3 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	24
2.3.1 Indicadores de la demanda.	24
2.3.2 Oferta del producto.	24
2.3.3 Quien determina el precio del oro.	25
3. PANAMÁ	27
3.1 GENERALIDADES	27
3.1.1 Localización.	27
3.1.2 Área.	27
3.1.3 Topografía.	27
3.2 CLIMA	27
3.2.1 Idioma.	28
3.2.2 Población	28
3.3 ESPERANZA DE VIDA	28
3.3.1 División geográfica.	28
3.3.2 Gobierno.	29
3.3.3 Análisis del Entorno Político.	29
3.3.4 Sistema Legal.	29
3.4 RAMAS DEL GOBIERNO	29
3.4.1 Divisiones Administrativas	30
3.4.2 Sufragio.	30
3.4.3 Partidos Políticos	30
3.5 ELECCIONES	30

3.5.1 Educación.	30
3.5.2 Desempleo.	30
3.5.3 Economía.	31
3.5.4 Moneda.	32
3.6 NATURALEZA DE LA ECONOMÍA	32
3.6.1 Agricultura.	32
3.6.2 Pesca.	33
3.6.3 Explotación de minas y canteras.	33
3.6.4 Industrias Manufactureras.	33
3.6.5 Electricidad y agua.	33
3.6.6 Construcción.	33
3.7 COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS	34
3.7.1 Hoteles y restaurantes.	34
3.7.2 Infraestructura de transporte.	35
4. RESEÑA HISTÓRICA DE C.I COLOMBIAN SILVER GOLD S.A	36
4.1 MISIÓN	36
4.2 VISIÓN	35
4.3 OBJETIVO DE LA EMPRESA	37
4.4 VALORES	37
4.4.1 Organigrama.	38
4.4.2 La idea.	38
4.4.3 Que hicimos.	39
5. PROCEDIMIENTO PARA CONSTITUIR UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL	41
5.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN	41
5.1.1 Estatutos de una sociedad comercializadora internacional.	41
5.1.2 Requisitos mínimos que debe contener la escritura de constitución.	41
5.1.3 Registro ante la cámara de comercio.	42
5.1.4 Inscripción ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN).	43
5.2 INSCRIPCIÓN EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DEL DOMICILIO PRINCIPAL	44
5.2.1 Inscripción en el registro nacional de exportadores.	44
5.2.2 Nombre del trámite.	44
5.2.3 Trámite de inscripción.	44
5.3 REQUISITOS Y DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EL TRÁMITE	44
5.3.1 Documentos que se deben anexar a la solicitud.	44
5.3.2 Verificación interna.	45
5.3.3 Acto administrativo de inscripción.	45
5.3.4 Responsabilidades-obligaciones.	45
5.4 PRINCIPALES NORMAS QUE REGULAN EL TRAMITE	46

5.4.1 Principales razones para convertirse o formarse como comercializadora internacional	46
5.4.2 Inscripción en el registro nacional de exportadores.	46
5.4.3 Objeto social principal.	47
5.4.4 Cancelación voluntaria del régimen como C.I.	49
5.5 OTROS BENEFICIOS QUE PUEDEN TENER LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I.	49
5.5.1 Certificación como sociedad de Comercialización Internacional C.I.	49
5.5.2 El informe anual sobre expedición de cp y exportaciones realizadas (CPEX).	50
5.5.3 Reglamentación Vigente para la Comercialización Internacional C.I.	50
5.5.4 Guía para presentar el estudio de mercado ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales-DIAN	50
5.6 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	51
6. ESTUDIO DE MERCADO	
PAÍS OBJETIVO PANAMÁ	52
6.1 POR QUÉ ELEGIR A PANAMÁ?	52
6.2 EXPANSIÓN DEL CANAL	55
6.3 ZONA LIBRE DE COLÓN	58
6.4 EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES	58
6.5 BALANZA COMERCIAL MUNDIAL PANAMÁ	59
6.6 PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES	59
6.7 BALANZA COMERCIAL BILATERAL COLOMBO-PANAMEÑA	59
6.7.1 Mercados Internacionales más Importantes para Panamá.	60
6.8 ACCESIBILIDAD DEL MERCADO	61
6.9 ACUERDOS COMERCIALES	61
6.10 ARANCELES	63
6.11 ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES	64
6.11.1 Otras Preferencias Arancelarias Otorgadas	65
6.12 GRAVÁMENES ADUANEROS	68
6.12.1 Requisitos para importación.	69
6.12.2 Documentos aduaneros y formas en que se deben presentar para realizar una importación.	69
6.12.3 Documentos de embarque.	70
6.13 QUE ES LA FACTURA COMERCIAL	70
6.14 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE	71
6.15 DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	71
6.16 DECLARACIÓN UNIFICADA DE ADUANAS	72
6.17 MANIFIESTO DE CARGA	72
6.17.1 Admisión Temporal para Reexportación de Mercancías en el mismo estado.	73

6.17.2 Modo de Fianzas.	73
6.17.3 Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo.	74
6.17.4 Modo de Fianza.	74
6.17.5 Obligaciones	74
6.18 RÉGIMEN DE TRANSBORDO	75
6.18.1 Procedimiento.	76
6.19 TRÁNSITO ADUANERO	77
6.20 MARCO LEGAL	79
6.20.1 Inversiones extranjeras.	79
6.21 PATENTES Y MARCAS	81
6.21.1 Requisitos para registrar marcas, patentes, otros.	81
6.22 REGISTRO DE MARCAS COLECTIVAS	81
6.23 REGISTRO DE MARCAS DE GARANTÍA	82
6.24 REGISTRO DE LICENCIA DE USO	82
6.25 REGISTRO DE PATENTES DE INVENCIÓN, MODELOS INDUSTRIALES, DIBUJOS, ETC.	83
6.26 REGISTRO DE NOMBRES COMERCIALES	83
6.26.1 Permisos de Importación.	84
6.26.2 Bienes Restringidos.	85
6.26.3 Cuotas de importación.	85
6.26.4 Normas técnicas.	85
6.26.6 Normas ambientales.	85
6.26.7 Marcado y etiquetado.	86
6.27 PERFIL LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA PANAMÁ	87
6.27.1 Panorama general.	87
6.27.2 Acceso marítimo.	88
6.27.3 Acceso aéreo.	90
6.27.4 Otros aspectos para manejo logístico en destino.	91
7. MERCADO DEL ORO EN PANAMÁ	109
7.1 PRODUCCIÓN DE ORO	109
7.1.1 Exportaciones Panameñas de Oro.	109
7.1.2 Análisis del Comercio	110
7.1.3 Análisis de la demanda.	112
7.1.4 Principales importadores de oro.	112
7.1.5 Destino de las Exportaciones del Oro al Mundo	113
7.1.6 Estabilidad del precio del oro.	113
7.1.7 Departamentos de origen.	115
7.1.8 Posición arancelaria.	115
7.1.9 Principales destinos de las exportaciones de oro del mundo.	116
CONCLUSIONES	117
RECOMENDACIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	119
WEB GRAFIA	120

ADVERTENCIA

La Universidad Pontificia Bolivariana no se hace responsable en los conceptos emitidos por los alumnos de su trabajo. Solo velara por que no se publique nada contrario al dogma ni a la moral católica y, por que la tesis no contenga ataques personales y únicamente se vea en ella el anhelo de buscar la verdad y la justicia.

(Artículo 23, Resolución del 13 de Julio de 1956)

**RESUMEN
GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO: PROCESO PARA ESTRUCTURAR UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL PARA EXPORTAR ORO EN
LINGOTES A PANAMA**

**AUTORES: LUIS ALFONSO AFANADOR GONZALEZ
AURORA DELGADO ANAYA
GERMAN ALBERTO DUARTE ALDANA**

**FACULTAD: ESP. MERCADEO INTERNACIONAL
DIRECTOR: JAIME IVAN ECHEVERRI OLARTE**

RESUMEN:

La importancia del proyecto es estructurar una comercializadora internacional para exportar lingotes de oro, La meta principal es generar toma de decisiones al respecto de la creación, desarrollo y puesta en practica de la comercializadora internacional que conlleve a abrir nuevos mercados y establecer relaciones internacionales, además incentivar a los mineros a que aprovechen, las facilidades para la exportación. Además, pretende dar una guía a las personas que están vinculadas a la explotación directa del oro que posteriormente la transforman en lingotes para que puedan estructurar una comercializadora internacional, capaz de exportar oro en lingotes con el fin de lograr un mayor beneficio para ellos, para las personas del sector minero que tengan mentalidad exportadora. La investigación logra generar una actitud abierta con mentalidad internacional y con gran emprendimiento para desarrollar nuevos proyectos en negocios internacionales, El éxito de lograr desarrollar una idea de negocio y ejecutarlo en tiempo real entregando resultados favorables para el empresario y los participantes del proyecto y la academia. La satisfacción para el empresario en el logro de sus objetivos y la realidad del proyecto desde todas las áreas que integran el proceso para llegar a la internacionalización de la empresa

PALABRAS CLAVES: Marketing Internacional
Exportación
Investigación de Mercados
Sociedades de Comercialización Internacional

**SUMMARY
GENERAL OF WORK OF GRADE**

**I TITLE: I PROCESS TO STRUCTURE A COMPANY INTERNATIONAL
COMERCIALIZADORA TO EXPORT GOLD IN INGOTS TO PANAMA**

**AUTHORS: LUIS ALFONSO AFANADOR GONZALEZ
AURORA DELGADO ANAYA
GERMAN ALBERTO DUARTE ALDANA**

**ABILITY: ESP. INTERNATIONAL MARKETING
DIRECTOR: JAIME IVAN ECHEVERRI OLARTE**

SUMMARY:

The importance of the project is to structure an international to market to export ingots of gold, The main goal is to generate taking of decisions in this respect of the creation, development and setting in he/she also practices of the international to market that bears to open new markets and to establish international relationships, to motivate the miners to that take advantage, the facilities for the export. Also, he/she seeks to give a guide to people that are linked to the direct exploitation of the gold that later on they transform it in ingots so that they can structure an international to market, able to export gold in ingots with the purpose of achieving a bigger benefit for them, for people of the mining sector that have mentality exporter. The investigation is able to generate an attitude open with international mentality and with great to undertaking to develop new projects in international business, The success of being able to develop a business idea and to execute it in real time giving favorable results for the manager and the participants of the project and the academy. The satisfaction for the manager in the achievement of their objectives and the reality of the project from all the areas that integrate the process to arrive to the internationalization of the company.

KEY WORDS: Marketing International
Export
Investigation of markets
Societies of International Commercialization

INTRODUCCIÓN

La creación de la Comercializadora Internacional, es un paso que mueve la economía en los departamentos de Santander y Bolívar, generando importantes puestos de trabajo e impulsando el desarrollo de la industria minera en la región por los negocios que se generan con su desarrollo social.

La importancia del proyecto es estructurar una comercializadora internacional para exportar lingotes de oro, mediante un proceso continuo que traerá beneficios a la sociedad de Santandereana y Bolivarenses, en especial a los mineros de estas dos regiones, aumentando sus ingresos.

El proyecto pretende contribuir a que la organización sea productiva, eficiente y competitiva, por medio de los conocimientos adquiridos a lo largo de la especialización, apoyándonos en el espíritu emprendedor mediante la creación de empresa. Siguiendo la visión empresarial que es de salir a crear empleo y ayudar al desarrollo del país.

La meta principal es generar toma de decisiones al respecto de la creación, desarrollo y puesta en práctica de la comercializadora internacional que conlleve a abrir nuevos mercados y establecer relaciones internacionales, además incentivar a los mineros a que aprovechen, las facilidades para la exportación.

El significado del proyecto va encaminado al desarrollo económico de la región, a que los mineros descubran las necesidades de sacar su producto al exterior con bajos aranceles, pero también en concientizar a los fabricantes de joyas a mejorar los procesos de fabricación.

Este proyecto pretende dar una guía a las personas que están vinculadas a la explotación directa del oro que posteriormente la transforman en lingotes para que puedan estructurar una comercializadora internacional, capaz de exportar oro en lingotes con el fin de lograr un mayor beneficio para ellos, para las personas del sector minero que tengan mentalidad exportadora.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El origen de la investigación viene dado por el interés de los integrantes en estructurar una comercializadora internacional para la exportación de lingotes de oro inicialmente a Panamá buscando nuevas posibilidades de negocios al igual, que la realización de un trabajo de calidad en el cual se pueda demostrar, el conocimiento obtenido durante el transcurso de la especialización que nos permita mostrar nuevos enfoques del comportamiento en las exportaciones de este producto.

Se puede estructurar un futuro favorable para el producto nacional, siempre y cuando se realicen mejoras a los procedimientos que presenta el sector minero en la actualidad, los avances deben enfocarse en el desarrollo de competencias que permitan aumentar la calidad del proceso de extracción del producto.

Los recursos de la investigación están dados por la información que se puede extraer de entidades como el Ministerio de Comercio, asociaciones gremiales del sector, entre otras; así como la información recolectada sobre exportaciones a Panamá de la Cámara de Comercio Colombo-Panameña, generando los parámetros necesarios para realizar una investigación coherente y actualizada a la realidad de los dos países. No se puede dejar de lado estadísticas de productos derivados del oro como lo las joyas que marcan de una manera u otra el hecho de que los productos elaborados en este material tienen un reconocimiento por su calidad, diseño, belleza y originalidad, lo cual ha generado no solo un alto grado de aceptabilidad en los países a los que se ha llegado, si no que la demanda de estas joyas elaboradas en este mineral aumente.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo general

Estructurar una comercializadora internacional de oro en lingotes para llevar a cabo su posterior exportación a Panamá después del respectivo estudio de mercado.

1.1.2 Objetivos específicos

➤ Analizar el comportamiento de las exportaciones de oro en lingotes en Colombia.

- Identificar cuáles son los requerimientos cuantitativos y cualitativos del oro en lingotes del mercado internacional.
- Realizar el estudio de mercado del sector de piedras preciosas y joyería en el país de Panamá.
- Identificar cuáles y que tipos de compradores son los posibles consumidores del oro en lingotes del mercado Panameño.
- Describir los retos que deben afrontar la comercializadora internacional para entrar en el comercio internacional.
- Estudiar los acuerdos internacionales firmados por Colombia que favorezcan especialmente la exportación de piedras preciosas y joyas, así como los beneficios que ofrezcan los países a Colombia.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El oro extraído en Colombia tiene un amplio reconocimiento a nivel mundial, lo cual lo hace accesible a un gran número de mercados, esto gracias a su calidad y belleza, por lo cual tiene una excelente aceptación en los consumidores extranjeros.

Este proyecto pretende dar una guía a las personas que están vinculadas a la explotación directa de oro que posteriormente lo transforman en lingotes para que puedan estructurar una comercializadora internacional capaz de exportar este oro en lingotes, con el fin de lograr un mayor beneficio para ellos, además es de suma importancia que cada persona vinculada a este trabajo, conozca diferentes mercados, es de tener en cuenta que algunas empresas ya realizan exportaciones similares, pero muy pocas, y por lo cual no se brinda beneficios a estas personas iguales a los que se lograrían, si se realizaran directamente entre la empresa explotadora y los clientes del exterior.

Es necesario resaltar que el oro Colombiano tiene excelentes características internacionales, Colombia por ser un país privilegiado en su ubicación geográfica, es un sitio apto para este mineral. Lo cual permitiría a estas empresas, obtener las cantidades necesarias para cumplir con las exigencias en el exterior.

También es muy importante el hecho de que Panamá como posible destino de estas exportaciones ya recibe y demanda este mineral, pero en la mayoría de los casos ya transformado un campo muy distinto al planteado, como lo es en el área

de la joyería, conductores eléctricos principalmente. Lo cual permite conocer por parte de los panameños beneficios de este material y por parte de los explotadores y exportadores las características de los compradores y demandantes de dicho país.

No se puede dejar de lado los beneficios en materia económica que percibiría la empresa y sus trabajadores, en materia de preferencias e impuestos por la exportación de este mineral a territorios internacionales.

Es por lo anterior que se argumenta la creación de una Comercializadora Internacional en el Departamento de Santander, debido a que en la región se cuenta con un sinnúmero de productos tipo exportación, que no han sido aprovechados para su comercialización en los mercados internacionales. Las razones saltan a la vista, constituyéndose como uno de los problemas principales el desconocimiento de los diferentes acuerdos y tratados firmados por Colombia con otros países; así como también la falta de identificación de mercados potenciales para los productos a exportar.

1.3 MARCO TEÓRICO

Régimen para las Sociedades de Comercialización Internacional.

Cualquier empresa que esté constituida como Persona jurídica y que se encuentre regida por el Código de Comercio, puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio Exterior el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como Bienes corporales muebles y/o Servicios Intermedios de la Producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos.

En todos los casos, el Proveedor de las mercancías del mercado nacional o de los servicios intermedios de la producción, que los venda a las Sociedades de Comercialización Internacional C.I., deberá estar amparado por el documento Certificado al Proveedor – CP, con el objeto de poder justificar en sus

declaraciones de impuestos, haber facturado sus ventas sin incluir el IVA y/o la Retefuente.

Este beneficio tributario únicamente se gestiona ante el Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales, que es una dependencia de la Subdirección de Instrumentos de Promoción de la Dirección General de Comercio Exterior.

La realización de las exportaciones será de exclusiva responsabilidad de la Sociedad de Comercialización Internacional y por tanto, si no se efectúan estas últimas dentro de la oportunidad y condiciones que señale el Gobierno Nacional, con base en el Artículo 3º de esta Ley, deberán las mencionadas sociedades pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubieran beneficiado, más el interés moratorio fiscal, sin perjuicio de las sanciones previstas en las normas ordinarias. (Artículo 5º de la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979).

El Artículo 3º del Decreto 1740 del 3 de Agosto de 1994, determinó que las mercancías por las cuales las Sociedades de Comercialización Internacional expidan Certificados al Proveedor, deberán ser exportadas dentro de los seis meses siguientes a la expedición del Certificado correspondiente. No obstante, cuando se trate de materias primas, insumos, partes y piezas, que vayan a formar parte de un bien final, éste deberá ser exportado dentro del año siguiente contado a partir de la fecha de expedición del Certificado al Proveedor. En casos debidamente justificados, el Ministerio de Comercio Exterior podrá prorrogar estos plazos hasta por seis meses más, por una sola vez.

El Decreto 1740 de 1994 también estableció que se presume que el Proveedor efectúa la exportación desde el momento en que la Sociedad de Comercialización Internacional C.I. recibe las mercancías y le expida oportunamente el correspondiente Certificado al Proveedor – CP, y, de acuerdo con el Artículo 481 del Estatuto Tributario, dicho Proveedor tendrá derecho a solicitar la devolución del respectivo impuesto a las ventas.

De conformidad con lo dispuesto en el Parágrafo 2º del Decreto 1740 de 1994, para efectos de la exención prevista en los Artículos 479 y 481 del Estatuto Tributario y 1º del Decreto 653 de 1990, el Certificado al Proveedor – CP- será documento suficiente para demostrar la no causación del impuesto sobre las ventas IVA ni de la Retención en la Fuente.

El Artículo 1º del Decreto 653 de Marzo 1º de 1990 determinó que las compras efectuadas por las Sociedades de Comercialización Internacional no están sujetas a la Retención en la Fuente.

1.4 MARCO CONCEPTUAL

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Recopilación y análisis de datos sobre una determinada parte del mercado que se realiza para poder tomar decisiones dentro del campo del Marketing.

LOGOTIPO: Imagen que identifica o representa a una marca comercial determinada.

MARKETING INTERNACIONAL: es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados internacionales a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing Internacional es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.

PUBLICIDAD: Actividad del Marketing dedicada a dar a conocer nuestros productos, servicios o ideas, utilizando para ello medios masivos.

RENTABILIDAD: Es el Porcentaje de Beneficio obtenido en una Inversión o Actividad Empresarial o Negocio, en un período de tiempo determinado.

ESTRATEGIA: Puede definirse como la mejor forma de alcanzar los objetivos buscados al inicio de una situación conflictiva. Conflicto no implica necesariamente una pelea sino una lucha por obtener una de dos o más situaciones hipotéticas que no pueden darse simultáneamente.

MARCA: La marca en pocas palabras identifica y diferencia al producto en el mercado, esto se debe al gran índice de competencia existente en él. La marca en sí es sistema que identifica al producto ya sea este por medio de un nombre por el cual llamaremos al producto o simplemente por un símbolo o emblema que acompaña al nombre de producto.

LOGO: Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una empresa, institución o producto para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

EXPORTACION. Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, además de las operaciones expresamente consagradas como tales en el Decreto 2685/99, la salida de mercancías a una Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios.

MANIFIESTO DE CARGA: Es el documento que contiene la relación de todos los bultos que comprenden la carga, incluida la mercancía a granel, a bordo del medio de transporte y que van a ser cargados o descargados en un puerto o aeropuerto, excepto los efectos correspondientes a pasajeros y tripulantes y que el capitán o conductor de dicho medio debe entregar con su firma a la autoridad aduanera.

SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL: Es un instrumento de apoyo a las exportaciones, al cual puede acceder cualquier empresa que esté constituida como Persona Jurídica y que se encuentre regida por el Código de Comercio, su objeto principal es la promoción y comercialización de productos de exportación.

SOCIEDADES DE INTERMEDIACION ADUANERA: Son las personas jurídicas cuyo objeto social principal es el ejercicio de la Intermediación Aduanera, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

UNIDAD DE CARGA. Parte del equipo de transporte que sea adecuado para la utilización de mercaderías que deban ser transportadas y que permita su movimiento completo durante el recorrido y en todos los medios de transporte utilizados. Se consideran como unidades de carga a los bultos agrupados.

2. PRODUCTO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La empresa brindara como producto un lingote de oro, presentación obtenida; como un material metálico que fue fabricado calentándose la aleación por encima de su punto de fusión y volcando el metal líquido dentro de moldes preparados al efecto. Para el caso en cuestión y en otras palabras, estamos frente a un ladrillo o ladrillito de oro, pero que contendrá, (los hay de variados quilates), un 99,9% de oro. Es el más puro y por consiguiente el más caro, y en algunos comercios especializados en la venta de este dorado metal podemos encontrar el lingote por excelencia que es de las siguientes características:

2.1.1 Descripción Comercial del Producto. La descripción comercial es fundamental ya que con esta se podrá conocer las características de los lingotes de oro.

Nombre: Lingotes de Oro.

Material: Oro.

Textura: Gruesa.

Colores: Amarillo.

Uso o Servicio: Joyería.

Empaque: Cajas de madera liviana de acuerdo al tamaño del lingote.

Embalaje: Cajas por 12 unidades.

2.1.2 Atributos del producto.

- ALEACIONES BASICAS: 24 QUILATES, 22 QUILATES, 18 QUILATES, 14 QUILATES, 12 QUILATES.
- PESO (GRAMOS): PESO DE UN LINGOTE ESTANDAR ES DE UNOS 3.000 GR.
- MEDIDAS DE LINGOTE: CADA LINGOTE TIENE 92mm x 44,4mm x 177,8mm.
- COLOR: AMARILLO Y BLANCO.
- LEY: MIN. 750 MAX 999.
- Símbolo: Au.
- Número atómico: 79.

- Masa atómica: amu 196,96655.
- Número de protones/electrones: 79.
- Número de neutrones: 118.
- Punto de fusión: 1,064.43°C (1,337.58K, 1,947.97° F).
- Punto que hierve: 2,807.0°C (3,80.15K, 5,084.6F) .
- Densidad @ 293K: 19,32 gramos por centímetro cúbico.
- Estructura cristalina: cúbico.

2.1.3 Estrategia del producto. La C.I COLOMBIAN SILVER GOLS S.A. aplicara una estrategia de penetración para su producto, realizando un esfuerzo en la comercialización del mismo, el objetivo de la estrategia consistirá en crecer a través de un crecimiento de mercado externo.

Además aprovechara el potencial de los mercados presentes que no están saturados y Aprovechar las economías de escala las cuales le ofrecen ventajas competitivas Importantes aumentando sus clientes.

2.2 PRODUCTOS A COMERCIALIZAR EN EL EXTERIOR

El producto a comercializar es el mineral del Oro.

El oro ha jugado un papel muy importante en diversas épocas como distintas civilizaciones, ya que lo han apreciado y utilizado por sus características de maleabilidad, de belleza y de patrón monetario. Tanto en la edad Media como Medio Oriente. China, África, América y en épocas anteriores han utilizado este precioso metal con propósitos ornamentales, para adorno personal y como símbolos de poder.

Así en Colombia, la importancia del oro está en el sector minero y en la economía nacional, donde ha tenido una participación importante desde 1974, por que se acoge la medida de pagar el oro a precio internacional del mercado libre. A nivel nacional aumento su producción el cual tuvo una repercusión inmediata en la generación de reservas internacionales y en Colombia con gran demanda industrial y artística cuyo componente principal es la joyería.

Además de sus cualidades de versatilidad, resistencia y de belleza el oro ha tenido y tiene un papel muy importante en la política monetaria; los grandes movimientos en la producción del oro, las fluctuaciones en precios en patrón monetario y el sistema general le confieren para las transacciones internacionales.

Para el diagnóstico de la minería de oro se hizo una estratificación por tamaño. Se analiza para diferenciar el aluvión y veta. Esta determinación geológica implica deferencias en forma y organización de la producción, en la tecnología utilizada en las relaciones del proceso de beneficio.

Por otra parte la producción registrada en el país apenas alcanza ser aproximadamente el 2% de la producción mundial.

A pesar de la larga trayectoria de explotación que ha tenido el oro en Colombia, se ha vendió haciendo en forma artesanal; por lo que al utilizar un proceso tecnológico mas avanzado, permite hacer la exploración, prospección, explotación con mayor beneficio económico.

2.2.1 Características y usos. El oro se caracteriza por un metal blando, pesado, de color amarillo brillante, buen conductor de calor y de electricidad y más maleable y dúctil que cualquier otro metal, anticorrosivo en largos periodos de tiempo y uso, resistente a la radiación infrarroja y se alea fácilmente con otros metales.

La joyería industrial sigue siendo uno de los principales consumidores donde el consumo de joyas utiliza el oro como una forma de ahorro e inversión o precaución contra la inflación y otros imprevistos. Además el oro se utiliza en industrias como:

- La aeroespacial donde este actúa como un protector a la radiación.
- La arquitectura en los grandes edificios que utilizan amplios ventanales donde se coloca una capa delgada de oro que reduce el calor producido por los rayos infrarrojos del sol.
- En la medicina para curar artritis, tratamientos de cáncer, úlceras crónicas y en cirugías
- En la odontología.
- El uso más importante se encuentra en la industria electrónica, para los circuitos de calculadoras, televisión, computadoras, teléfonos etc.

En la mayoría, el oro se utiliza en aleación con otros metales como el cobre, plata, níquel y paladio.

El contenido de oro en aleación se expresa en quilates.

2.2.2 Perfil de los consumidores.

- Es un comprador exigente, pide calidad, homogeneidad, rapidez en la entrega y constancia.

- El proveedor debe mantener comunicación con el comprador del producto y platicar sobre nuevas ideas para el producto.
- Los consumidores en especial los inversionistas le conceden especial importancia a la entrega oportuna, así que no prometa tiempos de entrega que no pueda cumplir.
- Los consumidores empresas del oro a menudo consideran de alto valor artículos importados de lujo por su exclusividad o su elegancia de acuerdo con la moda, necesidades y tendencias del mercado, por lo tanto estos serán menos sensibles al precio y más sensibles a la calidad.
- Los consumidores o importadores esperan un excelente servicio posventa de los productos, de hecho, la ley impone garantías en que se exige que los productos funcionen de acuerdo con las condiciones que fueron ofrecidas al momento de la venta.

2.2.3 Personas o grupos que influyen la decisión de compra. El oro en lingotes, está directamente dirigido a grandes inversionistas y fabricantes de joyas

2.3 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Datos del Consejo Mundial de Oro mostraron un alza del 18% de la demanda de oro a 1.334,4 toneladas y un aumento del 56% de la demanda de inversión a 382,1 toneladas en el tercer trimestre del 2008, mejorando la confianza en el oro. La demanda de inversión en oro se incrementó en el tercer trimestre 56%, a 382,1 toneladas, debido a que el mayor nivel de incertidumbre económica y crisis financiera incitó a la compra de refugio seguro, precisó el [WGC](#) (World Gold Council) en su informe cuatrimestral sobre las tendencias de la demanda de oro.

“Existe entre los inversores del mundo una conciencia creciente del beneficio estratégico de largo plazo que aporta el oro a una cartera de inversión bien equilibrada”, dijo George Milling-Stanley, gerente de inversión del WGC.¹

Las preocupaciones acerca de la inflación y una caída del precio del oro durante el tercer trimestre han desencadenado una fuerte compra de monedas y barras de oro físico, lo que condujo a una escasez entre los operadores del oro en muchas partes del mundo, indicó el WGC.

¹ www.gold.org/marketintelligence

“Mucha gente considera que estos diferentes planes de rescate poseen importantes implicaciones inflacionarias para las grandes economías del mundo, particularmente Estados Unidos pero también de Europa”, afirmó Milling-Stanley.

En el tercer trimestre, las provisiones de barras treparon un 69%, a 110.9 toneladas, desde las 59.6 toneladas previas, mientras que la compra oficial de monedas también creció un 60%, a 61.2 toneladas, desde 38.2 toneladas, dijo el WGC.

El informe, cuyos datos fueron compilados por la firma de investigación GFMS para el WGC, que es patrocinado por la industria, mostró que la demanda de fondos de oro negociados en Bolsa aumentó en el trimestre un 8%, a 150 toneladas.

El consumo total de joyas saltó en el tercer trimestre interanualmente un 8%, a 647.6 toneladas, gracias a la caída del precio del oro y al consumo mucho mayor de India, el principal comprador del metal precioso, dijo el WGC.

La demanda total de India creció en el mismo trimestre un 31%, a 249.5 toneladas, ayudada por los incrementos tanto en la compra de joyas como en de inversores minoristas, señaló el WGC.

Sin embargo, la demanda industrial del tercer trimestre cayó un 11%, a 103.7 toneladas, por la menor compra del sector de la electrónica.

En cuanto al cuarto trimestre, el WGC sostuvo que la fuerte demanda de joyas, barras y monedas de oro y de ETF que fue evidente en el tercer trimestre continuaba a principios del trimestre actual.

2.3.1 Indicadores de la demanda. El Valor del Oro. En estos días es mejor tener monedas o lingotes de oro que acciones de una empresa o bonos gubernamentales. El oro es un refugio natural. El valor del oro, contrariamente a otras inversiones, no está ligado a un emisor que puede quebrar. Por eso el oro se ha convertido en refugio para los ahorristas europeos y estadounidenses. Los inversores han redescubierto el único tipo de activo realmente seguro. El metal dorado se ha convertido en uno de los depósitos de valor más importantes frente a la incertidumbre.

2.3.2 Oferta del producto. La oferta estará determinada por las líneas de oferta del sector interno y externo.

El interno será la oferta de lingotes de oro por parte de los mineros.

Las cantidades que podrán suministrar los mineros hacia la comercializadora internacional para ofrecer en el mercado de Panamá lo suficiente para poder satisfacer las necesidades de los compradores

2.3.3 Quien determina el precio del oro.

London Goldfixing:² A las 11 de la mañana del 12 de septiembre de 1919, en las oficinas de NM Rothschild, se fijó el precio del oro por primera vez en la historia. Es lo que se conoce como "Gold Fixing". El primer Gold Fixing fijó oficialmente el precio del oro, en Londres, en £4.18 (\$20.67).

En la actualidad, casi un siglo después, los 5 miembros de la 'London Gold Fixing Association' fijan los precios del oro dos veces al día, vía telefónica. A las 10:30 AM y a las 3:00 PM, hora de Londres quedan fijados los precios diarios del oro. El "Gold Fixing" ha proporcionado un precio de referencia (para las operaciones de compra y venta) a los productores, consumidores, inversores y bancos centrales de todo el mundo.

Los cinco miembros fundadores de la 'London Gold Fixing Association' en 1919 fueron: N M Rothschild & Sons; Mocatta & Goldsmid; Samuel Montagu & Co.; Pixley & Abell; y Sharps & Wilkins.

Durante más de cien años, a partir de la década de 1850 hasta la década de 1960, el mercado del oro y la plata en Londres era controlado por estos cinco corredores que fueron los pioneros en fijar oficialmente los precios de ambos metales preciosos.

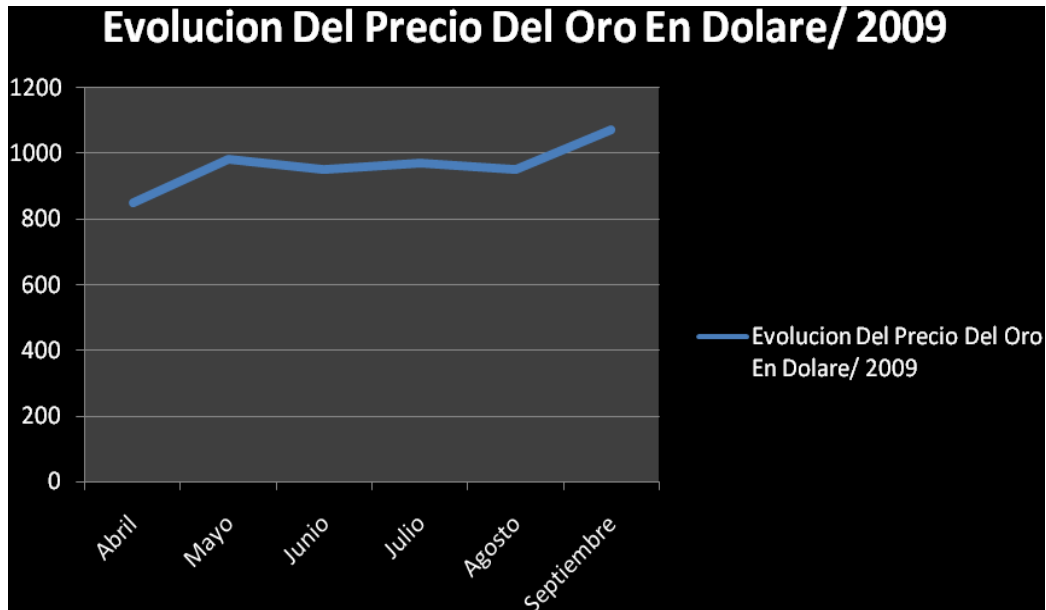
Como se establece el Gold Fixing

Al comienzo del día, antes de cada operación el Presidente anuncia un precio de salida a los otros cuatro miembros. Estos transmiten este precio a sus clientes. Basándose en los pedidos recibidos, los clientes indican a sus representantes que se conviertan ellos mismos en compradores o vendedores a ese precio. Suponiendo que ambos son compradores y vendedores a ese precio, se pide a los miembros que indiquen el número de lingotes de oro que quieran intercambiar.

Si al precio de salida solo existen compradores o vendedores, o si el número de lingotes de oro disponibles para la compra o venta no está en equilibrio, se vuelve a fijar el precio y se procede de la misma manera. Así hasta que se encuentra un determinado equilibrio. Entonces el Presidente anuncia que se ha fijado el precio. Debe tenerse en cuenta que el precio fijado alcanza el equilibrio cuando hay una diferencia de hasta 50 lingotes de oro entre la cantidad a comprar y a vender. La operación del Gold Fixing tardará tanto como sea necesario establecer un precio que satisfaga tanto a compradores como a vendedores.

² www.goldfixing.com/homehtm

Los clientes pueden hacer pedidos anticipados, es decir, antes de que se fije el precio. De otra manera pueden mantenerse informados de los cambios de precio durante el proceso y modificar sus pedidos consecuentemente hasta que se fije el precio. Para asegurarse que el precio no se fije mientras uno de los miembros está haciendo algún cambio cada uno tiene un banderín. Mientras uno de estos esté levantado el Presidente no puede declarar el precio de oro fijado.



Fuente: www.gold.org

3. PANAMÁ



3.1 GENERALIDADES

3.1.1 Localización. La República de Panamá está ubicada en el centro del Hemisferio Occidental, entre las siguientes coordenadas: los 7°12'07" y 9°38'46" de Latitud Norte y los 77°09'24" y 83°03'07" de Longitud Oeste. Limita al Norte con el Mar Caribe, al Este con la República de Colombia, al Sur con el Océano Pacífico y al Oeste con la República de Costa Rica.

Panamá, forma un eslabón entre la América Central y la América del Sur, constituyendo un istmo de 80 kms. de ancho en su sección más angosta.

3.1.2 Área. 75,517 km cuadrados (29,208 millas cuadradas).

3.1.3 Topografía. Montañosa hacia la costa del Caribe, con suaves colina y extensas sabanas hacia el Pacífico.

3.2 CLIMA

El clima de Panamá es placenteramente tropical. y la temperatura es prácticamente uniforme a lo largo de todo el año. Las noches son generalmente frescas. El promedio de la temperatura es de 27°C. El país tiene dos temporadas: temporada de lluvia-mayo hasta enero y temporada seca-enero hasta mayo. Sitio relacionado: Hidrometeorología de Panamá.

3.2.1 Idioma. Español, el inglés es comúnmente hablado y comprendido en los centros urbanos. Existen varios dialectos indígenas. Grupos minoritarios hablan italiano, francés, griego, chino e hindostán, entre otros.

3.2.2 Población. Según estimaciones para 2008, Panamá contaba con una población de 3.292.693 habitantes, lo que daba al país una densidad demográfica de 43 hab/km².

En 2005, el 58% de la población vivía en ciudades, es decir, era población urbana. Casi una cuarta parte de los panameños viven en solo dos áreas metropolitanas, Panamá y Colón.

República de Panamá presenta una población muy diversa. Según el censo de La 2000, un 70% es mestiza criolla, el 10% es indígena, básicamente de las etnias kuna (kuna), guaymí o ngobe-buglé y emberá-wounaan o chocó, un 10% son descendientes de europeos blancos, y el resto son población mulata, negra y descendientes de asiáticos.

3.3 ESPERANZA DE VIDA

La esperanza de vida era de 73 años para los hombres y 78 años para las mujeres (según estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas).

3.3.1 División geográfica. Panamá se divide en 9 provincias Bocas del Toro, Chiriquí, Coclé, Colón, Darién, Herrera, Los Santos, Panamá y Veraguas y 3 comarcas indígenas con nivel de provincia (población estimada para 2005): Kuna Yala (36.670 habitantes), Emberá-Wounaan (9.137 hab) y Ngobe Buglé (132.376 hab). La antigua Comarca de San Blas coincide con la actual Kuna Yala, conocida también como Dulenega.

Existen 75 distritos y 620 corregimientos; de estos, 2 son comarcales (población estimada para el año 2000): Kuna de Madungandí (3.305 hab) y Kuna de Wargandí (2.000 hab).

La capital, Panamá (con una población de 813.097 habitantes, según estimaciones para 2009) es el principal centro comercial, industrial y cultural; San Miguelito (339.090 habitantes) es un poblado distrito de la provincia de Panamá, que actúa como 'ciudad dormitorio' de la capital.

Otras dos ciudades importantes son: Colón (198.551 habitantes), puerto situado en la costa caribeña del istmo de Panamá, y David (138.241 habitantes), centro agrícola y comercial situado cerca de la frontera con Costa Rica.

3.3.2 Gobierno. La República de Panamá es un Estado soberano e independiente. Su gobierno es unitario, republicano, democrático y representativo, compuesto por un Presidente, dos vicepresidentes y doce Ministros de Estado que componen el Poder Ejecutivo; la Asamblea Legislativa con 72 Legisladores integran el Poder Legislativo, y 9 Magistrados que componen el Poder Judicial. Estos tres poderes son los que gobiernan el país.

3.3.3 Análisis del Entorno Político. Panamá tiene un sistema de tres ramas independientes: ejecutiva, legislativa y judicial. A continuación una breve descripción de cómo funcionan:

El Sistema Ejecutivo está conformado por el Presidente y dos vicepresidentes (elegidos por voto popular directo para un período de cinco años) y un gabinete de 12 ministros.

El Sistema Legislativo está compuesto por la Asamblea Legislativa, que es su máximo organismo y cuenta con 72 miembros elegidos por un período de cinco años.

El Sistema Judicial tiene como máxima autoridad la Corte Suprema de Justicia, compuesta por nueve magistrados nombrados por el Gabinete y aprobados por la Asamblea Legislativa por un término de diez años, Cinco Tribunales Superiores de Distrito Judicial con 19 magistrados y juzgados de circuito y municipales.

Las provincias se dividen en 67 distritos y 510 corregimientos. Están encabezadas por un gobernador, nombrado por el Presidente y un Consejo Municipal integrado por los delegados de los corregimientos.

3.3.4 Sistema Legal.

Basado en la Ley Civil

Constitución Política adoptada el 11 de octubre de 1972, reformada en abril de 1983 y 1994.

3.4 RAMAS DEL GOBIERNO

La Ejecutiva (Presidente)

Legislativa (Congreso unicameral Asamblea Legislativa de 72 escaños, cuyos miembros son elegidos por voto popular para un período de cinco años)

Judicial (Corte Suprema de Justicia)

3.4.1 Divisiones Administrativas. Panamá tiene nueve (9) provincias y dos (2) comarcas: Bocas del Toro, Chiriquí, Cocolé, Colón, Darién, Herrera, Los Santos, Ngobe-Bugle, Panamá, San Blas y Veraguas.

3.4.2 Sufragio.

Todos los mayores de 18 años de edad.
Universal y obligatorio.

3.4.3 Partidos Políticos

- Arnulfista
- Democrático Cristiano
- Renovación Cívica
- Cambio Democrático
- Revolucionario Democrático
- Nacional Liberal
- Movimiento Renovación Nacional
- Movimiento Republicano Liberal Nacionalista
- Partido Solidaridad

3.5 ELECCIONES

El Presidente y dos Vicepresidentes son elegidos por voto popular por el término de cinco (5) años, las próximas elecciones serán en mayo de 2009 y también se elegirán los miembros de la Asamblea Nacional.

El actual presidente de Panamá es el Sr. Ricardo Martinelli.

3.5.1 Educación. Panamá invierte gran parte del Presupuesto Nacional en Educación. Sus escuelas públicas y privadas están bajo la supervisión del Ministerio de Educación. El sistema escolar se organiza en niveles de primaria, secundaria de seis años cada uno, así como educación superior o universitaria. Existen once Universidades con matrícula numerosa. La Universidad de Panamá y la Universidad Tecnológica son oficiales, mientras que la Universidad Santa María La Antigua, la Universidad Latina, la Universidad del Istmo, la Universidad Interamericana de Educación a Distancia, la extensión de la Universidad del Estado de Florida, la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, Panamá Canal College y Columbus University son privadas.

3.5.2 Desempleo. Los resultados de la encuesta de hogares de agosto de 2007 ratificaron la sostenida mejora del mercado laboral. En efecto, en el período 2004-2007 la población ocupada creció un 3,8% en promedio, la asalariada un 5,6% y la que cotiza en el sistema de seguridad social un 8,8%. La tasa de desempleo total alcanzó un 6,3% y la de desempleo abierto un 4,7%, en comparación con el 11,8% y el 9,2%, respectivamente, de 2004. En el mismo período, la tasa de desocupación de los jóvenes de 20 a 24 años disminuyó del 23,9% al 14,7%.

Una medición realizada en marzo de 2008 reveló que el empleo ha seguido creciendo y que la tasa de desempleo a nivel nacional disminuyó del 7,3% al 6,3% en 12 meses. Han surgido algunos indicios de escasez de personal calificado, ejecutivos y otros empleados en el área de hotelería, restaurantes y turismo. Asimismo, de acuerdo con indicadores puntuales las remuneraciones comienzan a dispararse en algunos sectores como el de la construcción, superando el monto acordado originalmente en negociaciones colectivas. El salario mínimo del sector público se ajustó en 2008 y por primera vez superó los 300 dólares mensuales.

3.5.3 Economía.

Principales Indicadores Macroeconómicos de Panamá (Fuente Proexport)

Indicadores	2005	2006	2007
PIB. (US\$ millones)	15.466	17.097	19.740
PIB. Crecimiento (%)	6,9	8,1	11,2
PIB per cápita	4.791	5.206	5.915
Inflación (%)	3,3	2,3	4,2
Desempleo (%)	7,2	6,7	4,7
Tipo de Cambio Dólar/Balboa	1	1	1
Tipo de Cambio Bilateral Peso/Balboa	2.320,7 7	2.357,9 8	2.077,81
Riesgo País (1)			BB

- **ÍNDICE INFLACIONARIO:** 8.8% (2008).
- **PRODUCTO INTERNO BRUTO:** 23,090 Millones de dólares (2008).
- **BALANZA COMERCIAL:** -4,710 Millones de dólares (2008)
- **EXPORTACIONES:** 10,290 Millones de dólares (2008)
- **IMPORTACIONES:** 15,000 Millones de dólares (2008)
- **TIPO DE CAMBIO POR UN DÓLAR:** 1 balboa =1 USD (2008)
- **PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN:** Plátanos, camarón, azúcar, café, ropa
- **PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN:** Bienes de capital, comestibles, bienes de consumo, químicos

- **DESTINO DE LAS EXPORTACIONES (%):** Estados Unidos, 39.2%; Países Bajos, 10.7; Costa Rica, 5.8; Suiza, 5.4; Reino Unido, 5.4; China, 4.1 (2008)
- **FUENTE DE LAS IMPORTACIONES (%):** Estados Unidos, 29.6; Costa Rica, 5; China, 5; Japón, 4.2 (2008)
- **DESEMPLEO ABIERTO:** 5.6% (2008)

3.5.4 Moneda. El balboa. Tiene un valor par con el dólar estadounidense, siendo éste el papel moneda utilizada.

3.6 NATURALEZA DE LA ECONOMÍA

La economía de la República de Panamá se basa principalmente en el aporte que genera el sector servicios que incluye el Canal de Panamá; el Centro Bancario con 73 bancos establecidos, de los cuales 55 son de Inversión Extranjera y 18 de Inversión Nacional; la Zona Franca de Comercio Internacional (que aporta al PIB 7%); grandes compañías de seguros; puertos internacionales de carga y descarga de contenedores; registro de marina mercante a nivel mundial; las telecomunicaciones, con tecnología de punta y un sector de turismo en franco desarrollo favorecido por la posición geográfica.

En los últimos cinco años, Panamá ha experimentado muchos cambios; primeramente, por la reversión del Canal a manos panameñas y un proceso de privatización de las empresas públicas de servicios que ha provocado grandes innovaciones especialmente, en el ámbito de las telecomunicaciones.

3.6.1 Agricultura. Cerca del 9% del suelo de Panamá está cultivado. La mayor parte de su producción agrícola se obtiene en explotaciones de carácter comercial y está destinada a la exportación. Los principales cultivos y grupos de cultivos — producción de 2006 en toneladas— son: caña de azúcar (1,77 millones); fruta (659.283 t), principalmente banano o guineo, plátano macho y naranja; arroz (280.000); maíz (70.000); café (13.153) y tomate.

En 2006 la ganadería contaba con 1,56 millones de cabezas de ganado vacuno, 286.200 de ganado porcino y aproximadamente 14,9 millones de aves de corral. Los productos forestales de Panamá están conformados por una amplia variedad de maderas, entre las que destaca la caoba. El país cuenta con reservas forestales considerables, casi un 57% de su suelo, a veces difíciles de explotar debido a la mala infraestructura del transporte. En 2006 la producción anual de madera era de unos 1,35 millones de m³.

La pesca ha experimentado en las últimas décadas un fuerte desarrollo y hoy es una de las industrias más importantes del país; en 2005 se capturaron un total de 222.756 toneladas, principalmente, camarón, pescado azul y langostino.

3.6.2 Pesca. La actividad pesquera para el 2007, mostró una disminución de 2.2%, debido a cambios climatológicos y al aumento en los precios del combustible, que afectó la exportación de algunos productos marinos.

3.6.3 Explotación de minas y canteras. Esta actividad creció 19.6% anual, debido a una mayor demanda de piedra, arena y arcilla, por la dinámica del sector construcción en obras residenciales y no residenciales, y el continuo desarrollo de obras públicas.

3.6.4 Industrias Manufactureras. Para el periodo compilado, esta categoría alcanzó un crecimiento de 5.7%, en comparación con el año anterior.

En el sector se destacaron la elaboración de bebidas, que mostró una tasa positiva de 6.5 %; la producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas, que en conjunto creció en 3.7 %, la fabricación de papel y productos de papel en 10.7 % y la fabricación de otros productos minerales no metálicos en 17.2 %.

3.6.5 Electricidad y agua. La producción del sector electricidad y agua creció en 5.1% anual, por efecto del incremento en la producción de energía eléctrica, principalmente de generación térmica, que se elevó en 20.0%, mientras que la de generación hidráulica, aumentó en 4.0%. La facturación de agua potable mostró un cambio positivo de 6.6%.

3.6.6 Construcción. El valor agregado anual de la construcción, presentó un incremento conjunto de 19.6%, compuesto por la producción de mercado de obras de construcción que aumentó 19.8% y por la construcción para uso final propio, que reportó un alza de 15.5%.

El crecimiento sostenido del sector, es efecto de la ejecución de inversiones públicas y privadas en proyectos residenciales, no residenciales y otras obras de ingeniería civil, que comprenden los trabajos de la segunda fase del corredor norte, el avance en la construcción del segundo tramo de la autopista Panamá-Colón, las inversiones realizadas por la Autoridad del Canal de Panamá, los proyectos de ampliación y rehabilitación de infraestructuras viales que lleva adelante el Gobierno y la expansión de los principales puertos del país.

De los indicadores más importantes vinculados a esta actividad, los permisos de construcción se incrementaron en 29.3% y la producción de concreto premezclado en 15.6%.

3.7 COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS

El sector comercial presentó un incremento anual de 8.4%. El comercio al por mayor aumentó en 13.6%, por las ventas de alimentos, bebidas y tabaco, combustible y materiales de construcción. Por su parte, el comercio al por menor registró un crecimiento de 10.6%, resultado de las ventas de alimentos, autos, motocicletas y combustibles.

La actividad comercial mayorista desarrollada en la Zona Libre de Colón, creció en 5.1%, impulsada por el aumento de la demanda proveniente de Centro y Sur América.

3.7.1 Hoteles y restaurantes. El valor agregado total anual de estas actividades evolucionó positivamente en 14.6%, explicado por el crecimiento de la actividad hotelera en 18.6%, favorecida por la mayor inserción de Panamá como destino turístico en los mercados internacionales. El número de turistas que visitó el país, creció en 28.6%.

El sector externo de la economía panameña reflejó en el 2007, un saldo negativo de B/.1,576.7 millones en la Cuenta Corriente. Comparado con el valor obtenido en el 2006, se observó un incremento de B/.1,024.7 millones, efecto del aumento en las importaciones de bienes y el pago de servicios factoriales o renta, por la utilización de capital proveniente del exterior.

El déficit de la Balanza de Bienes creció en 92.0%, alcanzando un saldo de B/.3,313.3 millones, en donde las importaciones nacionales FOB (bienes de capital, de consumo y materias primas), aumentaron en 41.4%, debido a la intensa actividad económica que se desarrolla en la República, mientras que las exportaciones nacionales FOB ascendieron en 9.7%.

Entre los valores exportados con una variación positiva para el 2007, se destacaron las pieles y cueros con 58.3% y la ropa con 26.0%. Sin embargo, la exportación de ganado vacuno en pie disminuyó como consecuencia de los cambios climatológicos, que afectaron tanto al ganado como a los herbajes para su alimentación.

Durante el 2007, en el sector agropecuario sostuvieron su buen desempeño los cultivos frutícolas como la sandía con incremento de 24.5%, el melón 19.6% y la piña con 16.1%, como resultado de una consistente demanda en los mercados internacionales. La exportación de café generó un monto de B/.16.2 millones, por un incremento del área sembrada con respecto al período anterior. La exportación de banano continúa recuperándose luego de haber sufrido una fuerte crisis

causada por la sigatoka negra, inundaciones en las plantaciones y huelga de los trabajadores.

El sector pesquero mantuvo su tendencia negativa, debido al encarecimiento de los insumos necesarios para la producción, con excepción de la exportación de camarón, que experimentó un alza de 11.7%, destinada a los Estados Unidos, Colombia, Francia y España, entre otros. La exportación de larvas de camarón y de harina y aceite de pescado experimentaron una caída de 51.3% y 22.0%, respectivamente.

El movimiento comercial de las empresas ubicadas en la Zona Libre de Colón, alcanzó en el 2007, valores por encima de los B/.16,000.0 millones, desglosados en B/.7,700.0 millones en importaciones y B/.8,500.0 millones en reexportaciones. La Balanza de Servicios continúa su comportamiento creciente con un saldo positivo de B/.2,832.4 millones, superando en B/.619.0 millones al registrado en el 2006.

El turismo se ha convertido en una actividad importante para la generación de recursos en el país, lo cual se ve reflejado en el aumento de visitantes y favorece el incremento en la entrada de divisas que contribuyen al crecimiento económico. Así tenemos, que durante el 2007, los visitantes dejaron ingresos que ascienden a B/.1,184.8 millones; cifra que comparada con la del 2006, revela un crecimiento de 23.4%, atribuible, entre otros factores, a los eventos que se llevan a cabo en los diversos atractivos turísticos que brinda el país, así como también a la promoción turística realizada en el exterior.

3.7.2 Infraestructura de transporte. Una de las metas del Gobierno de Panamá es convertir el sistema portuario en el motor de desarrollo nacional a través de la atracción de nuevas inversiones, justificadas por la posición geoestratégica del país, y por la oferta de múltiples servicios, no tan sólo logísticos y de transporte, sino también financieros, económicos y culturales.

Panamá históricamente -500 años al servicio del mundo- ha sido un puente entre el Centro y Sur América desde antes de la colonización española, sin embargo, no fue sino desde la colonización española hasta nuestros días en que Panamá se mantiene como un punto importante para el tránsito y comercio internacional.

A principios del siglo XX Panamá solidificó su posición debido a la construcción del Canal como una plataforma de carga y de pasajeros como puente para todo el mundo, tanto por mar, como por tierra y aire.

4. RESEÑA HISTÓRICA DE C.I COLOMBIAN SILVER GOLD S.A

C.I. COLOMBIAN SILVER GOLD S.A. nació en el año 1994, de la experiencia como minero y como comerciante en Oro y Plata del señor Edgar Rincón Marin. Trabajos realizados en los departamentos de Bolívar, y Vaupés.

Debido al posicionamiento en Colombia de empresas mineras extranjeras las cuales manejan el 95% de las concesiones del estado, la exploración y la explotación minera en Colombia se está realizando de una manera muy rudimentaria, entonces se propuso como personal natural conocer los procedimientos para tramitar ante los entes gubernamentales, las concesiones mineras que el estado otorga y así comenzar con los estudios de exploración y explotación. La solicitud se hizo con una mina pequeña llamada mina de gallo ubicada en el corregimiento de San Pedro Frío municipio Montecristo (Sur de Bolívar).

Esta idea también fue motivada debido a la inestabilidad en el precio internacional del oro y plata para los fabricantes nacionales, lo cual viene afectando el comercio de ahí nació la idea de fundar una gran empresa como C.I.C.S.G., me puse a la tarea por mucho tiempo a analizar los perfiles de muchos amigos para invitarlos a que me acompañaran a sacar adelante este proyecto.

4.1 MISIÓN

Somos una organización que propende por la comercialización de materias primas para la minería y productos de joyería en el mercado doméstico e internacional, brindando oportunidades de desarrollo en el ámbito económico, social y educativo a la población colombiana. Para ello contamos con un talento humano comprometido y calificado bajo una estructura de desarrollo orientada a resultados y abierta a las condiciones del entorno, enfocándonos siempre en el mejoramiento continuo y la satisfacción de las expectativas de nuestros grupos de interés, enmarcándonos en una gestión ambiental y social responsable.

4.2 VISION

Nuestra visión es clara; La Comercializadora Internacional COLOMBIAN SILVER GOLD S.A. en el año 2019, será reconocida en el ámbito regional y nacional como una organización que consolida la comercialización de productos y servicios de minería y joyería en el exterior a partir de procesos integrales de gestión que aportan al desarrollo al país. Así mismo, será una organización sostenible en el tiempo generando valor para las partes de interés en todas sus relaciones empresariales y con la sociedad en general.

4.3 OBJETIVO DE LA EMPRESA

El objetivo que desarrollara la compañía es cumplir una función social mas allá de la definición de nuestro negocio. Nos distinguimos por satisfacer la necesidad del cliente, a través del ofrecimiento de un producto en las condiciones solicitadas, así como la entrega oportuna del mismo, además de estar atentos a un manejo optimo en la explotación y manejo de la materia prima en pro del mejoramiento del medio ambiente, todo esto fundamentado en la calidad, dedicación y eficiencia de nuestra gente. Los objetivos de crecimiento, supervivencia y rentabilidad, se encuentran en función de las condiciones del mercado y las cantidades demandadas por los clientes. C.I. COLOMBIAN SILVER GOLD S.A. es una empresa santandereana, que contribuye al desarrollo de la industria nacional en el exterior.

Por todo ello, por experiencia, por equipo humano, por instalaciones, por nuestra forma de entender los negocios, por la calidad de nuestro servicio y por nuestra proyección de futuro, C.I. COLOMBIAN SILVER GOLD S.A. es la apuesta mas solida para el siglo XXI en el campo de la comercialización de piedras preciosas trasformadas en lingotes de oro.

4.4 VALORES

- **Satisfacción:** En C.I. COLOMBIAN SILVER GOLD S.A, trabajamos para lograr que nuestros clientes y otros grupos de interés, perciban siempre una sensación de agrado por haber encontrado cumplimiento pleno a sus expectativas en todas las relaciones que sostengamos.
- **Sostenibilidad:** Asumimos la responsabilidad de mantenernos activos, rentables, compitiendo y produciendo en el mercado, generando nuevas oportunidades de empleo y relaciones gratificantes para la comunidad, nuestros trabajadores, los empresarios, los proveedores y el Estado, de manera que podamos proyectarnos en el tiempo.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** Formamos parte activa en la construcción de soluciones a las necesidades de la Comunidad, buscando impactar en el desarrollo social, generando un mejor estilo de vida.
- **Generación de Valor:** Todas las partes interesadas en especial nuestros clientes inversionistas y empresas transformadoras; con las cuales establecemos relaciones, nos reconocen como una organización que siempre procura contribuir significativamente con soluciones superiores a sus necesidades.
- **Desarrollo Humano:** Propendemos por el crecimiento integral en las diferentes dimensiones de nuestros colaboradores procurando que su actividad tenga sentido de vida para todos.

4.4.1 Organigrama.



Dirección actual, teléfonos, e-mail

Calle 35 No 14 – 49 Oficina 301.

Teléfonos: (57) 7 6331677 Fax (57) 7 6423286

Celular: (57) 316 451 2272 – (57) 315 373 1053

info@colsilvergold.com – marketing@colsilvergold.com

www.colsilvergold.com

4.4.2 La idea. Crear una Comercializadora Internacional para la exportación de lingotes de oro.

Por que comercializadora Internacional:

- El mayor accionista es propietario de varias concesiones mineras, por lo que hace más atractivo incursionar en mercados externos obteniendo consigo beneficios e incentivos tributarios para la empresa.
- Pueden importar mercancías y ser usuarios de otros instrumentos de promoción de exportación como el CERT y los sistemas especiales de importación, exportación, programa Plan Vallejo.

- Adicionalmente acceder a los beneficios que por norma de origen y producción nacional se establezcan.

4.4.3 Que hicimos. Primero que todo tiene que realizar unos trámites antes de convertirse en una Comercializadora Internacional y estos son:

1. Acceder a la página www.sintramites.com y realice la consulta de nombre comercial con el que piensa identificar la sociedad con el fin de verificar que no se encuentre inscrito un nombre igual al elegido. (C.I. Colombian Silver Gold S.A.)
2. Una vez haya constatado que puede registrar su empresa con el nombre que escogió debe reunir a los socios para constituir la sociedad (personas jurídicas) y elaborar la primera acta en donde debe contener la minuta de constitución y presentarla en la notaría (personas jurídicas), con los siguientes datos básicos: Nombre, razón social, objeto social, clase de sociedad e identificación de los socios, nacionalidad, duración, domicilio, aportes de capital, representanta legal y facultades, distribución de utilidades, causales de disolución, entre otros.
3. Obtener la escritura pública autenticada en la notaría (personas Jurídicas)
4. Ante la Cámara de comercio diligencia el formulario de Registro Único Empresarial (uno por cada establecimiento que pretenda matricular) y el anexo DIAN.
5. Los formularios antes mencionados, deben estar firmados por el Representante Legal.
6. Presentar en la ventanilla, formularios, copia de la Escritura Pública de constitución, recibo de pago de impuesto de registro y cartas de aceptación de los cargos cuando se designe a personas distintas de los socios, indicando el documento de identificación.
7. Obtener el certificado de existencia y representación legal (personas jurídicas).

NOTA: Una vez la sociedad haya obtenido la matrícula mercantil debe solicitar el registro de los libros para su funcionamiento (Actas de Accionistas ó socios, Libros de contabilidad (Mayor y balances, Caja diario, inventarios).

8. Solicitar el número de identificación tributaria, NIT. Las personas jurídicas deben presentar fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y certificado de existencia y representación legal de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (no mayor a tres meses de su solicitud). Con las siguientes obligaciones:

- Inscribir la sociedad en el registro único tributario, RUT, como responsable del impuesto al valor agregado, IVA (Régimen Común)
- Responsable de Renta
- Responsable de Retención en Renta
- Responsable del Régimen Cambiario
- Diligenciar completamente el Formulario de solicitud de Inscripción como una sociedad de comercialización internacional C.I. anexando los siguientes documentos:
 - Original del documento Estudio de Mercados
 - Original del Formulario de Inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
 - Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el Registro de C.I, SI/NO se han efectuado compras exentas de IVA y/o Retefuente y SI/NO se han expedido Certificados al Proveedor – CP, conforme a lo estipulado en el Decreto 1740 de 1994.

La constitución deberá hacerse teniendo en cuenta los requisitos de que trata el Artículo 1º del Decreto 1740 del 3 de agosto de 1994, de la siguiente manera:

Razón Social:

9. Ante la Alcaldía del Municipio de la sede principal, hacer la inscripción al RIT, diligenciando formulario respectivo y cumpliendo los siguientes requisitos:
- ✓ Solicitar el concepto del uso del suelo
 - ✓ Diligenciar el formulario de inscripción ante la Alcaldía Municipal de la sede principal, anexando NIT y Certificado de la Cámara de Comercio.

10. Seguridad Laboral:

Afiliarse a Entidades promotoras de salud y cajas de compensación familiar:

- Inscribirse ante la Administración de Riesgos Profesionales (privada o ISS).
- Tramitar ante las entidades promotoras de salud, EPS, y de fondo de pensiones las afiliaciones de los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones.
- Tramitar la afiliación de los trabajadores a los fondos de cesantías
- Inscribirse a una caja de compensación familiar (pagar ICBF (3% del valor de la nómina), SENA (2%), y cajas de compensación familiar (4%).

Inscribirse a un programa de seguridad Industrial.

- 1 Elaborar reglamento de trabajo, ante el Ministerio de Trabajo.
- 2 Elaborar reglamento de higiene.
- 3 Inscripción a programa de salud ocupacional.

11. A continuación se presentara el procedimiento para constituir una comercializadora internacional.

5. PROCEDIMIENTO PARA CONSTITUIR UNA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

5.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN

Se debe realizar una Asamblea de constitución con los fundadores para:

- Aprobar la constitución de la sociedad
- Aprobar el nombre de la sociedad
- Aprobar los estatutos de la sociedad
- Designar los órganos de administración, representación legal y revisor fiscal.

5.1.1 Estatutos de una sociedad comercializadora internacional. Para poder dar inicio a la elaboración de los estatutos una vez se haya elaborado el acta de constitución en donde se determino con cuanto capital social se va a constituir, y quienes van a conformarla (empresas y/o personas naturales), se debe verificar previamente en la cámara de comercio que no exista otra sociedad o establecimiento de comercio con el mismo nombre de la que se pretende registrar.

Para hacer la consulta del nombre comercial, acceda al portal www.sintramites.com en la sección FUTURO EMPRESARIO haga clic en Regístrese.

La sociedad comercial se constituyen mediante escritura publica ante notaria y debe contener como mínimo los siguientes requisitos establecidos en el articulo 110 del código de comercio.

5.1.2 Requisitos mínimos que debe contener la escritura de constitución.

- Nombre comercial (razón o denominación social, según el tipo de sociedad) Si la sociedad desea utilizar sigla, deberá indicarse de manera expresa en la escritura de constitución.
- Nombre, apellidos, identificación, domicilio y nacionalidad de los socios. Si el socio es una persona jurídica, se debe indicar el NIT, domicilio de constitución y nombre del representante legal.
- Domicilio social. (municipio donde tendrá el asiento principal de sus negocios).
- Término de duración.
- Objeto social descrito de manera clara, completa y determinando cada una de las actividades que realiza la sociedad.

- Capital social, determinando el monto total del mismo, el número total de cuotas o acciones, el valor nominal de cada cuota o acción, y el número de cuotas o acciones que le corresponden a cada socio o accionista.
- La forma como se pagó o va a pagar el aporte de cada socio o accionista, si es en efectivo o en especie. Recuerde que en las sociedades por cuotas (limitadas o asimiladas) el pago del aporte es inmediato al acto de constitución, y en las sociedades por acciones (anónimas y asimiladas) el plazo máximo para el pago del aporte es de un año, pero en el acto de constitución de estas, se debe suscribir no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagar no menos de una tercera parte del capital suscrito.
- Los estatutos deben presentarse en la notaria impresos y en medios magnéticos (Diskette o CD).
- Establecer claramente la forma de administración de la sociedad indicando las facultades del representante legal, y de cada órgano social creado (junta de socios o asamblea de accionistas, junta directiva y revisor fiscal si existen, etc).
- Designación de cargos.
- Clases de reuniones de los órganos sociales (ordinaria, extraordinaria por derecho propio, de segunda convocatoria, universal) estableciendo los procedimientos para la convocatoria (quién convoca, el medio a utilizar para convocar y su término de antelación), conforme los presupuestos legales o estatutarios.
- Causales de disolución anticipada de la sociedad y procedimiento de liquidación.

5.1.3 Registro ante la cámara de comercio.

- 1) Diligenciar el formulario de matricula mercantil que se vende en cualquiera de las sedes de la cámara de comercio, sin tachones o enmendaduras y firmado por el representante legal.
- 2) La sociedad debe presentar la solicitud de matricula en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde va a tener su domicilio principal. Y para el efecto debe presentar la escritura publica de constitución, el formulario de matricula y las cartas de aceptación de los nombramientos que se efectúan ya sea de representantes legales, junta directiva y revisores fiscales sino están firmando la escritura publica de constitución.

3) Una vez ingresen los documentos, se cobraran los derechos de inscripción de matrícula y del impuesto de registro. Estos son unas tarifas establecidas por el gobierno anualmente y son una tarifa fija; la matrícula se calcula de acuerdo con el capital y el impuesto de registro es el 0.7% del capital. En caso de que en la constitución de la sociedad se aporten bienes inmuebles, primero deberá registrarse la escritura en la oficina de registro de instrumentos públicos, después, con la copia del recibo de pago y con todas las formalidades anteriormente descritas se registrara en la cámara de comercio y se pagan solamente los derechos de inscripción y la matrícula, por cuanto en la oficina de registro de instrumentos públicos se paga el impuesto de registro. Con la cámara de comercio quedan obligados a renovar la matrícula mercantil anualmente durante los tres primeros meses del año.

4) Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial (uno por cada establecimiento que pretenda matricular) y el anexo DIAN.

5) Los formularios antes mencionados, deben estar firmados por el Representante Legal.

6) Presentar en la ventanilla, formularios, copia de la Escritura Pública de constitución, recibo de pago de impuesto de registro y cartas de aceptación de los cargos cuando se designe a personas distintas de los socios, indicando el documento de identificación.

7) Una vez la sociedad haya obtenido la matrícula mercantil debe solicitar el registro de los libros para su funcionamiento (actas, accionistas) y contabilidad (Libro mayor y balances, Libro caja diario, Libro de inventarios). Los cuales deben reunir los siguientes requisitos:

a) Nombre de la sociedad (Ejm: Colombian Silver Gold S.A)

b) Denominación del libro de comercio (Ejm: Libro Mayor y Balances)

c) Numero de hojas útiles de cada libro, deben estar numeradas en forma continua y sucesiva.

5.1.4 Inscripción ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN).

Diligenciar la inscripción del RUT en la página www.dian.gov.co - Solicitar Inscripción en el RUT y obtener el formulario con la Leyenda "En Trámite en la Cámara de Comercio".

Presentar certificado del Registro de la Cámara de Comercio y solicitar el NIT ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.

5.2 INSCRIPCIÓN EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DEL DOMICILIO PRINCIPAL

Para llevar a cabo la inscripción en la Alcaldía Municipal se debe presentar los siguientes documentos:

- Formulario de inscripción
- Cámara de comercio

5.2.1 Inscripción en el registro nacional de exportadores.

5.2.2 Nombre del trámite. Solicitud de reconocimiento e inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional.

5.2.3 Trámite de inscripción. Las personas jurídicas que aspiren a ser inscritas y reconocidas como Sociedades de Comercialización Internacional, deben presentar una solicitud suscrita por el representante legal, ante la Subdirección de Comercio Exterior División de Registro y Control de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, cumpliendo con los requisitos establecidos en el artículo 1º. Del Decreto 093 de 2003.

5.3 REQUISITOS Y DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EL TRÁMITE

- Original del formulario de solicitud de inscripción debidamente diligenciado y firmado por el Representante legal, según formato suministrado por la DIAN.
- Estar domiciliados o representados legalmente en el país.
- No tener deudas exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo aquellas sobre las cuales existan acuerdos de pagos vigentes.
- Que se trate de una persona jurídica que tenga el carácter de Sociedad Nacional o Mixta.
- Que su objeto principal sea la comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas.
- La Sociedad debe utilizar en su razón social la expresión “Sociedad de Comercialización Internacional” o la sigla “ C.I.”

5.3.1 Documentos que se deben anexar a la solicitud.

- Original del certificado de existencia y representación legal de la respectiva persona jurídica, que haya sido expedido con una antelación no mayor a tres (3) meses, por la Cámara de Comercio.
- Copia del Registro Único Empresarial (Cámara de Comercio).
- Original del estudio de mercados (según guía suministrada por la DIAN).
- Manifestación del representante legal de la persona jurídica en el sentido de que: ni él (ella), ni sus socios han sido sancionados por infracciones tributarias,

aduaneras, cambiarias o de comercio exterior, durante cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud.

5.3.2 Verificación interna. No tener deudas exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo aquellas sobre las cuales exista acuerdo de pago vigente.

5.3.3 Acto administrativo de inscripción. En la parte resolutive del acto administrativo de inscripción las Sociedades de Comercialización Internacional quedará expresamente establecido:

- La inscripción del peticionario como Sociedad de Comercialización Internacional indicando su razón social y NIT.
- Vigencia de la inscripción.
- Asignación de un código, el cual deberá emplear en sus actividades como Comercializadora Internacional.
- Forma en que se notifica el acto administrativo y el recurso que procede contra él.
- Obligaciones que adquiere la Sociedad de Comercialización Internacional ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Beneficios que adquiere como Sociedad de Comercialización Internacional Renovación del reconocimiento e inscripción.

5.3.4 Responsabilidades-obligaciones.

- Expedir el certificado al proveedor en la forma establecida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Exportar dentro del término legal, las mercancías sobre las cuales se expidan certificados al proveedor.
- Presentar los informes de compras y exportaciones dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Presentar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales la relación de los certificados al proveedor dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos Nacionales.
- Responder por la veracidad y exactitud de los datos consignados en los Certificados al Proveedor.
- Utilizar el código de registro asignado a la sociedad para adelantar los trámites y refrendar documentos ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

- Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, permitir, facilitar y colaborar con la práctica de las mismas y
- Contar con los equipos de cómputo y de comunicaciones que le permitan su conexión con el sistema informático aduanero; así como facilitar la instalación o disposición de los equipos que requiera la Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales.

5.4 PRINCIPALES NORMAS QUE REGULAN EL TRAMITE

- a. Ley 67 del 28 de diciembre de 1979.
- b. Decreto 093 del 20 de enero de 2003.
- c. Decreto 1740 del 03 de agosto de 1994.
- d. Decreto 4271 del 23 de noviembre de 2005.
- e. Resolución 1894 del 20 de agosto de 2003.
- f. Resolución 053 del 10 de agosto de 2004.
- g. Concepto 001 DIAN del 19 de junio de 2003.
- h. Estatuto Tributario.
- i. Código Contencioso Administrativo.

5.4.1 Principales razones para convertirse o formarse como comercializadora internacional

- a. Objetivos generales que persigue la empresa a corto, mediano o largo plazo, orientados a la actividad de promoción y comercialización de productos colombianos en el exterior.
- b. Descripción del Impacto Social generado al convertirse en una Comercializadora Internacional. (Comunidad que se favorece, proyección de empleos a generar, proveedores, etc.)
- c. Descripción del Impacto Ambiental si se genera, al convertirse en Comercializadora Internacional.
- d. Descripción general de las actividades a las que se dedica o se dedicará la empresa.

5.4.2 Inscripción en el registro nacional de exportadores. Para realizar la inscripción de la comercializadora internacional, CI, ante el ministerio de comercio exterior, se debe tener en cuenta lo siguiente: solicitar a la dirección general de comercio exterior su dirección de instrumentos de promoción, zonas francas y sociedades de comercialización internacional, el formulario de solicitud de inscripción como comercializadora internacional.

- a) Diligenciar y presentar ante la citada dependencia del ministerio de comercio exterior.
- b) Original del formulario de solicitud de inscripción como comercializadora internacional.
- c) Original del certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio del domicilio de la sociedad.
- d) El registro nacional de exportadores.
- e) Fotocopia del NIT.
- f) Estudio de mercados.
- g) Solicitar por escrito al MINCOMEX, la inscripción de la Empresa como Sociedad de Comercialización Internacional C.I., acompañando la solicitud con los siguientes documentos:
 - 1. Original del Certificado de Existencia y Representación Legal vigente
 - 2. Fotocopia del NIT si lo expidió la DIAN
 - 3. Copia del Registro Nacional de Exportadores actualizado. (Para agilizar proceso de Registro)
 - 4. Original del documento Estudio de Mercados
 - 5. Original del Formulario de Inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
 - 6. Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el Registro de C.I, SI/NO se han efectuado compras exentas de IVA y/o Retefuente y SI/NO se han expedido Certificados al Proveedor – CP, conforme a lo estipulado en el Decreto 1740 de 1994.

5.4.3 Objeto social principal. Deberá comenzar con el siguiente texto: Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos. El resto del Objeto Social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.

Para verificar la información, el MINCOMEX podrá practicar una visita a las instalaciones de la empresa C.I. y se comunicará con los Proveedores relacionados. Para agilizar el proceso de Registro, la Empresa debe adjuntar a la solicitud certificaciones escritas de Proveedores, en donde conste tiempo de relación comercial, tipo de contacto o negociación, formas de pago pactadas, productos a proveer y autorización para exportarlos.

Proceso de Inscripción en el Registro como C.I.
1. Radicación de la solicitud: Los documentos se podrán radicar en cualquier Dirección Territorial o Punto de Atención del Ministerio de Comercio Exterior. En la ciudad de Bogotá, la solicitud se deberá remitir al Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales.

2. Gestión: La solicitud se gestionará dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al recibo de los documentos por parte del Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales.

El Ministerio de Comercio Exterior remitirá a la DIAN, BANCOLDEX y PROEXPORT, información sobre las Sociedades de Comercialización Internacional registradas.

A la Sociedad de Comercialización Internacional que obtuvo el Régimen como C.I. se le envía el oficio de reconocimiento de este Régimen, junto con el Resumen de Datos de la C.I., la Carta Circular No. 2 del 24 de Agosto de 1994 (Actualizada en Octubre 1º de 2001), la cual contiene el Formulario Certificado al Proveedor – CP y las instrucciones necesarias para su elaboración, diligenciamiento y remisión de copias. En el mencionado oficio constará un Número de Registro, único, y la Fecha de Registro, a partir de la cual podrá a empezar a operar con el Régimen C.I.

Compromisos al Obtener el Régimen como C.I.
La Sociedad de Comercialización Internacional que obtiene el Régimen C.I. se obliga, para con el Ministerio de Comercio Exterior, principalmente a:

1. Expedir oportunamente al Proveedor el Certificado al Proveedor – CP.
2. Exportar, dentro de los términos establecidos, las mercancías que adquirió exentas del IVA y/o Retefuente al amparo de un Certificado al Proveedor – CP.
3. Remitir oportunamente, tanto al Ministerio de Comercio Exterior como a Bancoldex, las copias correspondientes de los Certificados al Proveedor – CP expedidos durante el trimestre calendario, así: Los CP expedidos durante Enero, Febrero y Marzo se remitirán en un solo envío dentro de los primeros 10 días de Abril. Seguirán enviándose dentro de los 10 primeros días de Julio, dentro de los primeros 10 días de Octubre y dentro de los 10 primeros días de Enero del año siguiente.

Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio Exterior para informar si durante el trimestre reportado no se han expedido Certificados al Proveedor – CP, indicando las razones que se consideren pertinentes.

4. Remitir oportunamente al Ministerio de Comercio Exterior, dentro del primer mes (Enero) del año siguiente al reportado, el Informe Anual sobre expedición de CP y exportaciones realizadas (CPEX).

Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio Exterior para informar si durante el año reportado no se han expedido Certificados al Proveedor – CP y/o no se han efectuado exportaciones, indicando las razones que se consideren pertinentes.

5. Informar oportunamente al Ministerio de Comercio Exterior los cambios de domicilio y de Razón Social.

5.4.4 Cancelación voluntaria del régimen como C.I.

Una Sociedad de Comercialización Internacional que obtuvo del Ministerio de Comercio Exterior el Régimen como C.I., puede, en el momento que lo considere pertinente, expresar su voluntad de no continuar con dicho Régimen, solicitando por escrito al Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales la Cancelación del Registro correspondiente.

5.5 OTROS BENEFICIOS QUE PUEDEN TENER LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I.

Las empresas, además de obtener el Régimen como C.I., también pueden importar mercancías y ser usuarias de otros Instrumentos de Promoción de Exportaciones como el CERT y los Sistemas Especiales de Importación – Exportación Programas Plan Vallejo. Adicionalmente, podrán acceder a los beneficios que por Normas de Origen y Producción Nacional se establezcan.

Teniendo el Régimen como C.I., la empresa no podrá ser usuaria de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios.

5.5.1 Certificación como sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Un particular puede conocer si una empresa ha sido inscrita en el Registro como Sociedad de comercialización Internacional C.I., comunicándose con el Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales.

De igual manera, una Sociedad de Comercialización Internacional, autorizada para ejercer el Régimen como C.I., puede solicitar al Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales que le certifiquen a un proveedor, la calidad del Régimen que se le ha otorgado.

5.5.2 El informe anual sobre expedición de cp y exportaciones realizadas (CPEX).

De acuerdo con lo estipulado en los Artículos 3º y 9º del Decreto 2681 de Diciembre de 1999, los exportadores inscritos en el Registro Nacional de Exportadores, documento que se debe renovar anualmente, deberán suministrar la información que sea requerida por la Dirección General de Comercio Exterior.

El Informe Anual CPEX es un informe que todas las Sociedades de Comercialización Internacional, inscritas en el Registro como C.I., deben remitir anualmente al Ministerio de Comercio Exterior, dentro del mes (Enero) siguiente al año que se va a reportar.

Consiste en diligenciar un cuadro que está dividido en dos (2) partes a saber: Una correspondiente a información de los Certificados al Proveedor – CP expedidos durante el año reportado, y la otra, la identificación de las Declaraciones de Exportación Definitivas (DEX) que demuestren la exportación oportuna de las mercancías amparadas con dichos CP. (Ver el Informe Anual CPEX y las instrucciones para su diligenciamiento).

5.5.3 Reglamentación Vigente para la Comercialización Internacional C.I.

- Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979.
- Estatuto Tributario.
- Decreto 624 de 1989.
- Ley 49 de 1990.
- Decreto 653 DE 1990
- Decreto 1740 del 3 de Agosto de 1994
- Decreto 2563 y Decreto 2681 de 1999
- Decreto 587 de 2001
- Decreto 0093 de 2003.
- Decreto 210 de 2003.
- Decreto 3110 de 2004
- El Código de Comercio.
- Circular Externa 053 de 2004.

5.5.4 Guía para presentar el estudio de mercado ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales-DIAN

Para obtener la respectiva resolución expedida por la DIAN donde aprueba la autorización de exportación presentará el Estudio de Mercado, documento requerido para registrarse como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I., cada empresa es autónoma en presentar dicho Estudio de Mercado según sus intereses y motivación. No obstante lo anterior, a continuación se presentan, a

manera de sugerencia, unos parámetros guía que le pueden servir para elaborar en forma resumida este documento.

De conformidad con lo establecido el Literal c) artículo 1º. del Decreto 093-2003, a continuación se señalan los parámetros guía para presentar su Estudio de Mercado.

5.6 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

1. NIT
2. Razón Social con la que se inscribirá la Comercializadora Internacional de conformidad con lo señalado en el Decreto 1740 de 1994 (Esta Razón Social debe ser la misma en: El Certificado de Existencia y Representación Legal, NIT, Registro Nacional de Exportadores y Formulario de Inscripción),
3. MISION Y VISION de la futura Comercializadora Internacional.
4. Descripción DOFA de la Empresa (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas)
5. Resumen de la infraestructura de instalaciones propias o arrendadas, planta de personal y equipos
6. Dirección actual, teléfonos, e-mail, etc.
7. Tiempo de constitución de la Empresa
8. Sucursales en Colombia y en el extranjero si las hubiere.
9. Descripción general de las actividades a las que se dedica o se dedicará la empresa.

6. ESTUDIO DE MERCADO PAIS OBJETIVO PANAMA

Anteriormente se explicaba los trámites como comercializadora internacional donde uno de los requisitos que es solicitado por la DIAN es presentar un estudio de mercado para obtener la resolución y aprobación de la actividad empresarial a desarrollarse.

En este capítulo desarrollaría la información como tal del resultado de la investigación de mercados donde el país objetivo es Panamá.

6.1 POR QUÉ ELEGIR A PANAMÁ?

Hay muchas ventajas que convierten a Panamá en el elegido, pero podemos destacar:

Posee una Plataforma Logística con una moderna infraestructura portuaria.

El canal de Panamá.

El Ferrocarril Interoceánico.

Hub de las Américas para transporte aéreo.

Panamá promueve el comercio mundial por aire, tierra y mar, aprovechando las facilidades que se ofrecen desde nuestra plataforma multimodal conformada por el Canal de Panamá, el Ferrocarril Interoceánico, puertos en el Atlántico y el Pacífico, el Hub de las Américas para el transporte aéreo de carga y pasajeros y la Zona Libre de Colón, para el acopio y distribución de mercaderías a nivel mundial.

La conectividad del Canal de Panamá permite sistema más económico y eficiente. Y participa directamente del 5% del Comercio Mundial.

Provee acceso a 140 rutas marítimas con destinos a más de 80 países. Más de 14.000 naves al año transitan el canal, de los cuales 350 son cruceros. Tiene un movimiento de carga de 192 millones de toneladas por año (M/Ton/año) y de pasajeros y tripulación de 700.000. La mayoría son turistas lo cual lo transforma en una fuente económica importante para el país.

El Canal de Panamá es un impulsor del trasbordo de contenedores, el 60% de los servicios de buques de contenedores que arriban a los puertos panameños transitan por el Canal. Los servicios provenientes de Asia prefieren utilizar los puertos en Panamá para trasbordar carga, aprovechando el tránsito por el Canal. Ofrece conectividad inigualable para todos los puertos de la región del Caribe.

Las principales rutas comerciales que utilizan el Canal de Panamá son las de la Costa este de Estados Unidos al Lejano Oriente, de la Costa este de Estados Unidos a la Costa oeste de Sudamérica, y desde Europa a la costa oeste de Estados Unidos y Canadá. Los principales productos que transitan son granos, petróleo y derivados y carga Contenerizada.

El Canal cuenta con costas en ambos océanos y tiene estrecha configuración geográfica y el sistema de puertos son líderes como nación portuaria.

Como estrategia marítima los puertos son administrados por el sector privado, operando en ambas entradas del canal. Las empresas transnacionales son Evergreen, Hutchinson Wampoa (PPC), SSA Marine (Manzanillo International Terminal) entre otros.

Los puertos panameños incrementaron su movimiento de carga en un 13.4 % en 2005 con respecto al año 2004; es decir se incrementó en 359,949 TEU's en el 2005 respecto del año 2004. Son más activos y eficientes de América Latina y esto es muy importante porque hace 10 años la ciudad de Panamá no era una ciudad portuaria.

Si hablamos un poco del Sistema Portuario los puertos son los de Manzanillo International (MIT), el del Caribe que es el puerto de mayor movimiento anual de Latinoamérica con 1.6 millones de TEU's al año; el de Hutchinson Wampoa's Balboa Terminal (PPC) que es el puerto con mayor movimiento de mercancía en el Pacífico de América Latina; y el Colon Container Terminal (CCT) que es subsidiaria de Evergreen, y cuenta con una capacidad instalada de aprox. 1M de TEU's.

Una de las metas del Gobierno es convertir nuestro sistema portuario en el motor de desarrollo nacional a través de la atracción de nuevas inversiones, no solamente de los operadores internacional que actualmente operan en Panamá como Hutchison Port Holding, Stevedoring Services of America y Evergreen, cuyas inversiones pasan los miles de millones, sino de otros interesados en la expansión de nuevos puertos y la construcción y operación del Mega Puerto en la entrada Pacífica del Canal.

El porcentaje de servicios de contenedores que arriban en puertos panameños y transitan el Canal de Panamá son: en el de Manzanillo International Terminal con un 62%, el de Colon Container Terminal 71%, Balboa 67%, Cristóbal 29%. El promedio de las cuatro terminales es del 60%.

De acuerdo al informe de la UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), Panamá es el país en América Latina que ofrece mayor conectividad. En cuestión de conectividad; N° 1 en América Latina. Eso es una ventaja importante para el país, servir como una plataforma logística para poder mover cargas y de pasajeros.

La compañía norteamericana Kansas City Southern Railway ha invertido 100 millones de dólares en los últimos cinco años movilizandando más 110 mil contenedores en el 2005, entre las ciudades portuarias de Panamá y Colón, que representa el 30% de la carga que llega a los puertos. Actualmente se estudia la viabilidad de construir un nuevo ferrocarril que uniría el Mega Puerto en el Pacífico con la zona portuaria de la Ciudad de Colón.

Panamá también tiene un Aeropuerto Internacional. Hay un proyecto de modernización de las facilidades aeroportuarias por 70 millones de dólares. Y busca ser el aeropuerto más moderno de América Latina. Están instalando 8 puertas adicionales para servir a cualquier tipo de aeronave. Buscan ampliar el espacio físico de servicios para el pasajero, ampliar el área de migraciones, el área donde se busca el equipaje.

COPA Airlines hub de las Américas, para el transporte de carga y pasajeros es la más nueva y moderna flota del continente con más de 30 destinos a más de 20 países.

Panamá cuenta con 27 aeropuertos públicos y 41 privados. De estos, el principal es el Aeropuerto Internacional de Tocumen, hoy en pleno proceso de modernización que debe concluir a mediados del 2006, cuando estará en capacidad de atender un mayor número de vuelos, pasajeros y carga.

Cabe destacar que desde Panamá a Estados Unidos hay 7 vuelos diarios y pronto va a haber un vuelo directo a Canadá y desde Panamá se puede ir a todas las ciudades importante de América Latina. Hay 4 vuelos semanales a Europa y nos da una conectividad importante para aquellas empresas que quieran instalar oficinas en Panamá.

Panamá también tiene una infraestructura de carreteras importante. Está compuesta por 14.391.10 km. Las carreteras son: Carretera Panamericana: desde Paso Canoa (frontera con Costa Rica) a Darién; la Carretera Central: desde Divisa hasta Pedasi (parte central del país), la Carretera Transistmica: desde la ciudad de Panamá hasta Colón (Atlántico-Pacífico), el Corredores de la ciudad: Sur y Norte.

Otro de los elementos de porque Panamá es la Zona Libre de Colón. Es la zona franca más importante de Hemisferio Occidental (Nº 2 del mundo), con el mayor intercambio comercial que supera los 11 mil millones de dólares y un moderno sistema logístico.

Su proximidad entre las economías asiática (China, Taiwán, Corea del Sur) y norte América y Europa hacen de esta zona franca el lugar ideal en una economía mundial globalizada. Continuamente bajo procesos de modernización y

remodelación de sus sistemas de depósitos, embarque y tránsito. Tiene un área de 400 hectáreas.

Recibe un aproximado de 100.000 visitantes anualmente. Con compradores que vienen a la zona libre, compran sus productos, los mandan a sus países para distribuir en sus mercados locales. Hay más de 2.000 compañías instaladas y cerca de 19.000 empleados.

6.2 EXPANSIÓN DEL CANAL

La globalización y liberalización comercial han incentivado el comercio marítimo en los últimos años, incrementando el intercambio comercial de un mayor número de productos y la contenerización de los mismos, con lo cual las compañías navieras y estibadores han invertido en nuevos barcos y puertos para aumentar su capacidad de atención a la demanda de sus clientes. Panamá no escapa a este fenómeno y se estudia la viabilidad de la ampliación del Canal y la creación de nuevos puertos de contenedores.

El aumento del intercambio comercial de Asia y la costa este de los Estados Unidos es uno de los mayores retos que enfrenta la administración del Canal de Panamá por la incapacidad de acomodar barcos con volúmenes mayores de 5.000 TEUs (contenedores de 20 pies).

Actualmente, el Canal de Panamá trabaja al 93% de su capacidad por lo cual se continua invirtiendo para aumentar su capacidad (iluminación nocturna de las esclusas y aumento en el calado en algunos tramos). En el 2004 más de 14.000 barcos transitaron el Canal.

Los planes de expansión a través de un nuevo juego de esclusas permitirán servir los barcos Post-Panamax y agilizar el tránsito de barcos. Este nuevo juego de esclusas se construirían al costado de las actuales esclusas, utilizando un sistema de tinajas para reciclar el agua dulce. Actualmente se usan alrededor de 197 millones de litros de agua dulce para cada esclusaje, los cuales se vierten finalmente al mar.

El tráfico marítimo internacional es un sector en crecimiento, en constante desarrollo, evolución y actualización. Nuestra política comercial está orientada hacia la promoción y el reforzamiento de nuestro sector de transporte, de logística y marítimo.

Es el proyecto de infraestructura más importante de la región. Más allá de una expansión es una serie de inversiones que buscan llevar al canal de Panamá para que sea competitivo en lo económico en los próximos 100 años.

Actualmente, los astilleros tienen contratos de construcción de más de 250 buques pospanamax para entregar entre el 2006 y 2011.

Para el 2011, aproximadamente el 37% de la capacidad de la flota mundial de buques portacontenedores serán de dimensiones pospanamax. Pero ya es casi un hecho la posible extensión del Canal de Panamá (que en estos momentos está en el gabinete de gobierno, donde se está discutiendo, y si se aprueba va a haber un referendun en donde el pueblo panameño va a decidir si quieren aprobar o rechazar el proyecto).

El costo estimado de la construcción del tercer juego de esclusas es de 5.250 millones dólares, con una duración entre siete y ocho años. El proyecto contempla añadir un tercer carril mediante la construcción de dos complejos de esclusas, integrado por 3 cámaras dotadas de 3 tinajas laterales para la reutilización de agua. Proyecto del Megapuerto en el Pacífico: Está ubicado a la entrada Oeste del Canal de Panamá en el lado Pacífico. Con una extensión de 200 hectáreas para construir 1.800 m lineales de patio y puerto de contenedores, en 3 meses aproximadamente.

Las compañías interesadas hasta la fecha son: P&O Ports, Maersk Sealand, China Ocean Shipping Company (COSCO), Port of Singapore Authority y Evergreen. Actualmente están en evaluación los estudios de factibilidad realizados por Moffat and Nichols.

Otra área importante para el crecimiento del área logística es el Área Económica Especial Panamá Pacífico (AEEPP).

AEEPP tiene como objetivo combinar nuestra plataforma logística y de telecomunicaciones con la experiencia comercial, financiera y de servicios combinación que hará de Howard uno de los Hubs de comercio internacional más atractivos.

Ubicada en el lado oeste del Canal de Panamá, es un área de rápido crecimiento, cuidadosamente diseñada por el Gobierno de Panamá con asesoría de la Corporación Internacional, miembro del Banco Mundial. Los estudios efectuados han demostrado que esta área brinda las facilidades necesarias para el desarrollo de actividades de comunicación, información, tecnología, aviación, logística, turismo y distribución regional.

En síntesis es una agencia que va a servir como ventanilla única para poder dar servicio a todas aquellas empresas que estén ubicadas dentro de la misma.

El tamaño y la posición estratégica de la propiedad, combinado con la infraestructura del área y los proyectos adyacentes, contribuirán a convertirla en uno de los centros de negocios más exitosos en las Américas.

El área tiene atractivo para las actividades económicas relacionadas con informática, comunicaciones y tecnología, servicios de off shore, mantenimiento,

reparación y acondicionamiento general de los aviones, actividades de logística, ensamblaje de aparatos electrónicos ligeros, desarrollo de bienes raíces y turismo, entre otros.

Tiene una extensión de 2.005 hectáreas, entre sus instalaciones se encuentran:

- Aeropuerto categoría 7 adecuado para Jets, con una pista de aterrizaje de 2,591 metros, que cuenta con una terminal de pasajeros y de carga, una estación de abastecimiento de combustible.
- 4 Hangares, en tamaños que van desde 8,960.38m² a 10,708.37m²
- Cuenta con un Helipuerto debidamente equipado, localizado frente al área de hangares.
- Posee una Terminal de Carga, con área de construcción total de 4,043 Mts.
- Cuenta con un área pavimentada de 6,188 Mts. para carga, descarga y maniobra de camiones.
- Tres rampas de concreto de apoyo a los depósitos y áreas de almacenaje de carga.
- 17 tanques de combustible de reserva con capacidad de 13.75 millones de galones.
- Sistema de trasiego de combustible interconectado.
- 716 unidades de vivienda y 40 edificios
- Terminal de carga aérea y depósitos listos para utilizar
- Facilidades comunitarias: teatro, piscina, Iglesia, escuelas, estaciones de gasolina, gimnasios, canchas de tenis, etc. Posee una pista de asfalto de 2,591Mts. por 46 Mts.

Tiene capacidad de aterrizaje para aviones modernos del tipo Boeing y Airbus. Posee 4 hangares de 8,960 Mts. a 10,708 Mts., para el mantenimiento y reparación de aeronaves los cuales se ubican a la mitad de la pista de aterrizaje.

Los objetivos son:

- Multi-mercados, catalizador de inversión extranjera directa.
- Características físicas que son aprobadas por la OMC
- Desarrollo integrado Multi-usos; no limitado
- Características políticas, Incentivos fiscales, Procedimientos simples, Flexibilidad en el uso de suelos
- Enfoque del área Económica Especial Panamá-Pacífico
- Servicios vendidos en el extranjero (Off shore).
- Enajenación de acciones de compañías establecidas dentro de la AEEPP.
- Transferencia de productos y servicios entre compañías en la AEEPP, el desarrollador y/o operador, o entre compañías establecidas en otras áreas especiales de Panamá.
- Venta de productos y servicios a visitantes, pasajeros o miembros de una tripulación en tránsito a otros países, a naves transitando por el Canal de Panamá, o aeronaves usando puertos en Panamá en ruta a destinos extranjeros, a menos

que la venta sea realizada por un fabricante o por una compañía dentro del mismo grupo económico.

- Servicios o actividades relativas a la aviación o transporte relativo a aeropuertos, manejo de carga y almacenamiento, mantenimiento y reparación, y/o fabricación de naves.
- Fabricación de productos electrónicos livianos, Servicios multimodales y logísticos, Call centers; captura, procesamiento, almacenamiento, intercambio, transmisión de datos e información digital; señales de radio, televisión, audio, video y/o administración del enlace de datos para clientes ubicados dentro de la AEEPP o hacia el exterior; investigación y desarrollo de recursos y aplicaciones digitales para redes de intranet e Internet.

6.3 ZONA LIBRE DE COLÓN

Entre los principales beneficios podemos mencionar:

- 0% Impuestos sobre la renta.
- 0% Impuestos a las importaciones y re exportaciones.
- 0% Impuestos a la facturación.

Existen cuatro (4) maneras de establecer operaciones en la Zona Libre de Colón:

1. Por medio de un acuerdo de alquiler de terreno.
2. Por medio de un acuerdo de alquiler de local.
3. Por medio de un acuerdo de representación hay cerca de 2000 empresas.
4. Almacén de depósito público que es manejado por la misma zona libre de Colón.

Las importaciones en su mayoría son del este de Asia (Hong Kong, Japón, Corea del Sur, China Taiwán) y las exportaciones son de su mayoría de países de Centro América, el Caribe y el norte de Sudamérica.

6.4 EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES

Una vez analizado los datos, se determino que el mejor país para ampliar nuestros mercados era Panamá, país que está ubicado estratégicamente, que tiene como principales países de destino para exportar a Estados Unidos, España, Países Bajos, Suiza y Costa Rica, siendo sus principales productos banano, camarones, azúcar, café y confecciones; mientras que el origen de sus importaciones se concentran en Estados Unidos, Antillas Holandesas, Costa Rica y Japón en productos como bienes de capital, productos alimenticios, bienes de consumo y químicos.

6.5 BALANZA COMERCIAL MUNDIAL PANAMA

La balanza comercial panameña presentó en el período 2005 - 2007 una tendencia deficitaria creciente, al pasar de US\$ 3.189,6 millones en 2005 a US\$5.118 millones en el último año. En el año 2007 el déficit se incrementó significativamente en US\$1.309 millones con respecto al año anterior motivado por un mayor volumen de importaciones.

Millones de Dólares

	Millones US\$	Millones US\$	Millones US\$
COMERCIO EXTERIOR	2005	2006	2007
EXPORTACIONES (FOB)	963,2	1021,9	1120,5
IMPORTACIONES (CIF)	4152,8	4830,9	6238,5
BALANZA COMERCIAL	-3189,6	-3809,0	-5118,0

Fuente: Proexport

6.6 PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES

➤ Principales socios comerciales (exportaciones)

Estados Unidos, países de la Unión Europea (UE), países centroamericanos y caribeños.

➤ Principales socios comerciales (importaciones)

Estados Unidos, países de la Unión Europea, países centroamericanos y caribeños, Japón

➤ Estados Unidos es el principal proveedor de las importaciones panameñas, durante 2007, con una participación de 33,31%, seguido por Curazao con 7,84%, Costa Rica con 5,75%, España con 5,24% y México con 4,29%. Los 10 principales socios proveen el 68,63% del total importado. Colombia vendió a Panamá un 3,40% del total.

6.7 BALANZA COMERCIAL BILATERAL COLOMBO-PANAMEÑA

Anual	2007	2008	Variación
Exportaciones	246	319	30%
Importaciones	130	148	13%
Balanza Comercial	116	172	48%

Millones de Dólares (fuente Proexport)

6.7.1 Mercados Internacionales más Importantes para Panamá.

Exportaciones: EEUU, Alemania, Suecia.

En cuanto a los socios comerciales de exportación, en 2007 se encuentran: Estados Unidos en primer lugar con 34,91%, seguido por España con 10,25%; Holanda (Países Bajos) con 5,61%; Suecia con 5,55%; Costa Rica con 5,46%, entre los principales. Los diez principales socios son el destino del 79,09% de las exportaciones de la República de Panamá. Colombia participó con el 1,70%.

Durante el período 2005 -2007, las exportaciones de República de Panamá han presentado una tendencia creciente, registrando un crecimiento promedio anual de 7,92%, al pasar de US\$963,2 millones en 2005 a US\$ 1.120,5 millones en el último año. Durante 2007, las exportaciones crecieron 9,6% frente al año anterior.

▪ Exportación:

Panamá exporta bananos, productos derivados del petróleo, camarones, azúcar, naranjas, melones, coco, cacao, madera, carne y cuero.

▪ Importaciones: EEUU, Japón

Las importaciones panameñas crecieron en un 23,22% promedio anual en el período 2005-2007, al pasar de US\$4.152,8 millones a US\$6.238,5 millones en 2007. En el último año el crecimiento de las importaciones fue de 29,1% con respecto al año 2006.

▪ La especialización en Exportaciones de Servicios

Los ingresos por exportaciones netas de bienes y servicios representan cerca del 30 por ciento del PIB, concentrados en servicios relacionados a la posición geográfica, como servicios de tránsito por el Canal de Panamá, la intermediación comercial de la Zona Libre de Colón (ZLC), el turismo, servicios de telecomunicaciones, y trasbordo de contenedores. A esto se agregan significativos ingresos provenientes de exportación de servicios de intermediación financiera por la banca, y servicios jurídicos de registros de firmas y naves. Muchas actividades de exportación se dan en sectores con muy poca intervención del gobierno, y con alta inversión extranjera. A diferencia del caso de las exportaciones de materias primas, las exportaciones de servicios son estables de año a año, sin oscilaciones en sus precios o montos; de hecho en Panamá, por décadas, las exportaciones han crecido en términos nominales casi todos los años. En efecto, la volatilidad del PIB o de los términos de intercambio son menores en Panamá (según estudio del Banco Interamericano de Desarrollo citado en Moreno-Villalaz, 1997).

Adicionalmente, en Panamá, las exportaciones de servicios, e incluso las de bienes, están diversificadas entre actividades o productos, países y regiones; lo que refuerza su estabilidad. A su vez, bajas en ingresos de exportación son cubiertas por inversionistas externos, o absorbidas por el alto nivel de utilidades

producto de la “renta pura” en estos sectores. La naturaleza e importancia de las exportaciones panameñas implica que la economía es de por sí muy estable, independiente de la dolarización.

6.8 ACCESIBILIDAD DEL MERCADO

RÉGIMEN DE COMERCIO

Panamá mantiene un régimen de comercio e inversiones básicamente liberal, que se caracteriza por sus aranceles relativamente bajos y la escasez de obstáculos no arancelarios, lo que está en consonancia con el papel vital que desempeña el comercio en la economía del Panamá, según un informe sobre las políticas y prácticas comerciales de Panamá.

La orientación de la economía de Panamá hacia los servicios convierte a Panamá en centro internacional de actividades tales como el transporte marítimo, los servicios de distribución y la banca. En cambio, varias actividades de producción agropecuaria y manufacturera reciben ayuda en forma de protección en frontera e incentivos fiscales, algunos de ellos supeditados a la exportación.

Según el informe, el emprender nuevas reformas, como la racionalización de los programas de asistencia y la simplificación del régimen comercial, especialmente la estructura arancelaria, ayudaría a Panamá a aprovechar la base de su ventaja comparativa como proveedor de servicios internacionales, en particular de transporte a través del Canal, y a mantener la robustez del crecimiento económico logrado en años recientes.

6.9 ACUERDOS COMERCIALES

Panamá es miembro de la OMC desde el 6 de septiembre de 1997. Ha suscrito Acuerdos de Libre Comercio con Singapur, Taiwán y Centroamérica, con esta última ha suscrito los acuerdos durante 2007 con El Salvador, Costa Rica y Honduras, están pendientes Guatemala y Nicaragua. También ha suscrito Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y Chile, los cuales se encuentra en proceso de aprobación por parte de los entes legislativos internos de cada país.

Panamá también ha suscrito acuerdos de alcance parcial con México, República Dominicana y Colombia. Panamá es beneficiario de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe que provee libre acceso a las exportaciones panameñas en Estados Unidos.

A continuación se presentarán resumidamente estos acuerdos comerciales por medio del siguiente cuadro:

Resumen de los principales Acuerdos Comerciales de Panamá

Tratado	Fecha firma
Acuerdo de Complementación Económica con Colombia	09/07/1993
Acuerdo de alcance parcial con México	22/05/1985
Tratado Comercial con República Dominicana	17/07/1985
Tratado de Libre Comercio con Singapur	01/03/2006
Tratado de Libre Comercio con Taiwán	21/08/2003
Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Panamá. El Salvador – Panamá (desde el 6/03/2002)	2007 excepto con Guatemala y Nicaragua
Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos	28/06/2007
Tratado de Libre Comercio con Chile	27/06/2006

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE)

▪ **Acuerdo de Alcance Parcial (APP) entre Colombia y Panamá**

Con el fin de fortalecer el intercambio comercial se suscribió en Cartagena de Indias el 9 de julio de 1993, un AAP de tipo comercial entre las Repúblicas de Colombia y Panamá que permite el otorgamiento de preferencias, con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas a la importación de los productos negociados por ambas partes cuando estos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios.

▪ **Ampliación del AAP**

Luego de la firma del Segundo Protocolo Modificadorio del Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) que tuvo lugar el 15 de febrero de 2005 en Panamá, entre los Ministros de Comercio de Colombia, Jorge Humberto Botero y de Comercio e Industrias de Panamá, Alejandro Ferrer, se lograron preferencias recíprocas entre el 100% y 30%. Que incluyen Pescados y moluscos, palmitos, frutas tropicales, caucho, baúles y maletas, papeles, cascos de seguridad, tuercas y tornillos y vidrios de seguridad, entre otros. Este entró en vigencia el 17 de marzo de 2005.

▪ **Tratado de Libre Comercio y de Intercambio Preferencial entre el Mercado Común Centroamericano (MCCA) y Panamá**

Panamá firmó acuerdos de libre comercio e intercambio preferencial de las mismas características con cada uno de los países del Mercado Común Centroamericano (MCCA), integrado por Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras. Los Estados Contratantes acuerdan mantener el régimen de libre comercio y de intercambio preferencial previsto en el Tratado suscrito entre ellos, conforme a las disposiciones que se señalan a continuación. Convienen, asimismo, en adoptar medidas que regulen el tránsito y el transporte entre ambos países.

Los productos naturales o manufacturados originarios de los territorios de las Partes Contratantes que figuran en las listas anexas a este Tratado, o que se

adicionen en lo sucesivo, gozarán de libre comercio, de trato preferencial o estarán sujetos a controles cuantitativos.

▪ **Tratado de Libre Comercio COLOMBIA - PANAMA**

Los Gobiernos de Colombia y Panamá iniciarán trabajos exploratorios con miras a negociar un acuerdo de comercio e integración, que permita aprovechar el potencial de ambas economías y responda a las realidades del intercambio bilateral. se acordará qué tipo de acuerdo quieren los dos países: si corresponderá al modelo de un Tratado de Libre Comercio (TLC), a un acuerdo de menor alcance, como el modelo de los Acuerdos de Complementación Económica u otro modelo que surja como resultado de estos trabajos.

6.10 ARANCELES

Panamá se acogerá automáticamente el primero de abril 2008 al nuevo Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG+) que otorga unilateralmente la Unión Europea a los países en vía de desarrollo.

El Gobierno asegura que Panamá cumple con 26 de los 27 convenios internacionales que exige la UE para que un país pueda beneficiarse del SPG+, un programa que otorga preferencia arancelaria a 300 productos, excluyendo al azúcar, banano y algunos productos pesqueros.

Pero aún queda por ratificar el convenio de las Naciones Unidas contra la corrupción. Según el Ministerio de Comercio e Industria, el convenio pendiente ya ha sido enviado a la Asamblea Nacional para su aprobación.

Actualmente, el único país de Centroamérica que tiene problemas para calificar dentro del SPG+ es El Salvador, específicamente por el tema laboral y que requeriría un cambio constitucional de ese país.

Europa representa el segundo mercado para las exportaciones panameñas. El promedio anual de la exportación panameña a Europa es de 190 millones de dólares, que incluye productos como sandía, melón, zapallo, mariscos y otros.

La UE también ofreció la opción a los países beneficiados con el SPG+ de presentar propuestas para agregar otros productos a la lista de preferencias arancelarias. Panamá y Centroamérica están trabajando en una propuesta única con productos que puedan tener un impacto regional. Además, pedirán que el arancel del camarón se reduzca de 3% a 0%.

El SPG+ reemplaza al SPG Drogas, un sistema arancelario que fue demandado por la India ante la Organización Mundial de Comercio por considerarlo una práctica

comercial discriminatoria. El nuevo sistema arancelario aplicará para todos los países considerados subdesarrollados.

6.11 ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES

▪ Impuestos

Las mercancías que se intercambien bajo el régimen de libre comercio quedarán exentas del pago de derechos de importación y exportación.

Las mercancías que se intercambien bajo el régimen de tratamiento preferencial estarán sujetas únicamente al pago de un porcentaje sobre los derechos de aduana establecidos en los respectivos aranceles generales.

Las mercancías que se intercambien bajo el régimen de Libre Comercio o de Tratamiento Preferencial, estarán exentas del pago de los derechos consulares y de todos los demás impuestos, recargos y contribuciones fiscales que causen la importación y la exportación o que se cobren en razón de ellas.

Las mercancías que se intercambien conforme a este Tratado estarán amparadas por un formulario aduanero firmado por el exportador que deberá contener la declaración de origen y se sujetará a la visa de los funcionarios de aduana tanto del país de expedición como de destino.

▪ Situación Actual

Las negociaciones del marco normativo se concluyeron el 16 de mayo de 2001 después de ocho rondas de negociación. En el año siguiente las negociaciones se desarrollaron de forma bilateral entre cada país Centroamericano y Panamá.

El Salvador y Panamá finalizaron su negociación bilateral en enero de 2002, firmando un protocolo bilateral adicional al Acuerdo el 6 de marzo de 2002. Honduras y Panamá finalizaron su negociación y firmaron un protocolo bilateral adicional al Acuerdo el 15 de junio de 2007. Costa Rica y Panamá culminaron las negociaciones el 22 de junio de 2007 y firmaron un tratado de libre comercio el 7 de agosto de 2007. Además, se han llevado a cabo rondas de negociación entre Panamá y los otros países Centroamericanos (Guatemala y Nicaragua). La séptima ronda de negociaciones entre Nicaragua y Panamá fue programada para el 12 octubre 2007 en la Ciudad de Panamá.

▪ Acuerdo de Alcance Parcial entre las Repúblicas de Panamá y México

El presente Acuerdo celebrado con base al Artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980, tiene por objeto, tomando en cuenta el grado de desarrollo económico de ambas Partes, el otorgamiento de concesiones, que permitan fortalecer y dinamizar sus corrientes de comercio mutuo, en forma compatible con sus respectivas políticas económicas y coadyuvar a la consolidación del proceso de integración de América Latina.

Este acuerdo se basa en el otorgamiento de preferencias, con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas por las Partes a la importación de los productos negociados en el, cuando éstos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios.

Las preferencias acordadas podrán ser permanentes, de carácter temporal o estacional, estar sujetas a contingentes o cupos de importación o recaer sobre productos de uno o más sectores de sus respectivas nomenclaturas arancelarias.

Las preferencias arancelarias que se otorgan basándose en este Acuerdo consisten en rebajas porcentuales, cuyas magnitudes se aplicarán sobre los aranceles de importación establecidos para terceros países.

6.11.1 Otras Preferencias Arancelarias Otorgadas

- **Ley de Asociación Comercial de Estados Unidos – Cuenca del Caribe (CBTPA).**

Anteriormente llamada La Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC). El Senado de los Estados Unidos aprobó en enero 24 de 2000 la denominada Ley de Comercio y Desarrollo del 2000, también llamada Ley de Asociación Comercial de Estados Unidos – Cuenca del Caribe (CBTPA), una de cuyas secciones se refiere al mejoramiento de la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (ICC), la cual entró en vigor el 1 de octubre de 2000. Los principales beneficios que la ley contiene se extienden hasta el año 2008 o hasta que el ALCA entre en vigor y corresponden al acceso libre de aranceles y cuotas para las prendas de vestir confeccionadas en la región centroamericana y del Caribe, bajo condiciones específicas respecto al contenido de materiales e insumos. A la fecha de esta actualización no hay información sobre la prórroga o finalización de estas preferencias.

Los productos textiles que no cumplen con las reglas de origen establecidas en la ley de paridad – CBTPA, pueden aún entrar al mercado de los Estados Unidos bajo los programas 807, 807^a y 809.

Mediante la Ley de Paridad Textil (CBTPA), se hace extensivo el tratamiento preferencial otorgado a México dentro del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica – NAFTA, a los textiles y confecciones, de los países de la Cuenca del Caribe.

- **Productos Elegibles**

La lista de beneficiarios puede cambiar de vez en cuando durante la vigencia de este programa. Los productos elegibles para la aplicación de la franquicia aduanera deberán ser importados a los Estados Unidos directamente de cualquiera de los países y territorios beneficiarios.

- **Normas de Origen**

Los productos que ingresan a los Estados Unidos en virtud de la CBI deben cumplir las siguientes condiciones:

Se importan directamente en el territorio aduanero de los Estados Unidos procedentes de un país beneficiario.

Haber sido producido en un país beneficiario. Este requisito se cumple cuando: 1) las mercancías son en su totalidad, cultivadas, producidas o elaboradas en un país beneficiario; 2) las mercancías han sufrido una transformación significativa y se han convertido en un nuevo producto en el país beneficiario.

Al menos el 35% del valor total del producto debe consistir en el costo de los materiales producidos en uno o más de los países beneficiarios, o en los costos directos de las operaciones de elaboración realizadas, en uno o más de los países beneficiarios.

A los efectos de este requisito, el Estado Libre Asociado de Puerto Rico o las Islas Vírgenes de los Estados Unidos se consideran países beneficiarios; por consiguiente, el valor atribuible a Puerto Rico o a las Islas Vírgenes, también se puede tomar en cuenta. Así mismo, el costo de los materiales producidos en el territorio aduanero de los Estados Unidos (que no sea Puerto Rico), puede tomarse en cuenta como parte del 35% del requisito de valor agregado, pero sin que exceda del 15% del valor aforado del artículo importado.

El costo o valor de los materiales importados en los países beneficiarios del ATPA, puede incluirse en el cálculo del 35% del requisito de valor agregado de un artículo, que reúna los requisitos si los materiales han sufrido una transformación significativa, convirtiéndose en artículos comerciales nuevos y diferentes, y luego se han utilizado para elaborar el artículo que se beneficiará.

La frase "costos directos de las operaciones de elaboración", comprende los costos incurridos directamente o los atribuidos de manera razonable a la elaboración del artículo, tales como el costo real de la mano de obra, los troqueles, los moldes, las herramientas, la depreciación de la maquinaria, la investigación y el perfeccionamiento, la inspección y las pruebas.

Los gastos fijos de explotación, los gastos administrativos y las ganancias, así como los gastos comerciales generales, tales como el seguro contra daños y responsabilidad civil, la publicidad y los sueldos de los vendedores no se consideran costos directos de las operaciones de elaboración.

Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea (SGP Plus).

El SGP europeo concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo dentro de su sistema de preferencias arancelarias generalizadas.

La política comercial de la Comunidad ha de ser acorde a los objetivos de la política de desarrollo y potenciar dichos objetivos, en particular la erradicación de la pobreza y el fomento del desarrollo sostenible y la gobernanza en los países en desarrollo. Debe ajustarse además a los requisitos de la OMC y en particular, a la cláusula de habilitación del GATT de 1979 (trato diferenciado y más favorable, reciprocidad y mayor participación de los países en desarrollo).

El sistema de preferencias generalizadas consiste en un régimen general para todos los países y territorios beneficiarios y dos regímenes especiales que tengan en cuenta las necesidades concretas de los países en desarrollo cuya situación sea similar.

El régimen general aplica a todos los países beneficiarios, siempre y cuando el Banco Mundial no los considere países con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas.

El régimen especial de estímulo (SGP PLUS) del desarrollo sostenible y la gobernanza se aplica a países en desarrollo que son vulnerables por su falta de diversificación y su insuficiente integración en el comercio mundial, al mismo tiempo asumen la responsabilidad de ratificar y aplicar los convenios internacionales sobre derechos humanos y laborales, protección del medio ambiente y gobernanza, por lo cual tendrán preferencias adicionales, destinadas a fomentar el crecimiento económico y de éste modo responder positivamente a la necesidad de desarrollo sostenible, por tanto se suspenden los derechos ad valorem y los derechos específicos (excepto los combinados con un derecho ad valorem) para los países beneficiarios.

El régimen especial de estímulo del desarrollo y la gobernanza debe aplicarse a la entrada en vigor del Reglamento (CE) No.980 de 2005 en su totalidad para ajustarse a la normativa de la OIT relativa al régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de drogas.

Se mantiene la suspensión de los derechos arancelarios para los productos no sensibles y se aplica una reducción de los mismos para los productos sensibles. Se mantiene igualmente el mecanismo de graduación, así como, la retirada temporal de las preferencias.

Las normas de origen, relacionadas con la definición del concepto de producto originario establecidos en el Reglamento (CEE) No. 2454/93, deben aplicarse a las preferencias establecidas en el Reglamento (CE) No.980/2005, para garantizar que el régimen beneficie sólo a quienes está destinado.

El régimen especial de estímulo deroga desde su entrada en vigor, el régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga establecido mediante Reglamento (CE) No.2501/2001.

El Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas se aplicará en el período 2006 – 2015. El Reglamento (CE) No.980/2005 de 27 de junio de 2005, establece su aplicación hasta el 31 de diciembre de 2008. Mediante Reglamento (CE) 732 del Consejo del 22 de julio de 2008, por el cual se establece la aplicación del SGP Plus entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de diciembre de 2011.

Según el Diario Oficial de la Unión Europea L 337/50 del 22/12/2005, se publica la Decisión de la Comisión relativa a la lista de los países beneficiarios acogidos al régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza establecido en el artículo 26, letra e, del Reglamento (CE) No. 980/2005 del Consejo, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas (2005/924/CE):

Bolivia
Colombia
Costa Rica
Ecuador
Georgia
Guatemala
Honduras
Sri Lanka
Rep. De Moldova
Mongolia
Nicaragua
Panamá
Perú
El Salvador
Venezuela

6.12 GRAVÁMENES ADUANEROS

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

DEFINICIÓN

Mediante Decreto de gabinete N° 41 en su artículo en mención nos dice:

Artículo 114- La importación es el régimen aduanero que consiste en introducir legalmente al territorio aduanero de la República productos procedentes del exterior o de una zona o puertos libres debidamente establecidos en Panamá.

Las mercancías extranjeras que ingresen al territorio aduanero de la República estarán sujetas al impuesto indirecto que se denomina de importación, cuya tarifa es regulada por normas especiales de aranceles.

A los efectos de los regímenes aduaneros, se considera iniciada la operación de importación con el embarque de la mercancía en el país de origen o de procedencia, acreditada mediante el correspondiente conocimiento de embarque.

La importación de mercancías podrá efectuarse a través de cualquier medio de transporte habilitado de uso comercial, incluyendo ductos, oleoductos, gasoductos, poliductos o instalaciones fijas de bombeo mediante tuberías o por medio de cables; pudiendo estas mercancías estar sometidas a características técnicas especiales.

6.12.1 Requisitos para importación. Mediante el Decreto de Gabinete No. 41 en su artículo en mención:

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.

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.

6.12.2 Documentos aduaneros y formas en que se deben presentar para realizar una importación.

Para realizar una importación debe seguir lo siguientes procedimientos:

1. Documentos de Embarque Comercial.
2. Documentos de Transporte Internacional.
3. Declaración Unificada de Aduanas.
4. Manifiesto de Carga.

6.12.3 Documentos de embarque. Utilizados para la importación de mercancías de acuerdo con las vías de comunicación.

De acuerdo con el Diccionario de comercio exterior de Hugo fuentes Tejos y Silvia Lilo Guardia, documentos de embarque, se designan con este nombre aquellos documentos que se envían al importador u a otro usuario del comercio exterior, con que puede gestionar un documento de destinación aduanera. En estos documentos están aquellos propiamente tales como: conocimiento de embarque, guía aéreas, guía de transporte y carta Porte, otros como por ejemplos: factura comercial, certificado de origen, notas de gastos, pakin lis (lista de empaque), etc.

6.13 QUE ES LA FACTURA COMERCIAL

De acuerdo con el diccionario de términos Aduaneros de Tejos, es: Documentos privado que el vendedor de unas mercancías extiende a favor de su adquiriente.

Este Documentos contiene alguna información que la diferencia de una factura propia del comercio interno de un país, como: condiciones en que se proporcionará la mercancía vía de Transporte; Cláusula de compra, nombre del exportador y del comprador; número del registro del importador, etc.

Artículo No. 118 del (Decreto Gabinete No. 41 de diciembre do 2002), La factura comercial debe Contener por lo menos los datos siguientes:

1. Nombre del lugar en donde se encuentra establecido o domicilio de la persona, casa o firma que vende las mercancías y su dirección.
2. Fecha en que se verifica la venta.
3. Nombre del comprador en Panamá y del consignatario.
4. Clase, cantidad y descripción de la mercancía.
5. El precio parcial y total de las mercancías.

Artículo No. 119 del (Decreto Gabinete No. 41 de diciembre do 2002), El cargador o remitente hará constar en la factura comercial, bajo la gravedad del juramento y con su firma, que los datos expresados en olla son exactos del juramento y con su firma, quo los datos expresados en ella son exactos y verdaderos y que la venta se hace por la suma total declarada, sin deducciones ocultas o reservadas de ningunas clase.

Cuando se concede alguna comisión o descuento en el valor de las mercancías, deberá expresarse la rata o tipo do comisión o descuento antes de calcularse el valor en quo quedan las mercaderías.

Artículo No. 121 del Decreto Gabinete No. 41 de diciembre de 2002 La factura comercial sólo podrá ser expedida y firmada por los fabricantes o vendedores de las mercaderías y por los corredores o comisionistas encargados de su compra o embarque.

6.14 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

De acuerdo al Decreto Gabinete No. 41 del 11 de diciembre de 2002, en su artículo No. 123 Para los efectos fiscales el conocimiento de embarque debe extenderse a nombre del consignatario de las mercaderías, a fin de poder establecer la persona que debe pagar los impuestos con que están gravadas y para poder hacerla responsable en casos de contrabando o fraude.

Cuando el conocimiento de embarque se extienda a la orden o a nombre de una persona natural o jurídica para que notifique el documento al destinatario de las mercancías, ésta se considerará como consignatario para los efectos del inciso anterior.

El artículo No. 122 del Decreto Gabinete No. 41 del 11 de diciembre de 2002. El conocimiento de embarque deberá contener, por lo menos los siguientes datos:

- a) El nombre del cargador o remitente, del consignatario, el de la nave, el del puerto o lugar de salida, el de desembarque y el lugar de destino de las mercaderías; y
- b) La marca, número, cantidad y clase de bultos, su contenido, peso o capacidad y el valor del flete convenido.

6.15 DOCUMENTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

- **Documentos de Embarque Requeridos en la Importación, Por Vía Aérea:**
 1. Factura Comercial, debe contener el juramento.
 2. Guía Aérea debe contener la información, indicada anteriormente,
 3. Permiso de mercancías restringidas si es necesario, esto es de acuerdo con la clase de mercancía, por ejemplo: medicina, alimentos, animales vivos, etc.
 4. La lista de empaque juega un papel importante, se requiere un mínimo de Tres.

- **Documentos de embarque requeridos por vías marítimas:**
 1. Factura Comercial debe estar debidamente juramentada y firmada por el vendedor o fabricante.
 2. Conocimiento de embarque, debe contener los datos que contempla.
 3. Permiso de mercancías restringidas si es necesarios.

6.16 DECLARACIÓN UNIFICADA DE ADUANAS

De acuerdo con el Decreto Gabinete N° 41 de 11 de diciembre del 2002, la declaración Unificada Aduanas realizada del modo prescrito por la Aduanas, mediante la cual las personas interesadas indican el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías de las cuales sean consignatarios, proporcionando la información requerida para la aplicación del régimen aduanero correspondiente.

6.17 MANIFIESTO DE CARGA

De acuerdo al Decreto Gabinete No. 41 del 11 de diciembre del 2002 el manifiesto de carga es un documentos mediante el cual el transportador (transportista, agente Operador de Carga; Naviera, etc.), comunica ala aduana el detalle de los conocimientos de embarque que amparan a carga que transporta, indicando el código o número de identificación de dichos conocimientos y especificando si se destinarán en tránsito, trasbordo o a consumo local; el código o numeración de lo contenedores, la cantidad de bultos, naturaleza y peso de las mercancías quo dice contener y nombre de los consignatarios respectivos.

Régimen de Exportación Definitiva: Mediante el Decreto de Gabinete No. 41 en sus artículos en mención nos dice:

Artículo 138- Exportación definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera del país, sin el pago de los tributos aduaneros, salvo casos establecidos por la ley.

Artículo 139- Todos los productos nacionales pueden exportarse, con excepción de los siguientes:

- a) Las drogas heroicas, con excepción de las que sean para fines medicinales o científicos;
- b) Los de primera necesidad que determine el Órgano Ejecutivo, con carácter temporal por razón de su escasez en el país;
- c) Los que por razones de conveniencia para los intereses económicos del país, sean determinados por el Órgano Ejecutivo;
- d) Aquellos que atenten contra la seguridad de la fauna, flora o del patrimonio cultural, histórico y arqueológico de la nación.

Artículo 140. Las mercancías de producción nacional exportadas, que no hubieran sido aceptadas por el país de destino o no hubieran arribado al país de destino o hubieran sufrido daño durante su transporte, una vez embarcadas,

podrán reimportarse en el mismo estado, sin el pago de tributos aduaneros. El exportador, cuando corresponda, deberá restituir los tributos devueltos por el Estado en la operación inicial de exportación definitiva

6.17.1 Admisión Temporal para Reexportación de Mercancías en el mismo estado.

Definición: Mediante el capítulo VI del Decreto de Gabinete No. 41 del 11 de diciembre de 2002, en los artículos en mención:

Artículo 195. La Admisión Temporal para reexportación en el mismo estado es el régimen aduanero que permite recibir en el territorio aduanero, con suspensión del pago de derechos de importación, determinadas mercancías destinadas a ser posteriormente reexportadas, dentro del plazo determinado por el reglamento, sin haber experimentado modificación alguna, con excepción de la depreciación normal como consecuencia de su uso. No obstante, los introductores deberán prestar Fianza que cubra la totalidad de los derechos que puedan causarse si las mercancías introducidas permanecen en todo o en parte en el país.

6.17.2 Modo de Fianzas.

Artículo 196. Las fianzas de que trata el artículo anterior serán devueltas mediante la adecuada comprobación de la salida del país de las mercancías introducidas, o si las mismas se amparasen en algún otro régimen que admita la suspensión de pagos de derechos, dentro del plazo de permanencia que la Dirección General de Aduanas fije a estas operaciones en forma general. Este plazo podrá ser prorrogado por justa causa.

Artículo 197. La mencionada fianza ingresará definitivamente a los fondos comunes del Tesoro Nacional si no se comprueba debidamente la salida del país de las mercancías o si las mismas no se amparasen en algún otro régimen que admita la suspensión de pagos de derechos.

Artículo 198. En el caso de Admisiones Temporales gestionadas por parte de Misiones Diplomáticas u organismos internacionales acreditados ante el Gobierno de la República de Panamá, entidades de prestigio internacional u organizaciones gubernamentales, y siempre que la naturaleza de las mercancías o de las circunstancias así lo ameriten, el Director o Directora General de Aduanas podrá autorizar la Admisión Temporal sin la constitución de la Fianza.

Artículo 199. Antes del vencimiento del plazo concedido para la admisión temporal, el consignatario podrá optar por el cambio de régimen.

Artículo 200. El cambio de Régimen Aduanero de Admisión Temporal a Importación a Consumo se efectuará con el pago total de los tributos aduaneros

de importación, liquidadas sobre la base imponible vigente, a la fecha en que se acepta la declaración aduanera en el nuevo régimen.

6.17.3 Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo.

Definición: Mediante el capítulo VIII del Decreto de Gabinete No. 41 del 11 de diciembre de 2002, en los artículos en mención:

Artículo 204. Por exportación temporal para perfeccionamiento pasivo se entiende el régimen aduanero que permite exportar temporalmente mercancías de libre circulación en el territorio aduanero nacional, para ser sometidas en el extranjero o en zonas francas establecidas en el territorio nacional, a una transformación, elaboración, reparación o cualquier proceso de perfeccionamiento, y reimportarlas con el pago de tributos únicamente sobre el valor agregado.

Artículo 205. Para los efectos de este régimen constituye exportación la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero.

6.17.4 Modo de Fianza.

Artículo 206. Las personas que deseen acogerse al régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo elevarán su solicitud al Administrador Regional de Aduanas respectivo; en la que identificarán las mercancías que se pretendan perfeccionar, la naturaleza de la elaboración que se aplicará a dichas mercancías, así como el lugar y la empresa que realizará la operación requerida, además del plazo de permanencia de tales mercancías en el exterior.

Artículo 207. El Administrador Regional de Aduanas respectivo en el término no mayor de diez (10) días hábiles contados a partir de la presentación de la respectiva solicitud, decidirá lo pertinente mediante resolución motivada concediendo o no el régimen. De no expedirse la Resolución dentro del término mencionado, se considerará que se accede a lo pedido y el interesado acreditará el permiso con la copia de la solicitud donde conste el sello original con que fue recibida.

6.17.5 Obligaciones

Artículo 208. En la resolución cuando se conceda el régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, se especificará el tiempo que se estime necesario, conforme a la naturaleza de los trabajos de perfeccionamiento, el cual no podrá excederse de seis (6) meses. De ser necesario se fijará una Fianza equivalente al impuesto de exportación que le correspondería a las mercancías

que se acojan al presente régimen, a fin de garantizar el pago de tales impuestos de permanecer las mercancías en el exterior.

En el caso que la reimportación no se realice dentro del plazo máximo establecido, procederá el cambio automático del presente régimen a exportación definitiva.

Artículo 209. En la reimportación de mercancías exportadas temporalmente se seguirán los procedimientos ordinarios de importación. Para determinar los derechos a pagar, se tomará como base el valor agregado por el perfeccionamiento, adicionando todos los gastos requeridos para el embarque de las mercancías perfeccionadas desde el exterior, incluyendo los gastos de corretaje efectuados en el exterior, el seguro y el flete correspondiente hasta el primer puerto marítimo, aéreo o terrestre de llegada al país.

Artículo 210. En los casos de reimportación de mercancías que gozaban de garantía de fábrica al momento de su exportación, las mismas no estarán afectas a derechos aduaneros, aún cuando en sustitución de la original, ingrese una equivalente. Sin embargo, si estarán afectas al impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a cualquier otro tributo que las normas no eximan.

Las mercancías cuya exportación esté expresamente prohibida por la ley, no pueden acogerse al régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.

6.18 RÉGIMEN DE TRANSBORDO

Definición: Mediante el Decreto de Gabinete No. 41 del 11 de diciembre de 2002 En el Capítulo II en los artículos en mención:

Requisitos

Artículo 158. El transportador internacional o declarante que, según el manifiesto internacional de carga, tenga derecho sobre las mercancías, podrá declarar el régimen de transbordo, el que será previamente autorizado por la administración aduanera independientemente del origen o destino de las mismas, siendo el transportador internacional o declarante responsable ante la Dirección General de Aduanas por el cumplimiento de todas las formalidades establecidas en la presente Decreto de Gabinete y su reglamento.

Artículo 159. La administración aduanera podrá permitir el transbordo de las mercancías de una unidad de carga a otra así como de un medio de transporte a otro, debiendo comprender la totalidad de las mercancías consignadas en el manifiesto de carga.

6.18.1 Procedimiento.

Artículo 160. Se establece como una única zona primaria del territorio aduanero, el área canalera comprendida por los puertos marítimos terminales del Canal de Panamá en el sector del pacífico y los puertos marítimos de la provincia de Colón, habilitados para el comercio exterior de mercancías, incluyendo el trayecto que permite conectarlos a través de las instalaciones del Ferrocarril de Panamá, independientemente de que dichas áreas estén constituidas por recintos de administraciones aduaneras de distintas jurisdicciones.

Artículo 161. Salvo los procedimientos de control de mercancía no nacionalizada establecidos en el presente Decreto de Gabinete y las exenciones establecidas en otras disposiciones vigentes, las operaciones de trasbordo no causarán trámites aduaneros adicionales al acto de control o supervisión de dichas operaciones, comprobadas mediante el respectivo descargo en el sistema informático aduanero, sin perjuicio de las medidas que la aduana pueda adoptar en el ejercicio de su potestad o de los casos que requieran la intervención de otra autoridad nacional competente.

Artículo 162. Los conocimientos de llegada de las mercancías en trasbordo se cancelarán con el registro del manifiesto de salida, una vez sea cargada a bordo del siguiente medio de transporte y antes del respectivo zarpe.

Artículo 163. Se establece la Tasa Administrativa de Servicio de Traslado (TAST), de B/5.00 (cinco balboas) aplicable por cada contenedor, remolque, semiremolque o vehículo (en el caso de carga suelta), que movilice mercancía en traslado entre al menos dos de los recintos aduaneros comprendidos en la zona primaria establecida en el Artículo 160 del presente Decreto de Gabinete. El traslado de mercancías dentro de un mismo recinto portuario está exento de la Tasa Administrativa de Traslado (TAST).

Artículo 164. El pago de la Tasa Administrativa de Traslado (TAST) corresponderá al medio de transporte con que llegue del exterior la respectiva mercancía. Dichos pagos deberán efectuarse dentro de los primeros quince (15) días calendarios de cada mes, a través de la Agencia Naviera u Operador de Carga responsable que represente a dicho medio de transporte.

Artículo 165. La mercancía destinada a traslado puede permanecer dentro de los recintos aduaneros hasta por tres (3) meses; vencido dicho término será declarada en abandono y quedará sujeta a los trámites que para tal fin determinen las disposiciones vigentes.

6.19 TRÁNSITO ADUANERO

Artículo 141- El tránsito aduanero comprenderá tanto el tránsito nacional como el internacional y se regirá por las normas y procedimientos establecidos en los Acuerdos o Convenios Internacionales suscritos por la República de Panamá.

Artículo 142- La Tránsito aduanera internacional es el régimen mediante el cual la mercancía es transportada, bajo control aduanero, de un recinto aduanero de entrada al país ubicado en distintas zonas primarias del territorio aduanero. También corresponde a tránsito aduanero internacional, el transporte de mercancía no nacionalizada desde un recinto aduanero interior a un recinto aduanero de salida, cuando se trate de mercancía cuyo conocimiento de embarque a su llegada al país manifiesta que la respectiva mercancía está destinada al exterior.

Artículo 143- Sin perjuicio de lo acordado en convenios o acuerdos internacionales que celebre la República, son mercancías en tránsito aduanero internacional:

- a) Las que lleguen al país para seguir al exterior, con documentos de embarque que indique que están consignadas a personas no residentes en la República, siempre que su movilidad no corresponda al régimen de transbordo; y,
- b) Las que lleguen al país consignadas a personas, en calidad de agentes de manejo, con residencia en la República, con documentos de embarque que indiquen que han de ser remitidas al exterior después de haber llegado.

Artículo 144- En los casos del Artículo anterior, las personas que hayan de recibir las mercancías y sean responsables de su reembarque deberán prestar fianza por la cuantía que determinen los reglamentos pertinentes, con el objeto de garantizar dicho reembarque. En el caso de que se desconozca a la persona que deberá responsabilizarse por el reembarque por no estar expresado dentro del respectivo conocimiento de embarque, se imputará como responsable a la agencia naviera o al Operador de carga responsable por el corte del conocimiento de embarque de llegada al país, sin que dicha obligación pueda transferirse a terceros por endoso.

Artículo 145- Sin perjuicio de la elaboración de la Declaración Aduanera respectiva, los conocimientos de llegada de las mercancías en tránsito aduanero internacional, se cancelarán con el registro del manifiesto de salida, una vez sea cargada a bordo del siguiente medio de transporte y antes del respectivo zarpe.

Artículo 146- Salvo las mercancías objeto de tránsito aduanero internacional que se almacenen en depósitos comerciales acogidos a la Ley NC 6 de 19 de enero de 1961, las demás pueden permanecer dentro de los recintos aduaneros hasta por tres (3) meses; vencido dicho término podrán ser declaradas en abandono y quedarán sujetas a los trámites que para tal fin determinen las disposiciones vigentes.

Artículo 147- El Tránsito Aduanero Nacional corresponde al traslado de mercancías desde un recinto aduanero de partida a otro recinto aduanero de destino dentro del territorio nacional, sin que se cruce frontera alguna.

Artículo 148- Para la ejecución del traslado, el transportista debe obtener la autorización previa de aceptación de la carga para almacenamiento mediante carta de traslado en formato electrónico aprobada por la Dirección General de Aduanas, expedida por el operador del recinto interior hacia el cual se dirija dicha mercancía.

Artículo 149- La aduana del recinto de entrada al país registrará en el sistema informático el descargo de su inventario anotando el tipo de régimen utilizado para realizar el traslado, identificando el tipo y número de recinto aduanero utilizado o la custodia física en los casos necesarios, la fecha y el formulario utilizado para dicho traslado señalando, además, el recinto de destino previsto y la hora probable de llegada.

Artículo 150- Los recintos receptores de los respectivos traslados confirmarán la recepción de los medios de transporte, validando la operación en el sistema informático aduanero.

Artículo 151- El transportador o declarante consignado en el manifiesto internacional de carga/declaración aduanera de tránsito o en el Documento de Tránsito Internacional (DTI) o de documento de embarque correspondiente, es responsable ante la Dirección General de Aduanas por la entrega de las mercancías a la administración aduanera de destino, en las mismas condiciones que la recibieran en la administración aduanera de partida y con el cumplimiento de las normas inherentes de tránsito aduanero internacional, conservando los sellos o precintos de seguridad intactos.

Artículo 152- Siempre que se cumplan las condiciones establecidas en el Régimen de Tránsito Aduanero Internacional, las mercancías en tránsito por la República de Panamá con destino a otro país no serán sometidas a reconocimiento, salvo en casos excepcionales amparados en el ejercicio de la Potestad Aduanera o cuando se trate del cumplimiento de una orden de autoridad jurisdiccional diferente a la aduana.

Artículo 153- Únicamente en los casos de accidentes o daños en el medio de transporte de uso comercial, se permitirá el trasbordo de las mercancías previa notificación a la autoridad aduanera más próxima.

Artículo 154- En el caso del Artículo anterior, el transbordo de las mercancías de una unidad de carga a otra, así como el transbordo de las mismas, de un medio de transporte habilitado a otro, necesariamente comprenderá la totalidad de las mercancías consignadas en el manifiesto internacional de carga o en la declaración de tránsito internacional de carga.

Artículo 155- Para efectos del presente Decreto de Gabinete, en concordancia con las normas internacionales correspondientes, el manifiesto internacional de carga, declaración liquidación en tránsito aduanero (DTI) o documento de embarque correspondiente podrá constar en forma documental o en medios informáticos digitalizados.

6.20 MARCO LEGAL

6.20.1 Inversiones extranjeras.

Sistema fiscal. Las Sociedades Anónimas panameñas están sujetas al régimen fiscal territorial que solamente les exige el pago de impuestos por la ejecución de operaciones que se entiendan realizadas en el territorio de la República de Panamá.

Para cualquier otra operación que se perfeccione, se consuma o surta sus efectos en el extranjero, es decir, para operaciones de carácter Offshore, las Sociedades Anónimas o Corporaciones panameñas no deberán pagar impuesto alguno, salvo por la Tasa Única anual, aún cuando la operación se dirija desde una oficina ubicada en Panamá.

Las sociedades anónimas deberán pagar anualmente la suma de US \$300.00 en concepto de impuesto de registro o vigencia, denominado tasa única.

El domicilio es una noción fundamental en el área de la PLANIFICACIÓN FISCAL internacional. Este punto de conexión permite adoptar medidas que permitan el máximo de ahorros fiscal, de forma global y duradera.

En otras palabras, establecer el domicilio de las empresas o sociedades implica someterse a las reglas fiscales del país donde se haya fijado, lo que le permitirá acogerse a una fiscalidad de tipo universal o territorial, según que en el país esté vigente uno u otro sistema.

Panamá tiene un sistema fiscal basado en la territorialidad que obliga a declarar y pagar impuesto por las operaciones comerciales que generen renta gravable únicamente en el territorio fiscal panameño, excluyendo así la aplicación del principio de universalidad de la renta vigente en muchos otros países.

Entre las actividades que el sistema territorial permite se encuentra la realización de operaciones de exportación/importación por precios iguales o superiores, mediante la utilización de una sociedad intermediaria que permita, no solo hacer más eficiente la gestión comercial, facilitando los pagos y los cobros, por ejemplo, sino la generación de ahorros.

Esta operación de intermediación es comúnmente llamada triangulación, pues en la operación aparecen tres partes que ejecutan tareas específicas, entre ellas la de refacturar las mercancías, lo cual se realiza de acuerdo a nuestra legislación vigente.

En efecto, de acuerdo al artículo 694 del Código Fiscal panameño, no se considerarán producidas dentro del territorio de la República de Panamá, la renta proveniente de las siguientes operaciones:

- Facturar, desde una oficina establecida en Panamá, la venta de mercancías o productos por una suma mayor de aquella por la cual dichas mercancías o productos han sido facturados contra la oficina establecida en Panamá, siempre que dichas mercancías o productos se muevan únicamente en el exterior.
- Dirigir, desde una oficina establecida en Panamá, transacciones que se perfeccionen, consuman o surtan sus efectos en el exterior.
- Distribuir dividendos o participaciones de personas jurídicas, cuando tales dividendos o participaciones provienen de rentas no producidas dentro del territorio de la República de Panamá, incluyendo las rentas provenientes de las actividades mencionadas en los literales a y b de este párrafo.

Como se advierte, la actividad de triangulación, también denominada refacturación, puede y debe realizarse desde una oficina ubicada en la República de Panamá, lo cual implica la domiciliación de la sociedad en Panamá, sin que ello genere obligaciones tributarias.

En algunos casos, es importante que el proceso de planificación fiscal internacional conlleve el establecimiento, no solo de una oficina virtual, sino también la generación de una contabilidad especial para el tipo de operación realizada, así como la emisión de todo tipo de documentación que demuestren la existencia de una operación basada en Panamá.

6.21 PATENTES Y MARCAS

6.21.1 Requisitos para registrar marcas, patentes, otros.

Registro de marcas en general.

- Poder a abogado que incluya, en el caso de personas jurídicas, una declaración o certificación notarial sobre su existencia y representación legal o, en su defecto, certificación expedida por autoridad competente del país de su constitución (de acuerdo a modelo de poder que se adjunta). Para personas jurídicas constituidas en Panamá, esta certificación será emitida por el Registro Público.
- Seis (6) etiquetas, diseño o dibujo de la marca (máximo 10 cms. de ancho).

Descripción de la marca, incluyendo:

- ✓ Nombre, nacionalidad, domicilio preciso, número del documento de identidad personal del solicitante o su razón social, lugar de constitución y domicilio preciso, si el solicitante es persona jurídica;
- ✓ Denominación y/o diseño de la marca, tal como será usada en el mercado;
- ✓ Especificación de los productos o servicios en los cuales la marca es o será usada;
- ✓ Fecha cuando se empezó a usar la marca, si se solicita el registro en base a su uso y para determinar la prelación del derecho.

Reivindicación de un derecho de prioridad, si lo hay, de acuerdo al Convenio de París, indicando país de origen u oficina en la cual se hubiese presentado la solicitud prioritaria, la fecha de presentación y el número asignado a la misma, lo cual podrá comprobarse presentando, una copia certificada del Registro Prioritario del país de origen de la solicitud, cuando dicho registro esté pendiente. NOTA: La solicitud de registro se puede presentar también a través de GESTIÓN OFICIOSA, consignando una fianza de USD 100.00, la cual será devuelta al presentar los documentos en el término de dos meses, prorrogables por un mes adicional por causa justificada. Si los documentos no son presentados en este plazo, la fianza ingresará al Tesoro Nacional, se negará la solicitud y se ordenará el archivo del expediente.

Los documentos identificados con el número 1 deben estar debidamente legalizados por Apostilla o por el Cónsul de Panamá en el país donde se expidan.

6.22 REGISTRO DE MARCAS COLECTIVAS

Además de los requisitos exigidos para las marcas en general, se deberá presentar un Reglamento de uso indicando:

1. Datos de identificación de la asociación solicitante.
2. Personas autorizadas para utilizar la marca.
3. Condiciones de afiliación a la asociación.

4. Condiciones de uso de la marca.
5. Motivos por los que puede prohibirse el uso de la marca a un miembro de la asociación.

NOTA: La marca colectiva no se podrá transferir a terceras personas, ni se autorizará su uso a aquellas que no estén oficialmente reconocidas por la asociación.

6.23 REGISTRO DE MARCAS DE GARANTÍA

Además de los requisitos exigidos para las marcas en general, se deberá presentar un Reglamento de uso que indique y establezca lo siguiente:

- La calidad, los componentes, el origen o cualquier otra característica de los productos o servicios correspondientes.
- Medidas de control que se obliga a implantar el titular de la marca de garantía y las sanciones aplicables.

6.24 REGISTRO DE LICENCIA DE USO

1. Poder a abogado que incluya, en el caso de personas jurídicas, una declaración o certificación notarial sobre su existencia y representación legal o, en su defecto, certificación expedida por autoridad competente, del país de su constitución (de acuerdo a modelo de poder que se adjunta). Para personas jurídicas constituidas en Panamá, esta certificación será emitida por el Registro Público.

2. Descripción de la licencia de uso de la marca, incluyendo:

- Nombre o razón social, nacionalidad o lugar de constitución, domicilio preciso y número de cédula o documento de identidad personal, de las partes;
- Denominación y/o descripción de la marca, con indicación del número y fecha de registro;
- Especificaciones de los productos o servicio en relación a los cuales se haya acordado el uso autorizado de la marca;
- Tipo y término de duración de la licencia de uso.

3. Copia autenticada del contrato o acta de la licencia de uso de la marca.

NOTA: La solicitud de inscripción de la licencia de uso de una marca se puede presentar también a través de GESTIÓN OFICIOSA, consignando una fianza de USD 100.00, la cual será devuelta al presentar los documentos en el término de dos meses, prorrogables por un mes adicional por causa justificada. Si los documentos no son presentados en este plazo, la fianza ingresará al Tesoro Nacional, se negará la solicitud y se ordenará el archivo del expediente.

Los documentos identificados con los número 1 y 3 deben estar debidamente legalizados por el Cónsul de Panamá en el país donde se expida o por apostilla.

6.25 REGISTRO DE PATENTES DE INVENCIÓN, MODELOS INDUSTRIALES, DIBUJOS, ETC.

1. Poder a abogado que incluya, en el caso de personas jurídicas, una declaración o certificación notarial sobre su existencia y representación legal o, en su defecto, certificación expedida por autoridad competente del país de su constitución (de acuerdo a modelo de poder que se adjunta). Para personas jurídicas constituidas en Panamá, esta certificación será emitida por el Registro Público.
2. Resumen detallado y completo de la Memoria Descriptiva, de las especificaciones y reivindicaciones del Invento, con indicación del sector tecnológico al cual se refiere, descripción de los dibujos, método de uso o producción.
3. Diseños o dibujos del Invento o mejora.
4. Si el solicitante no es el inventor, debe acompañarse el convenio de cesión respectivo.
5. Si el solicitante desea reivindicar un derecho de prioridad deberá hacerlo al momento de presentar la solicitud de registro o patente, indicando el país u oficina en que fue presentada la solicitud prioritaria, la fecha de tal presentación y el número que se le haya asignado a dicha solicitud. Dentro de los 6 meses siguientes deberá presentar una copia de la solicitud prioritaria con la descripción, los dibujos y las reivindicaciones; con la conformidad certificada por la oficina de propiedad industrial que hubiese recibido dicha solicitud y la certificación de la fecha de presentación expedida por dicha oficina.

Los documentos identificados con los números 1 y 4 deben estar debidamente legalizados por el Cónsul de Panamá en el país donde se expidan o por Apostilla.

6.26 REGISTRO DE NOMBRES COMERCIALES

Poder a abogado que incluya, en el caso de personas jurídicas, una declaración o certificación notarial sobre su existencia y representación legal o, en su defecto, certificación expedida por autoridad competente del país de su

constitución (de acuerdo a modelo de poder que se adjunta). Para personas jurídicas constituidas en Panamá, esta certificación será emitida por el Registro Público.

Información relativa al nombre comercial que se desee registrar, incluyendo:

- Nombre, nacionalidad, domicilio preciso y número de Cédula o documento de identidad del solicitante;
- Si se trata de una persona jurídica, su razón social, lugar de constitución y domicilio preciso;
- Indicación precisa del nombre comercial que se desea registrar, con especificación del giro o actividad comercial, y de su ubicación y dirección.

Fotocopia autenticada de la Licencia Comercial o Industrial, o de la licencia provisional. En el caso de sociedades extranjeras, se deberá presentar certificación expedida por autoridad competente, en que se haga constar que el solicitante se dedica al comercio o a la industria utilizando el nombre comercial cuyo registro se solicita.

Certificación expedida por la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá, o su equivalente en el extranjero, cuando se trate de persona que no requiera licencia comercial ni industrial.

6.26.1 Permisos de Importación. Se requiere de un permiso del Ministerio de Gobierno y Justicia para la importación de armas y munición.

Igualmente se necesita de unos permisos del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) para la importación de semillas, y productos animales y productos similares, incluyendo el trigo, la harina, grasa animal, aceites vegetal y animal, proteína de soja, y maíz congelado. Muchos productos agrícolas son controlados por el Ministerio de Desarrollo Agropecuario o el Instituto de Mercadeo Agropecuario (I.M.A.) los cuales mantienen listas de los productos bajo cuota y con permisos de importación. Este Ministerio, conjuntamente con el Vice ministerio de Finanzas y la Contraloría General de la República, forman la Comisión Especial que tiene la responsabilidad de estudiar las políticas de importación de materias primas para las actividades agropecuarias. La importación de productos lácteos, maíz, cebolla, alubias blancas, lentejas y frijoles pintos sólo se autoriza una vez consumida la producción nacional.

Las importaciones destinadas a consumo, requieren de una licencia comercial o industrial, la cual es expedida por el Ministerio de Comercio e Industrias.

6.26.2 Bienes Restringidos. Entre los productos bajo control de precios se encuentran: leche, huevos, arroz, manteca y grasas de cerdo, aceites comestibles, preparaciones homogeneizadas para la alimentación infantil, azúcar, harina, polvo y pellets de pescado o de crustáceo, moluscos o demás invertebrados acuáticos. También se incluyen los detergentes y jabones de tocador, cuadernos, cuadernillos, libretas y demás textos escolares, medicamentos, textiles y vestidos.

6.26.3 Cuotas de importación. Los contingentes arancelarios existen para productos agrícolas como carnes de cerdo, de pollo, productos lácteos, papas, porotos, maíz, arroz y tomates. Otro tipo de mercancías que requieren autorizaciones especiales son armas y productos farmacéuticos.

El Instituto de Mercadeo Agropecuario (I.M.A.) adscrito al Ministerio de Desarrollo Agropecuario, tiene como función proteger al productor agropecuario para que los productos se vendan en los mercados locales a precios y en condiciones adecuadas. Para tales propósitos, éste instituto establece cuotas de importación a ciertos productos agropecuarios durante determinados períodos del año, de acuerdo con la disponibilidad local de tales productos.

6.26.4 Normas técnicas. El gobierno de Panamá designó la Comisión Panameña de Normas Técnicas (COPANIT), una agencia del Ministerio de Comercio e Industria, como la autoridad nacional para la participación en el programa de la Organización Internacional de Normas ISO 9000. Es miembro de la Comisión Panamericana de Normas (COPAN), con sede en Venezuela.

La Comisión Panameña de Normas Industriales y Técnicas (COPANIT), es un ente de consulta y un organismo asesor del Ministerio, no tiene función de expedir normas, sólo asesora.

Revisa los proyectos de normas dentro del período de discusión pública.

Está integrado por representantes del sector público y privado (son catorce miembros) y se convoca por llamado de la DGNTI.

6.26.6 Normas ambientales. Panamá hace parte de los siguientes Acuerdos Internacionales del Medio Ambiente: Biodiversidad, Cambios Climáticos, Protocolo de Cambios Climáticos de Kyoto, Descertificación, Especies en Peligro, Desechos Peligrosos, Ley del Mar, Dumping Marino, Prohibición de pruebas nucleares, Protección a la Capa de Ozono, Polución de Barcos, Tropical Timber (1983 y 1994) y Firmó pero no ratificó el tratado de Conservación de la Vida Marina.

6.26.7 Marcado y etiquetado.

- **Etiquetado.** Todos los productos que sean para la venta en Panamá, sean producidos en el exterior o localmente, deben mostrar en sus contenedores, cubiertas, sellos o empaques, el contenido, los ingredientes, la forma del producto, las propiedades físicas o químicas, la fecha de vencimiento, el número del lote, la dirección y el nombre del fabricante.

Los sellos deben estar en español o inglés, excepto para las medicinas, productos para el hogar y alimentos, los cuales requieran instrucciones especiales como dosis, uso y peligros. Estos sellos deben estar en español.

Los productos que sean vendidos en forma de paquetes deben tener en un lugar visible el peso neto o la cantidad. Para los paquetes de productos alimenticios, el sello debe llevar el nombre o la designación comercial del artículo; los componentes, si los artículos son diferentes a huevos, carne, etc. Se debe identificar la clase de mezclas que no son conocidas con los nombres específicos, el peso neto o el volumen de los contenidos, la calidad, el país de origen. Los productos alimenticios deben ser registrados y el número de registro debe estar en algún lugar del paquete o envoltura.

Todos los productos farmacéuticos deben tener los sellos o etiquetas en español y deben llevar el número de registro designado para cada producto por el Ministerio de Salud Pública.

Los cigarrillos que sean importados deben llevar un sello que diga "Panamá" en tinta roja. La importación de cerveza y bebidas carbonatadas deben tener la palabra "Panamá" impresa o estampada en un lugar visible de los sellos o envolturas. Los vinos requieren un marcado especial. Todas las marcas de pesos deben ser expresadas en kilogramos.

- **Marcado.** No existen estipulaciones de cómo se deben marcar los productos, se deben seguir las prácticas normales para estos casos. En general, todas las marcas identificadoras, incluyendo las marcas de puertos, deben estar escritas en los paquetes o envolturas para facilitar la llegada de los cargamentos. Los paquetes deben ser numerados cuando los contenidos no sean identificados fácilmente sin números. Los pesos no son un requerimiento para expresar, pero es preferible mostrarlos en algún lugar.

Todos los productos que lleguen a Panamá en consignación para ser reexportados deben ser marcados inmediatamente con "PANAMA, IN TRANSIT" en cada caja o por fuera de los contenedores.

6.27 PERFIL LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA PANAMÁ

6.27.1 Panorama general. La República de Panamá se encuentra ubicada en América Central entre los océanos Pacífico y Atlántico. Limita con Colombia cuya frontera es de 225 Km y con Costa Rica con el que comparte 330 km de frontera. Su privilegiada ubicación le permite servir de puente entre el Norte y Sur del continente, al igual que entre Oriente y Occidente.

Abarca una extensión total de 78.200 Km², con 1,700 Km de Costa sobre el Océano Pacífico y 1,287 Km. sobre el Mar Caribe, posee una de las rutas más importantes del comercio mundial como es el Canal de Panamá, considerado uno de los más importantes Centros Logísticos para el transporte y acopio de carga del mundo. En este se conjugan ventajas como: modernos puertos en ambos océanos interconectados por el ferrocarril, carreteras y aeropuertos internacionales con capacidad para ofrecer todo tipo de servicios de manejo de carga y el enlace con las rutas marítimas más importantes del mundo que facilitan la creación de puentes multimodales, cuyo potencial en las áreas de mercado y producción son de importantes dimensiones.

Durante el 2008 se exportaron desde Colombia al territorio Panameño la suma de USD 318.979.509 en valor FOB que equivalen a 512.031 toneladas; de éstas el 1,67% se exportaron vía aérea y el 89,2% vía marítima. En el primer semestre de 2009 las exportaciones totales alcanzaron la suma de USD 156'404.739 en valor FOB que corresponden a 296.652 toneladas, el 59,71% de estas exportaciones se realizaron vía Marítima, el 1,08% vía aérea y por otros modos de transporte un 39,21%.

La infraestructura vial panameña está compuesta por 11.643 Km. de carreteras, de los cuales 4.028 Km. están pavimentadas. Tiene 3 carreteras principales que son: La Panamericana que une la ciudad de Panamá a Costa Rica, La Central y la Transísmica que va desde Ciudad de Panamá a Colón.

El [ferrocarril](#) consta de una vía singular de 47 millas uniendo las áreas de Balboa y Colón, con vías de paso disponibles en sitios estratégicos permitiendo el tránsito de dos vías. Los trenes pueden operar continuamente entre las Terminales Intermodales del Atlántico y el Pacífico en un promedio de 32 viajes diarios, con una capacidad aproximada de 500,000 contenedores al año y así mismo, operan vagones de carga de doble estiba tipo "bulkhead" (lo que ha permitido el manejo de carga en cuarentena o de alto riesgo) en dos sets de 6 vagones cada uno, acomodando un promedio de 75 contenedores. Una combinación usual comprendería 60 contenedores de 40' y 15 contenedores de 20'.

El ferrocarril se ofrece como un complemento al Canal de Panamá ya que aumenta las posibilidades de rutas, reposicionamiento de mercancías y servicios

de conexiones para aquellas navieras y embarcadores que tienen restricciones en el canal en términos de línea de vista, calado y tamaño de los buques. Este es considerado como un corredor aduanero ferroviario en donde la carga puede ser transbordada de una costa a otra libre de impuestos, lo que también ha logrado que el trámite de documentos e inspecciones se agilice para permitir la movilización eficiente de las cargas, vía ferrocarril, entre los puertos.

Actualmente, se está desarrollando el proyecto que busca la ampliación del Canal de Panamá con la construcción del tercer juego de esclusas (tanto en el Atlántico como en el Pacífico) que será capaz de manejar buques portacontenedores de hasta 12,000 TEUs (Tipo Post panamax) y otros de hasta 170,000 toneladas de peso muerto. Con el tercer juego de esclusas, el Canal tendrá una capacidad máxima sostenible de aproximadamente 600 millones de toneladas CPSUAB (Unidad de volumen equivalente a 100 pies cúbicos de carga útil) por año, suficiente para atender la demanda hasta más allá del 2025. Actualmente transitan unas 12.000 naves mercantes procedentes de 75 países diferentes. El Canal continuará operando normalmente durante la construcción del tercer juego de esclusas, que será entre el 2007 y 2014 año en que se conmemorará el primer centenario del canal.

Por último, Panamá cuenta con la [Zona Libre de Colón](#) ubicada en el litoral Atlántico en la entrada del Canal de Panamá, que cuenta con un área de 400 hectáreas y un centro financiero internacional, siendo ésta la segunda zona franca comercial del mundo, después de la de Hong Kong, y la primera en importancia de las Américas. Allí se puede importar, almacenar, someter a modificaciones y reexportar todo tipo de productos sin que estén sujetos a derechos arancelarios de entrada o salida, ni impuestos específicos. Su infraestructura portuaria y aeroportuaria, la libre circulación de dólar estadounidense, un sin número de incentivos tributarios y una ágil red de comunicaciones facilitan las operaciones de los usuarios de la Zona Libre de Colón que genera alrededor de US\$ 11.000 millones de dólares anuales en procesos de importación y reexportación.

6.27.2 Acceso marítimo. El sistema portuario de Panamá considerado el más desarrollado de Latinoamérica, comprende 35 puertos y muelles de los cuales 18 son privados, 16 estatales, 1 astillero y además tiene tres terminales petroleras; todos se encuentran regulados por la Autoridad Portuaria Nacional (APN). Sin embargo, únicamente cinco tienen todas las facilidades modernas del manejo de carga. Por movimiento de contenedores el puerto que mayor movimiento tiene es el de Balboa, seguido de Manzanillo y Colon Container Terminal.

Panamá Ports Company (PPC) opera los Puertos públicos de **Balboa** (Océano Pacífico) y **Cristóbal** (Océano Atlántico) localizados en ambos extremos del Canal de Panamá, sirviendo como centros principales de carga para las rutas de

comercio Este y Oeste. 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.

El otro puerto, **Manzanillo International Terminal** es una empresa totalmente privada, la cual cuenta con 1.240 metros continuos de muelle y 200 metros para el manejo de carga suelta, Ro-Ro y contenedores. Este posee un área de 450.000 metros cuadrados con instalaciones de almacenamiento para 27.000 TEUS y más de mil conexiones para contenedores refrigerados. Está equipado con 2 grúas pórtico super post panamax, 6 post panamax y 2 panamax, que le permiten un manejo de 1.500.000 TEUS al año. Además cuenta con una rampa intermodal adyacente al ferrocarril Panamá Canal Railway Company que permite el manejo de cargas.

Colon Container Terminal (Evergreen Group), ubicado en la provincia de Coco Solo a 78 Km de la Ciudad de Panamá posee un área de 37 hectáreas y alcanza una capacidad de manejo de 400,000 TEUS anualmente. Tiene 612 metros de atracadero capaz de acomodar dos naves Panamá ó 4 feeders, equipado con 5 grúas pórtico Panamax, 5 grúas Post- Panamax, 25 hectáreas de patio de contenedores refrigerados, con sección de almacenaje, tractores, cargadores, montacargas y una estación intermodal del ferrocarril de Panamá.

Colon Ports terminal, cuenta con un área cuya extensión es de 7.9 hectáreas con capacidad para almacenar 8,000 contenedores, manejo de carga contenedorizada, carga suelta y toda clase de vehículos livianos y pesados. El uso del puerto tiene una gran ventaja, ya que se puede brindar servicio a los barcos pequeños a bajo costo en comparación con los demás puertos de Panamá, ya que únicamente tiene 7 metros de calado.

El Canal de Panamá es un canal de navegación de 80 Km ubicado en el punto más angosto entre el Mar Caribe y el Océano Pacífico, que proporciona una vía de tránsito corta y relativamente económica manejando un tiempo promedio de permanencia en el Canal de poco menos de 24 h, lo usan alrededor de 14 mil buques al año y las actividades de transporte comercial a través de este representan alrededor del 5% del comercio mundial. El Canal utiliza un sistema de esclusas diseñado para igualar el nivel de agua, las cámaras -escalones- de las esclusas tienen 33.53 metros de ancho por 304.8 metros de largo y el agua se obtiene del lago Gatún por gravedad. Las dimensiones máximas para los buques que deseen transitar a través el Canal son: 32.3 metros de ancho; calado - profundidad que alcanza- 12 metros de agua dulce tropical; y 294.1 metros de largo.

En el 2008 el canal registró 14.702 tránsitos con 209.772.539 toneladas movilizadas, las principales mercaderías transportadas fueron Petróleo y sus derivados, Granos, Maderas y Productos de Madera, Maquinaria, Equipo y Carbón y Minerales; siendo la ruta Asia – Costa Este de Estados Unidos la que presentó mayor movilización de buques. Otras rutas de importancia del Canal son de la costa Este de los EE.UU a la costa oeste de Sur América y desde Europa a la costa oeste Suramérica.

La oferta de servicios marítimos desde Colombia hacia Panamá cuenta en la actualidad con 13 navieras en la ruta, en servicio directo. El tiempo de tránsito promedio de los servicios desde la Costa Pacífica se encuentra entre 3 y 7 días mientras que los zarpes desde la costa atlántica van desde 1 a 3 días. De los puertos de la costa Atlántica, Cartagena es el puerto que tiene más servicios a los puertos panameños de Balboa, Ciudad de Panamá, Colon, Cristóbal y Manzanillo. Es importante señalar que el comercio marítimo entre Colombia y Panamá, se ve favorecido por las posibilidades de embarcar carga en contenedores y carga suelta (inferior a la capacidad de un contenedor), servicio que es prestado por 5 consolidadores en la ruta.

6.27.3 Acceso aéreo. Panamá cuenta con 27 aeródromos públicos y 41 privados. De los públicos, 5 son aeropuertos, es decir que cuentan con oficinas de migración, aduanas y reciben pasajeros al igual que carga en tránsito para otros países.

El principal Terminal es el de Tocumen y es el único habilitado por aduana, se encuentra ubicado en las afueras a unos 45 minutos del centro de la ciudad de Panamá, donde una moderna autopista comunica la Terminal con el centro bancario. Cuenta con 19 aerolíneas comerciales y 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 de carga, 5 operadores y 13 consolidadores de carga. Este aeropuerto no cuenta con almacenaje propio dentro del Terminal; sin embargo en caso que el AWB (conocimiento de embarque aéreo) especifique permanencia en Panamá, las aerolíneas brindarán el servicio de almacenamiento o la mercancía se desplazará a almacenaje de tipo seco, refrigerado y para valores en la ciudad hasta por 90 días, excepto para material radioactivo y/o peligroso. Vencido este tiempo, la mercancía será confiscada por la aduana.

El segundo aeropuerto en importancia es el Marcos A. Gelabert ubicado en la antigua base militar de Albrook, dando servicio a vuelos domésticos e internacionales a menor escala que el de Tocumen. Otros aeropuertos importantes pero que sus operaciones principales son de pasajeros nacionales son el David en la provincia de Chiriquí y Colón en la Provincia de Colón en el área de Coco Solo.

La oferta de servicios aéreos desde Colombia se concentra en Bogotá y solo una aerolínea presta el servicio desde Medellín y Cali, donde el destino final es Ciudad

de Panamá, la oferta está compuesta por 11 servicios la mayoría de ellos con frecuencias diarias y con manejo de carga general y commodities.

6.27.4 Otros aspectos para manejo logístico en destino.

▪ Documentos Requeridos Para Ingreso de Mercancías Envíos Comerciales:

- 2 facturas comerciales en español o en inglés que contengan: Fecha, nombre del exportador e importador; especificación de la mercancía; precio por unidad y valor FOB, descuentos (si hay); carga; seguros y otros gastos si el término de compraventa acordado es CIF; y firma autorizada con juramento del consignatario, "Declaro bajo la gravedad del juramento y con la firma puesta al pie de esta declaración, que todos y cada uno de los datos aquí expuestos son correctos y verdaderos y que no se ha hecho o hará ningún arreglo o compromiso que altere el precio de venta que aparece en esta factura."
- Licencia de importación si el bien lo requiere.

▪ Envíos Muestras sin Valor Comercial:

- Valores de USD 50.00 o menos. 2 facturas con la declaración del valor

Otras consideraciones:

- Se encuentra prohibida la importación de: explosivos, dinero falsificado o máquinas para su impresión, Tiquetes de lotería extranjeros, libros, panfletos o publicidad que realicen propaganda subversiva o contra las leyes del gobierno, dagas, puñales, entre otros.
- Existen limitaciones a la importación de calzado de dama si el precio es inferior a CIF USD 44.48 y de calzado masculino con valor inferior a CIF USD 33.69.
- Si bien la importación de confecciones no está restringida los aranceles son muy altos. Actualmente Colombia cuenta con preferencias para ingresar equipamientos y trajes de seguridad para el desarrollo de obras de ingenier

En referencia a: estudio de mercado Proexport Guía exportación Panamá

▪ Transporte de Muestras Sin Valor Comercial

Se entiende por muestras sin valor comercial a aquellas mercancías que tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País. Sin embargo esto varía de acuerdo a la legislación de muestras existente en cada uno de ellos. Dentro del manejo de mercancías por vía aérea, ya sea como muestras sin valor comercial o envíos urgentes, se destacan las [ALIANZAS](#) que PROEXPORT Colombia ha suscrito con diversas transportadoras, para reducir el costo de los envíos en que incurren aquellas empresas que trabajan en los diferentes programas ofrecidos por nuestra entidad.

Tiempos de Nacionalización**

Por tiempo de nacionalización se entiende el lapso en el que se desarrollan los trámites aduaneros con el fin de legalizar la entrada de la mercancía a territorio

nacional de destino. Dado que este factor puede afectar la entrega de sus mercancías y costos de su proceso, tenga en cuenta los siguientes tiempos promedio en la aduana de Panamá:

Vía Aérea:

Física: 36 horas

Vía Marítima:

Física: 36 horas

Vía Terrestre:

Física: 36 horas

▪ **Restricciones de Mercancías por Courier**

El envío de mercancías a los Países Bajos a través de Courier Internacional está restringido por peso y tamaño, se necesitará de un manejo especializado si difieren del establecido. Los límites que se deben tener en cuenta son:

Tamaño:

- Longitud 118 cms (46 pulgadas).
- Ancho 88 cms (35 pulgadas).
- Altura 120 cms (47 pulgadas).

Peso:

- Máximo Peso por envío 250 Kg (551 libras).
- Máximo peso por pieza 50 Kg (110 libras)

▪ **Transporte por Carretera**

Se debe tener en cuenta que cada país establece el Peso Máximo Vehicular para el tránsito de los diferentes vehículos por las carreteras nacionales. Estos reglamentos son generalmente expedidos por los Ministerios de Transporte donde su incumplimiento acarrea sanciones a los dueños de los vehículos.

Para efectos prácticos, en Panamá el peso permitido para el tránsito de contenedores de 20' es de 26 TON y para el de 40' es de 30 TON.

El tránsito de vehículos con sobrepeso en las carreteras podrá ser sancionado con multas hasta de US\$ 10.000 y el infractor deberá descargar el exceso de peso.

Para mayor información consulte el **Ministerio de Obras Públicas de Panamá.**

Exigencia Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria

Panamá aplica la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15) a partir del 17 de Febrero de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera. La medida recae en: Pallets, Estibas de madera, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera.

Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el **ICA** es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la Norma NIMF-15 en Español: **DOCUMENTOS DE LA FAO.**

SECTOR DEL ORO EN PANAMA PROCESO DE REFORMA EN PANAMÁ

El presidente saliente de Panamá, Martín Torrijos, acordó con quien es hoy su sucesor, Ricardo Martinelli, una serie de reformas económicas para hacer frente a la crisis que amenaza al país y que ya ha provocado una desaceleración.

El propio Torrijos aseguró que el acuerdo supone una serie de modificaciones tanto al Programa de Estímulo Financiero (PEF), que su Gabinete estableció en enero pasado, como a la Ley de Responsabilidad Fiscal, para permitir al Gobierno aumentar su capacidad de endeudamiento.

"La situación que nos viene requiere que el Gobierno tenga más flexibilidad económica, por eso necesitamos modificar los términos actuales del déficit", dijo el presidente electo. Fuentes del equipo económico del Gobierno entrante aseguraron que actualmente el endeudamiento fiscal autorizado por esa ley es del 1 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), y que el objetivo ahora es aumentar el tope al 3 por ciento.

Pese a que aún no hay cifras concluyentes, las fuentes aseguraron que se calcula que el gabinete de Torrijos está dejando el nivel del déficit en torno a un 1,5 por ciento del PIB. Para financiar el programa de estímulo, Torrijos anunció una partida adicional de 230 millones de dólares aprobados por la junta directiva del Banco Nacional de Panamá, para apoyar la concesión de préstamos a corto plazo a la industria y el comercio, que se sumarán a otros 400 millones aportados también por el banco central.

La financiación para apoyar el crédito de la banca privada se completará con 210 millones de dólares provenientes de la Corporación Andina de Fomento (CAF), agregó. Por su parte, Martinelli aseguró que "Panamá ya experimenta señales claras de desaceleración", con una caída del crecimiento del 9 por ciento en 2008 a una previsión privada de entre un 1,5 y un 3 por ciento este año.

El presidente electo advirtió que la "tormenta financiera que sacude a todo el mundo" ya amenaza a Panamá y recordó que el país cada vez irá notando más los efectos de la crisis en otras naciones, principalmente en Estados Unidos.

Entre los datos negativos, afirmó que se calcula que el turismo en Panamá ha bajado un 3 por ciento, que las ventas de casas y apartamentos cayeron en marzo un 83 por ciento y que este año la actividad del Canal ha bajado un 2,5 por ciento.

Martinelli insistió en concretar el Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos y, como medida de austeridad, pidió a la Asamblea Legislativa recortar su presupuesto en un 20 por ciento "Esta crisis no es culpa de ningún panameño ni de ningún gobierno", dijo en tono conciliador, aunque agregó que Panamá debe "cambiar el rumbo".

En el presente, no se tiene claro cuáles son las propuestas económicas del nuevo gobierno que presidirá Ricardo Martinelli. A pesar de ser un próspero empresario, Martinelli no tiene una formación para definir las políticas económicas de un país. En los puestos claves nombró a un banquero e ingeniero civil, Alberto Vallarino, para encabezar el Ministerio de Economía y finanzas (MEF). En el Ministerio de Comercio e Industrias colocó al empresario y sociólogo Roberto Henríquez. Vallarino ha hecho algunas declaraciones sorprendentes en torno a su política fiscal. Reconoce que la crisis mundial está mermando los ingresos del gobierno y propuso un incremento de los impuestos entre los sectores más afluentes de la sociedad. Vallarino sorprendió a todos en la medida en que él mismo se identifica como un conservador. Además, chocó con la "promesa" que Martinelli le hizo a los empresarios de rebajarle los impuestos y crear un "flat-tax".

El nuevo gobierno dice que reformará la Ley de Responsabilidad Fiscal, para aumentar el tope de endeudamiento de las finanzas públicas, del 1 al 3 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB). Según el viceministro de Economía designado, Dulcideo de la Guardia, la reducción de los ingresos gubernamentales no le permitirá cumplir con las promesas de campaña. Agrega que los ingresos "reflejan un déficit de 200 millones de balboas en comparación a mayo del 2008, y 80 millones de balboas por debajo de lo presupuestado". Sostuvo que no hay una fecha exacta para llevar el proyecto de ley a la Asamblea. Las reformas son vistas con sospecha por algunos gremios empresariales, quienes no aceptan que las autoridades continúen con la estrategia de cobrar nuevos impuestos sólo para "balancear la chequera" del Estado. Las modificaciones a la Ley Fiscal deben evolucionar, pero con cuidado, para que esa situación "difícil" del Gobierno no afecte a los empresarios. El presidente de la Cámara de Comercio, Adolfo Linares, defendió la propuesta de reforma, porque hay que darle oportunidad al gobierno entrante. El presidente Martín Torrijos desperdició la oportunidad de sanear las finanzas públicas y reducir la deuda en momentos que las arcas del Estado estaban gordas. La ratificación del "Tratado de Libre Comercio" (TLC) por parte del Congreso de EEUU se ha complicado y Martinelli no tiene una estrategia para enfrentar la actual crisis. Decidió dejarle el problema a sus asesores y se fue de vacaciones por unos diez días antes de asumir la Presidencia el 1° de julio. El Congreso de EEUU ha planteado que antes de aprobar el pacto comercial con Panamá, éste debe reformar su legislación de sociedades anónimas.

Varios asesores de Martinelli le están recomendado que utilice los recursos que tiene el Banco Nacional para inyectarle liquidez al sistema financiero. Según estos sectores, la medida evitaría la caída del acceso al crédito que ya se está presentando. Para lograr este objetivo, Martinelli tendría que redefinir el Fondo Fiduciario para el Desarrollo. En apenas dos semanas el discurso del gobierno entrante de Martinelli sobre la reforma fiscal ha cambiado. Ahora la propuesta para eliminar el Cálculo Alternativo del Impuesto sobre la Renta (CAIR), mediante una reforma a la Ley Fiscal, se debe a la “desaceleración importante” que presentan las finanzas públicas.

Otras Características de la Economía que fortalecen su estabilidad.

La estabilidad de la economía, así como el proceso de ajuste frente a choques, se fortalecen por características de la estructura productiva. La alta participación del comercio favorece el proceso de ajuste, dado que en este sector los salarios varían automáticamente vía variaciones en comisiones, y el predominio de contratos temporales de hecho facilita el ajuste del empleo. La agricultura de subsistencia y el trabajo informal, se ajustan vía cambios en ingresos, lo que implica menor rigidez. Estas características moderan el costo en empleos del ajuste a choques (Moreno-Villalaz, 1999), a pesar de existir un tipo de cambio fijo.

La ausencia de un Banco Central implica que el gobierno no puede monetizar su déficit, lo que impone una restricción presupuestaria efectiva y evita una causa de crisis fiscales serias, como sucede en otros países. En efecto, para evitar un déficit fiscal el gobierno se vio forzado a mantener precios altos en las empresas públicas o usar subsidios cruzados (Moreno-Villalaz, 1997). Durante los años 90 se privatizaron empresas estatales para obtener recursos adicionales confrontando restricciones presupuestarias. El sistema ha inducido al gobierno a que actúe con un cierto grado de prudencia fiscal, lo que ha aprendido a hacer, manteniendo déficit fiscales dentro ciertos límites, aun en gobiernos populistas.

Al presente, la posición financiera del gobierno ayuda a reducir el nivel de riesgo dado que el gobierno tiene activos substanciales, producto de la reversión del Canal de Panamá, incluyendo terrenos e instalaciones. Además tiene los recursos, en efectivo y valores negociables, del Fondo Fiduciario para el Desarrollo (FFD), 9 por ciento del PIB, producto de la privatización de empresas públicas. Estos recursos son una reserva frente a choques externos y un respaldo de facto a los compromisos de deuda externa. Los activos del sector público han permitido en ocasiones financiar el déficit fiscal sin endeudamiento. A su vez, el perfil de la deuda del gobierno es excelente, con un tipo de interés promedio del 7 por ciento y una madurez 12.5 años. El acceso del gobierno al mercado internacional de capitales, le permite refinanciar fácilmente la amortización de la deuda sin dificultades o costos extras, aunque esto ha inducido niveles de deudas y déficit fiscales mayores que la norma en mercados emergentes.

Sin embargo, el gobierno tiene desafíos financieros importantes, incluyendo el logro de una posición fiscal consistente con la sostenibilidad de la deuda, la reforma del sistema de pensiones, y la reducción del alto nivel de la deuda pública externa (50 por ciento del PIB, pero sólo 40 por ciento neto, al excluir el FFD). La resolución de estos desafíos probará la efectividad del sistema para forzar al gobierno a enfrentar y resolver las dificultades financieras antes de tener una crisis fiscal. Panamá necesita, para lograr un crecimiento sostenido en el largo plazo, tener una economía más abierta, reducir la protección a la agricultura e industria, modernizar su legislación laboral, implementar una economía de mercado competitivo en todos los sectores, reducir costos de transacción, modernizar su sistema legal y tributario, y reducir la intervención del gobierno en muchas actividades económicas.

Estabilidad Macroeconómica basada en el Mercado. El conjunto de arreglos económicos consistentes entre sí y un sector financiero de mercado generan un nivel y estructura de precios estable, lo que contribuye a una eficiente macroeconomía.

a) Nivel y estructura de precios estables. En Panamá, precios claves, que afectan la economía como un todo, son estables y libres de distorsiones producidas por políticas macroeconómicas – estos son el tipo de cambio real, la tasa de interés real, el precio de los activos, y se puede argüir que también los salarios por encima del salario mínimo (los llamados macro-precios). Esto se refuerza por la baja tasa de inflación, del 0.9 por ciento en promedio en los últimos 10 años, que resulta en estabilidad de la tasa de interés real y del tipo de cambio real. Precios de equilibrio evitan señales falsas de precios, que en otros países han sido fuente de decisiones erróneas sobre inversiones e inducido excesos de endeudamiento. Por ejemplo, el sistema monetario panameño forzó la transferencia directa a los precios internos de los aumentos del precio del petróleo durante los años 70, que de otra forma habría causado distorsiones de precios, como ocurrió en otros países incluyendo los Estados Unidos.

b) Eficiencia Macroeconómica. Un sistema macroeconómico-monetario eficiente sería uno con poca volatilidad, baja inflación, sin crisis macroeconómicas generadas internamente, con capacidad para ajustarse a perturbaciones y reestablecer el equilibrio. Estas condiciones se dan en Panamá, además basadas en el mercado al no tener políticas macroeconómicas o monetarias – reflejadas en estabilidad y equilibrio macroeconómico durante décadas. El sistema opera reduciendo la probabilidad de choques externos y su intensidad, así como consolidando la capacidad de respuesta a las perturbaciones.

Sin embargo, ningún sistema puede asegurarse contra una significativa mala gestión fiscal o un trauma político. En Panamá durante 1987-89, tensiones con el gobierno de Estados Unidos dieron lugar a una crisis política que produjo una

crisis económica, donde la banca estuvo cerrada por un tiempo. El gobierno suspendió los pagos de su deuda, tanto a las organizaciones internacionales como a la banca privada internacional, y la economía declinó más de 15 puntos porcentuales. (Moreno-Villalaz 1999). A su vez, el gobierno saliente en el 2004 tuvo un manejo fiscal imprudente, particularmente durante el periodo electoral, y el nuevo gobierno tuvo que implementar un estricto programa de ajuste fiscal.

Los diversos componentes se refuerzan uno al otro. Por ejemplo, la integración financiera no hubiera sido posible en Panamá sin la dolarización, y el éxito de la dolarización en parte proviene de la integración financiera. Así mismo, las facilidades de crédito en dólares mejoran la competitividad de la ZLC, y a su vez la demanda de crédito comercial de la ZLC crea un mercado para operaciones de bancos internacionales. La estabilidad de precios respalda la toma de decisiones a largo plazo para inversiones, hipotecas y deuda, mejorando la eficacia y estabilidad del mercado financiero.

En resumen, el sistema panameño tiene una masa crítica de arreglos económicos que potencian la eficiencia del mercado, previenen desequilibrios macroeconómicos, e inducen bajo riesgo financiero.

En Panamá observamos una experiencia diferente, un marco coherente de arreglos económicos que ha creado una solución sistémica, vía sectores basados en un mercado competitivo, arreglos económicos que permiten (enable) al mercado trabajar mejor, consistencia entre las instituciones económicas, estabilidad y falta de distorsiones en los precios que afectan a la economía como un todo (los macro-precios). Estos arreglos, incluyendo la dolarización, la integración financiera, la exportación de servicios, el descuento directo de préstamos, generan una eficiente macroeconomía, debido a que se reduce el riesgo financiero y bancario, se evitan des-balances y se fortalece el mecanismo de ajuste hacia la restauración del equilibrio.

La política monetaria moderna y una orientación hacia una macroeconomía administrada conllevan que la tasa de interés o los tipos de cambio, estén determinados por la política monetaria (o incluso sean instrumento de las mismas), más que determinados por el mercado libre. Esto ha resultado en distorsiones de precios que interfieren en la libertad económica, no debido a modificaciones directas en el conjunto de alternativas disponibles (the choice set), sino por su efecto en la relación de intercambio entre alternativas. Este fenómeno de distorsión de precios no es exclusivo de países emergentes, y se observa también en países altamente desarrollados, como Japón y recientemente Estados Unidos que han mantenido tasas de interés real negativas por un tiempo.

Sistema Tributario de Panamá

Descripción General de los Impuestos aplicados en Panamá.

▪ **Principios y criterios generales**

- Principio jurisdiccional: Rige el principio de ubicación territorial de la fuente. Se gravan las rentas que se produzcan dentro del territorio de la República de Panamá, con independencia del lugar donde se perciba. (Art. 694, Código Fiscal modificado por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005)
- Criterios para determinar la residencia de una persona natural: Se presume la residencia por la permanencia en el país cuando ella sea superior a 180 días corridos o alternos en el año fiscal en el territorio nacional. (Art. 81 Decreto Ejecutivo No. 170 de 27 de octubre de 1993.)
- Criterios para determinar la residencia de una persona jurídica: No consta en la legislación disponible
- Reclamaciones y recursos: En el Proceso Administrativo Fiscal proceden dos recursos: El Recurso de Reconsideración, ante el funcionario de primera instancia, para que aclare, modifique o revoque la resolución. Este recurso se podrá interponer o anunciar en la diligencia de notificación de la resolución objeto del recurso.

El Recurso de Apelación, ante el superior, para que aclare, modifique o revoque la resolución.

El recurrente podrá renunciar al recurso de reconsideración e interponer directamente el de apelación. (Art. 1238, Código Fiscal)

Término de interposición o anuncio: A partir del día siguiente al de la notificación de la resolución objeto del recurso, el contribuyente tendrá un término común de 15 días hábiles para la interposición o anuncio del Recurso de Reconsideración, Apelación o ambos. (Art. 723, 1239, Código Fiscal)

Término para la sustentación: La Reconsideración y la Apelación interpuesta de forma directa se sustentarán dentro de los 15 días hábiles siguientes a la notificación de la resolución objeto del recurso.

La Apelación interpuesta en forma subsidiaria se sustentará dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha de la notificación de la providencia o resolución en donde se concede el recurso. (Art. 1239-A, Código Fiscal)

▪ **Descripción de los principales impuestos**

Impuesto sobre la Renta: El impuesto se denomina: Impuesto sobre la Renta. Está regulado en el Código Fiscal de la República aprobado por la Ley 8 de 27 de enero de 1956, Libro Cuarto, Título Primero, con las modificaciones de las Leyes Nos. 31 de 30/12/91, 3 de 19/01/93, 31 de 30/12/94, 28 de 20/06/95, 36 de

06/07/95, 56 de 27/12/95, 56 de 25/07/96, 62 de 19/09/96, 20 de 23/06/99 y 6 de 02/02/2005.

El impuesto se encuentra reglamentado por el Decreto Ejecutivo No. 170 de 27 de octubre de 1993, modificado por los Decretos Ejecutivos Nos. 198 de 22/12/93, 196 de 10/05/94, 359 de 31/08/94, 437 de 19/10/94, 274 de 29/12/95, 16 de 17/01/96, 102 de 30/09/96, 136 de 31/12/96, 44 de 30/04/97, 53 de 07/05/97, 64 de 16/06/97, 104 de 04/09/97, 107 de 06/08/2001, Decreto Ejecutivo No. 18 de 26/03/2003 y 59 de 23/06/2003 Este impuesto grava las rentas que se produzcan dentro del territorio de la República de Panamá.

Están exentas las personas que en virtud de Tratados o contratos autorizados se hallen exentas del impuesto, los premios pagados por la lotería, las indemnizaciones por accidentes de trabajo y de seguro, las pensiones alimenticias, las prestaciones de la Caja del Seguro Social, las herencias, donaciones, los sueldos pagados al personal del cuerpo diplomático y consular, las sumas recibidas por personas en el exterior en concepto de regalías provenientes de personas radicadas en la Zona Libre de Colón, la renta bruta de personas naturales cuando su única fuente de ingresos sean las rentas del trabajo en relación de dependencia que no excedan de B/. 10,400 anuales, ni el promedio mensual supere los B/. 800.00, las rentas de personas dedicadas a la actividad agropecuaria con ingresos brutos anuales menores de B/. 150,000.00, las recompensas por las denuncias fiscales, ingresos de artistas o músicos que hayan sido contratados por asociaciones sin fines de lucro, las bonificaciones que reciban los empleados públicos que se acojan al plan de retiro voluntario, las sumas recibidas con motivo de la terminación de la relación de trabajo, en concepto de preaviso, prima de antigüedad, indemnización, bonificación y demás beneficios contemplados en convenciones colectivas y contratos individuales de trabajo, hasta la suma de cinco mil balboas También están exentas las rentas del Estado, las de las Iglesias o sociedades de beneficencia, de asilos, hospicios, fundaciones y asociaciones sin fines de lucro, las rentas provenientes del comercio marítimo internacional de naves mercantes nacionales, los intereses que se acrediten sobre los valores emitidos por el Estado, los intereses que se paguen a organismos internacionales o de gobiernos extranjeros, los intereses que devenguen los bancos provenientes de préstamos que concedan a los agricultores para la producción de ciertos productos, los intereses que paguen el gobierno nacional a bancos o entidades financieras por empréstitos contratados, los intereses que perciban los bancos provenientes de ciertos préstamos para la actividad agropecuaria.

(Art. 708, Código Fiscal modificado por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005)

- **Declaraciones y pago**

Todo contribuyente está obligado a presentar declaración jurada de las rentas que haya obtenido durante el año gravable anterior, de los dividendos o participaciones que haya repartido y de los intereses pagados a sus acreedores.

Los plazos para la presentación anual de la declaración jurada son para las personas naturales hasta el 15 de marzo; para las personas jurídicas hasta el 31 de marzo. Conjuntamente el contribuyente presentará una declaración estimada de la renta que obtendrá el año siguiente.

La liquidación y el pago del impuesto sobre la renta se hará de acuerdo con la declaración estimada. El ajuste, entre la declaración jurada y la declaración estimada que cubran un mismo año, se hará a la fecha de la presentación de la declaración jurada, y si el ajuste da por resultado un saldo favorable al Estado, deberá cancelarse a más tardar el 31 de marzo de ese mismo año, en cualquiera de las entidades bancarias autorizadas.

Las declaraciones de les rentas serán preparadas y refrendadas por un Contador Público.

Autorizado en cualquiera de los casos siguientes:

- a. Cuando se trate de contribuyentes que se dediquen a actividades de cualquier índole, cuyo capital sea mayor de cien mil balboas / (B/. 100,000.00);
 - b. Cuando se trate de contribuyentes que tengan un volumen anual de ventas de bienes o servicios mayor de cincuenta mil balboas (B/. 50,000.00).
- (Art. 710, 712, Código Fiscal)

- **Impuesto personal a la renta:** Este impuesto grava las rentas de cualquier fuente dentro del Territorio de la República de Panamá.

- **Contribuyentes:** Es la persona natural nacional o extranjera que percibe renta gravable objeto del impuesto. (Art. 694, Código Fiscal)

- **Ingreso Gravable:** Renta gravable es la diferencia que resulta al restar de la renta bruta, los gastos o erogaciones deducibles. La renta bruta es el total de los ingresos en dinero, especies o valores devengados por el contribuyente en el año fiscal, menos las devoluciones, descuentos u otros conceptos similares. (Artículos 1 y 18 del Decreto Ejecutivo No.170 de 1993)

Deducciones personales: La suma de B/. 800.00 en concepto de deducción básica, los cónyuges deducirán la suma de B/. 1600 cuando presenten su declaración en forma conjunta, B/. 250 por cada persona que el contribuyente sostenga o eduque (menores de edad, estudiantes no mayores de 25 años,

incapacitados por causa mental o física, parientes en línea recta ascendente o descendente hasta el segundo grado de consanguinidad), las contribuciones al seguro educativo, los intereses por préstamos hipotecarios de la vivienda principal, intereses por préstamos educativos, gastos médicos dentro del territorio nacional, 25% de los gastos de representación y demás asignaciones fijas no reembolsables hasta un máximo de B/. 6,000.00 al año. (Art. 709, Código Fiscal)

- **Impuesto a la renta de personas jurídicas:** El impuesto se denomina: Impuesto sobre la Renta. Está regulado en el Código Fiscal de la República aprobado por la Ley 8 de 27 de enero de 1956, Libro Cuarto, Título Primero. El impuesto se encuentra reglamentado por el Decreto Ejecutivo No. 170 de 27 de octubre de 1993.

Este impuesto grava las rentas de cualquier fuente dentro del Territorio de la República de Panamá.

- **Contribuyentes:** Es la persona jurídica nacional o extranjera que percibe renta gravable objeto del impuesto.(Art. 694, Código Fiscal)

- **Base gravable:** Renta gravable es la diferencia que resulta al restar de la renta bruta, los gastos o erogaciones deducibles. La renta bruta es el total de los ingresos en dinero, especies o valores devengados por el contribuyente en el año fiscal, menos las devoluciones, descuentos u otros conceptos similares. (Artículos 1 y 18 del Decreto Ejecutivo No.170 de 1993).

- **Deducciones:** Son gastos o erogaciones deducibles los ocasionados en la producción de la renta y en la conservación de su fuente. Son deducibles las donaciones a instituciones educativas o de beneficencia al país sin fines lucrativos. En el caso de las personas jurídicas, podrán deducir hasta un máximo de uno por ciento (1%) de su ingreso gravable, tal como define en el artículo 699 de este Código. Tratándose de las personas naturales, podrán deducir hasta un máximo de cincuenta mil balboas (B/.50,000.00).

Las cuotas pagadas a asociaciones sin fines lucrativos, el diferencial entre la suma que el contribuyente pague en concepto de intereses y los intereses que se causen por los depósitos que garanticen dicha obligación, las ganancias que distribuyen los patronos a sus trabajadores.

(Artículo 697 Código Fiscal modificado por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005)

- **Tributación de dividendos:** En los casos de dividendos, los accionistas o socios pagarán el impuesto, a la tasa del 10%, por conducto de la persona jurídica de la cual son accionistas o socios. Realizado el pago, el accionista o socio no estará obligado a incluir en su declaración de rentas la suma que reciba en concepto de dividendos.

(Artículo 701, acápite f) Código Fiscal)

▪ **Arrastre de pérdidas:** Las pérdidas que el contribuyente sufra en un año fiscal, podrán deducirse en los cinco (5) años fiscales siguientes, a razón del veinte por ciento (20%) de la referida pérdida por año. La porción de dicha cuota no deducida en un año no podrá deducirse en años posteriores ni causará devolución alguna por parte del Estado. Las deducciones solamente podrán efectuarse en la declaración jurada del impuesto sobre la renta, no así en la declaración estimatoria.

(Artículos 698-a y 78 del Decreto Ejecutivo No.170 de 1993).

▪ **Depreciación de activos fijos:** El valor del bien sobre el cual se deberá calcular la depreciación será el de su costo, y en su caso, el de las mejoras permanentes incorporadas al mismo. El valor del costo incluirá los gastos de la compra, instalación y montaje del bien. La depreciación se calculará tomando en cuenta la vida útil económica de los bienes.

(Art. 50,52 Decreto Ejecutivo 170 de 27 de octubre de 1993).

▪ **Valoración de inventarios:** Los contribuyentes están obligados a practicar un inventario físico al comienzo del negocio y una vez por lo menos durante cada año fiscal. Los inventarios deben consignarse agrupando los bienes conforme a su naturaleza, con la especificación necesaria dentro de cada grupo, indicándose claramente la cantidad, la unidad que se toma como medida, la denominación del bien y sus referencias, el precio de la unidad y el valor total de las unidades.

(Art. 63, 64 Decreto Ejecutivo 170 de 27 de octubre de 1993).

▪ **Tributación de grupos o vinculados (Unidades fiscales):** Las sucursales y filiales establecidas en la República de Panamá de sociedades extranjeras llevarán su contabilidad separada de la casa matriz y de otras sucursales o filiales en el exterior. El impuesto se liquidará con base a esa contabilidad separada. Cuando por no llevar la contabilidad separada, no se pueda establecer con exactitud los resultados de las actividades desarrolladas en el país, la Dirección General de ingresos podrá utilizar todos los elementos de juicio para la determinación de la renta de fuente panameña.

(Art. 12, Decreto Ejecutivo 170 de 27 de octubre de 1993).

▪ **Fusiones:**

En Panamá existen dos modalidades de fusión:

Fusión por absorción: la sociedad absorbida transmite a otra sociedad ya existente, sociedad absorbente, la totalidad de sus patrimonios.

Fusión por integración: dos o más sociedad transmiten a una sociedad nueva la totalidad de sus patrimonios.

Ambas fusiones conllevan las siguientes consecuencias jurídicas: se extinguen y dejan de existir una o más sociedades, sin que ello suponga la disolución de dicha sociedad, ni el cierre de negocios ni operaciones que continúan en cabeza de la nueva sociedad; se integran los patrimonios de las sociedades extinguidas en la

sociedad subsistente; las acciones de las sociedades extinguidas son reemplazadas en el patrimonio de los accionistas de éstas por acciones de la sociedad subsistente.

(Ley 31 de 30 de diciembre de 1991).

Todos los actos, contratos y demás operaciones que resulten necesarios para hacer efectiva la fusión de dos o más sociedades no estarán sujetos al pago de Impuesto sobre la Renta, ITBMS, Impuesto Complementario.

(Artículo 1 Decreto Ejecutivo No. 18 de 14 de marzo de 1994).

▪ **Alícuotas**

Las personas jurídicas pagarán el Impuesto sobre la Renta a una tasa de treinta por ciento (30%) sobre la que resulte mayor entre la renta neta gravable calculada por el método establecido en este título, o la renta neta gravable que resulte de deducir, del total de ingresos gravables, el noventa y cinco punto treinta y tres por ciento (95.33%) éste. Las microempresas, tal como se definen en el artículo 2 de la Ley 33 de 2000; es decir, aquellas empresas que facturan hasta ciento cincuenta mil balboas (B/.150,000.00) anuales, no estarán sujetas a la aplicación del cálculo alterno.

(Art. 699, Código Fiscal modificado por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005)

Impuesto al valor agregado

▪ **Descripción y fundamento legal:** Se denomina Impuesto sobre la Transferencia de Bienes Corporales Muebles y la Prestación de Servicios (ITBMS).

Se establece en el artículo 1057-v del Código Fiscal, creado por la Ley No. 75 de 22 de diciembre de 1976, modificada por Ley No. 17 de 15/07/92, Decreto Ley No. 3 de 10/02/98 y Leyes Nos. 28 de 27/06/2001 y Ley No.6 de 2/2/2005; y está reglamentado por el Decreto Ejecutivo No. 20 de 20 de marzo de 2003.

▪ **Contribuyentes:** Son contribuyentes las personas naturales, las sociedades con o sin personería jurídica que en el ejercicio de sus actividades realicen los hechos gravados y actúen como transferentes de bienes corporales muebles y/o como prestadores de servicios, con excepción de los que durante el año anterior hayan tenido un ingreso bruto promedio mensual no superior a los B/. 3,000 y sus ingresos brutos anuales no hayan sido superiores a B/.36,000.00. También es contribuyente el importador por cuenta propia o ajena.

(Art. 1057-V, parágrafo 4 Código Fiscal).

▪ **Bienes y servicios gravados:** Están gravadas la transferencia de bienes corporales muebles realizada por comerciantes, productores o industriales en el desarrollo de su actividad, que implique o tenga como fin transmitir el dominio de bienes corporales muebles; la prestación de todo tipo de servicios por

comerciantes, productores, industriales, profesionales, arrendadores de bienes y prestadores de servicios en general, excluidos los de carácter personal que se presten en relación de dependencia; y la importación de bienes corporales muebles o de mercaderías.

(Art. 1057-V, parágrafo 1, Código Fiscal)

▪ **Base gravable:** En la transferencia de bienes, es el precio (inclusive transporte, flete, envases, interés por financiamiento). En la prestación de servicios, es el monto de los honorarios profesionales pactados. En la permuta, es el importe de la prestación de más valor. En las daciones en pago, en los aportes a las sociedades o cualquier hecho gravado que transfiera dominio del bien corporal o se preste un servicio, es el valor de los bienes transferidos o servicios prestados. En las importaciones, es el valor CIF más todos los impuestos, tasas y derechos aduaneros. En el arrendamiento de bienes corporales muebles, el valor facturado del alquiler o el valor del contrato. En el arrendamiento de bienes inmuebles, el valor facturado de alquiler.

(Art. 1057-V, parágrafo 5, Código Fiscal modificado por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005).

▪ **Exenciones:** Están exentas las transmisiones en capitulaciones matrimoniales, aportes o división de bienes conyugales, la expropiación, ventas y prestación de servicios que haga el Estado, salvo las que efectúen las empresas industriales y comerciales de éste, las adjudicaciones de bienes dentro de cualesquiera juicios ordinarios o especiales, las transferencias de documentos negociables y de títulos y valores en general, los pagos, incluidos los intereses pagados y recibidos, generados por servicios financieros, los pagos e intereses de los aportes a fondos de pensión, fondos de cesantía, fondos mutuos y otros medios de ahorro, los servicios profesionales legales que se presten a personas domiciliadas en el exterior y naves de comercio internacional inscritas en la marina mercante nacional.

Están exentas las transferencias de productos agropecuarios en estado natural, las exportación y reexportación, los bienes dentro de las Zonas Libres y recintos aduaneros, almacenes de depósito y cuyo dominio se transfiera mediante endoso de documentos, bebidas gaseosas, petróleo crudo, combustibles, lubricantes y productos conexos, productos alimenticios, algunos abonos manufacturados, insecticidas, fungicidas, herbicidas, desinfectantes, semillas utilizadas en la agricultura, algunos alambres de púas, machete, azadón, coas, pala-coa, chuzo, diarios, periódicos, revistas, medios magnéticos de carácter educativo, cuadernos y demás artículos de exclusivo uso escolar, así como libros excluidos los pornográficos, el agua potable suministrada por el IDAAN y demás entidades de servicios públicos, los productos medicinales y farmacéuticos, la moneda extranjera, acciones y los valores públicos y privados.

Están exentas las prestación de los siguientes servicios: los vinculados con la salud de los seres humanos, el arrendamiento o subarrendamiento de bienes inmuebles para casa o habitación del arrendatario, los relacionados con la educación, los préstamos al Estado, el transporte de carga, de pasajeros, la generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, la telefonía fija, la comunicación social con excepción de espacios para publicidad, el correo prestado por el Estado, los juegos de apuestas en los casinos e hipódromos del Estado y privados y de concesionarios del Estado, los seguros y reaseguros, de exportación, el servicio de Internet residencial y para entidades de educación, servicios de alcantarillado y aseo, espectáculos públicos culturales, las actividades de la bolsa de valores, agropecuarias y financieras de las cooperativas.

Y finalmente están exentas las importaciones de bienes cuya transferencia esté exonerada del impuesto.

(Art. 1057-V, parágrafo 7, parágrafo 8, Código Fiscal)

- **Alícuota:** La alícuota de este impuesto es del 5%, con excepción de la importación, venta al por mayor y menor de bebidas alcohólicas, la cual tendrá una tarifa del 10%, y con excepción de la importación, venta al por mayor y menor de productos derivados del tabaco, tales como cigarrillos, cigarros, puros, entre otros, los cuales tendrán una tarifa de quince por ciento (15%).

(Art. 1057-V, parágrafo 6, Código Fiscal por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005).

- **Declaraciones y pago:** Para los efectos de la liquidación y pago del ITBMS, el contribuyente presentará dentro de los quince (15) días siguientes a aquél en que termine cada uno de los períodos en el cual está clasificado, una declaración-liquidación jurada de sus operaciones gravadas con este impuesto. (Parágrafo 10, Art. 1057-V del Código Fiscal).

- **Impuestos al consumo, selectivos y específicos:** El Impuesto selectivo al consumo grava de bebidas gaseosas, vinos, cervezas, licores y productos derivados del tabaco como cigarrillos, cigarros, puros de producción nacional e importados, vehículos automotores con valor CIF superior a B/. 15,000, ciertas motocicletas, joyas, armas, servicio de televisión por cable, microondas y satelital, la telefonía móvil excepto por tarjetas, y los premios mayores de B/. 300.00 ganados en máquinas tragamonedas.

Creado por la Ley 45 de 14 de noviembre de 1995, modificada por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005. Reglamentado por el Decreto Ejecutivo No. 19 de 20 de marzo de 2003.

- **Base Gravable:** Para los bienes y servicios la base imponible es el precio de venta o de prestación de servicio. Para las operaciones de transferencia de

bienes y prestación de servicios a título gratuito, la base imponible será el precio previsto para la misma operación para el caso que fuera de carácter oneroso.

En las importaciones, la base imponible será el valor CIF más todos los impuestos, tasas, derechos, contribuciones o gravámenes aduaneros que afecten los bienes importados, con excepción del ITBMS.
(Art. 28-B de Ley 45 de 1995)

En general para la determinación de la base imponible se excluirá el ITBMS.
(Art. 5 de Ley 45 de 1995, modificado por la, Ley 61 de 26 de diciembre de 2002)

- **Sujeto pasivo:** El sujeto pasivo es el fabricante de los bienes, por las ventas que realice; las personas naturales o entidades, por los servicios que presten; y los importadores, por los bienes que introduzcan al país.
(Art.3 de Decreto Ejecutivo No. 19 de 20 de marzo de 2003)

- **Alícuota:** Bebidas gaseosas: 5% para la producción nacional o importadas; y 6% para los jarabes, siropes que se utilizan en la producción de bebidas gaseosas.

Licores: B/. 0.035 por cada grado alcohólico que contenga cada litro de alcohol rectificado, aguardiente de caña, whisky, ginebra de producción nacional o importada.

Vinos y cualquier bebida alcohólica con contenido alcohólico que no exceda de 20% por volumen, con excepción de la cerveza: B/. 0.05 por cada litro de vino de producción nacional o importado.

Cerveza: B/. 0.1325 por cada litro de cerveza nacional o importada

Cigarrillos: 32.5% del precio de venta al consumidor. Vehículos automotores con valor CIF superior a B/. 15,000: 5%

Motocicletas especificadas, yates, botes, barcos, jet sky, aeronaves, helicópteros: 5%

Joyas y armas de fuego: 5%

Servicio de televisión por cable, microondas, satelital, telefonía móvil: 5%.

Los premios mayores de trescientos balboas (B/.300.00) ganados en máquinas tragamonedas que paguen las empresas privadas que exploten actividades relacionadas con juegos de suerte y azar por medio de concesión o cualquier tipo de acuerdo con el Estado: 7%.

(Art. 20, 22, 24, 28-A de Ley 45 de 1995, modificado por la, Ley 61 de 26 de diciembre de 2002)

- **Tributación de las sucesiones, donaciones y transferencias:** En la legislación disponible no consta Impuesto que grave las sucesiones o donaciones.

Aspectos internacionales de la imposición

- **Descripción general:** Es renta de fuente panameña la generada por actividades civiles, comerciales, industriales o similares, por el ejercicio de profesiones y toda clase de prestaciones de servicios efectuados, cumplidos o ejercidos dentro del territorio de la República de Panamá. Cuando la prestación del servicio implique la realización de trabajos dentro y fuera del territorio nacional, sólo se reputarán de fuente panameña los servicios prestados dentro de éste.

También es renta de fuente panameña la proveniente del trabajo personal cuando consista en sueldos y otras remuneraciones que el Estado abone a sus representantes diplomáticos, consulares y otros fuera del país, la proveniente de bienes inmuebles situados en el territorio de la República, tales como arrendamientos y las provenientes de explotaciones agropecuarias, forestales, minas y de otros depósitos naturales desarrolladas en el territorio nacional, la producida por cosas o derechos utilizados económicamente en la República y por capitales o valores invertidos económicamente en el territorio nacional, las utilidades de sucursales establecidas en Panamá de casas matrices ubicadas en el exterior, arrendamientos de bienes muebles utilizados en el país, regalías, subsidios periódicos, ingresos por cesión del uso de marcas de fábrica o de comercio y patentes de invención, rentas vitalicias, ingresos obtenidos por las empresas de transporte y comunicaciones, en la parte que corresponda a los fletes, pasajes, cargas, llamadas telefónicas o cualquier otro medio de transmisión o recepción de imágenes o sonidos y otros servicios similares entre Panamá y el exterior o viceversa, los ingresos de las empresas de seguro provenientes de operaciones de seguros y reaseguros que cubran riesgos locales, y en general todos los ingresos que constituyan frutos civiles o naturales, siempre que sean obtenidos en la República, ya sea por la utilización de bienes o por la realización de servicios.

(Art. 9, Decreto Ejecutivo 170 de 27 de octubre de 1993).

Las personas naturales que permanezcan por más de 180 días corridos o alternos en el año fiscal en el territorio nacional, y perciban o devenguen rentas sujetas al impuesto, deberán determinar el mismo de acuerdo con las reglas establecidas en el Código Fiscal y en el decreto reglamentario y pagarlo aplicando la tabla señalada en el artículo 700 de dicho Código (tarifa para personas naturales).

(Art. 81, Decreto Ejecutivo 170 de 27 de octubre de 1993)

Mecanismos para evitar la doble imposición para contribuyentes residentes:

La República de Panamá no ha suscrito ningún tratado para evitar la doble imposición con otros Estados.

Tributación para no residentes: Toda persona que deba remitir a una persona natural o jurídica, radicado en el exterior, sumas provenientes de rentas de cualquier clase producidas en el territorio panameño, excepto dividendos o participaciones deberá deducir y retener al momento de pagar dichas sumas en cualquier forma, el impuesto a la tasa establecida para personas naturales o jurídicas residentes en el país, según corresponda, y entregarlo al funcionario recaudador del impuesto dentro de los 10 días siguientes a la fecha de retención. No obstante, los tenedores de acciones al portador, pagarán este impuesto a la tasa de 20%.

La persona jurídica que distribuya tales dividendos, practicará la retención, la que tendrá carácter definitivo.

(Art. 733, Código Fiscal) (Artículo 148 de Decreto Ejecutivo 170 de 1993)

Las agrupaciones artísticas o musicales, artistas, cantantes, concertistas, profesionales del deporte y profesionales en general que vengan a Panamá por cuenta propia o bajo contrato con personas naturales o jurídicas establecidas en Panamá, pagarán el Impuesto sobre la Renta a una tasa del 15% aplicada a la totalidad de lo pagado o acreditado por los servicios personales que presten.

Los pagos o acreditamientos en concepto de intereses, comisiones y otros cargos por razón de préstamos o financiamientos, se pagará el Impuesto sobre la Renta a una tasa única del 6% sobre la totalidad de lo pagado a acreditado al acreedor extranjero.

En el caso de las empresas productoras y distribuidoras extranjeras de películas, programas y demás producciones para radio y televisión transmitidas en el país por cualquier medio, se pagará el impuesto sobre la renta a una tasa de 6%.

(Art. 701, acápite c, parágrafo 6, Código Fiscal)

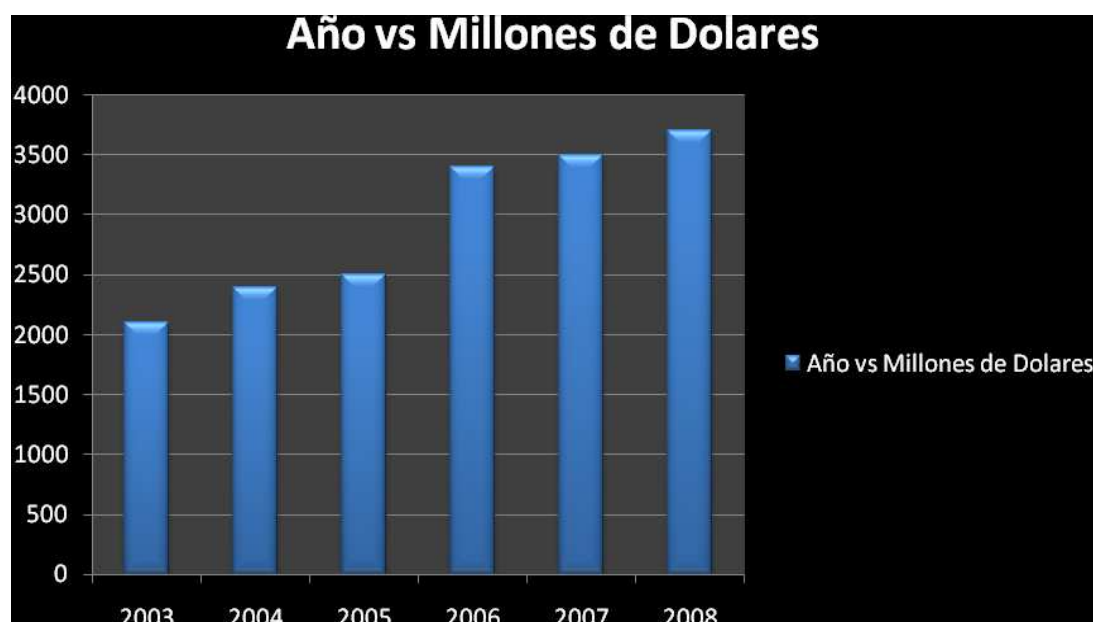
Las sucursales domiciliadas en Panamá de personas jurídicas extranjeras pagarán el impuesto de dividendos mediante retención definitiva del 10% o 20% según sea el caso, esto es, según que la sociedad madre tenga acciones al portador o nominativas. La retención se hará sobre el 100% de la renta neta gravable obtenida por la sucursal panameña, menos los impuestos pagados por esa misma renta en el país.

7. MERCADO DEL ORO EN PANAMA

7.1 PRODUCCIÓN DE ORO

En el subsuelo de Panamá hay yacimientos de cobre, manganeso, oro y plata en pequeñas cantidades; sin embargo, los principales productos minerales son la cal y la sal; esta última se extrae en la costa del Pacífico. En 2004 la producción de oro y de plata fue respectivamente de 200 kg y 2 toneladas. Los productos industriales más importantes, como cemento, cigarrillos, artículos de cuero, textiles, jabón, productos alimentarios y bebidas alcohólicas, se fabrican para el mercado local. Se ha descubierto petróleo en las plataformas marinas del Caribe y del Pacífico, y sus productos se refinan principalmente para la exportación.

7.1.1 Exportaciones Panameñas de Oro.



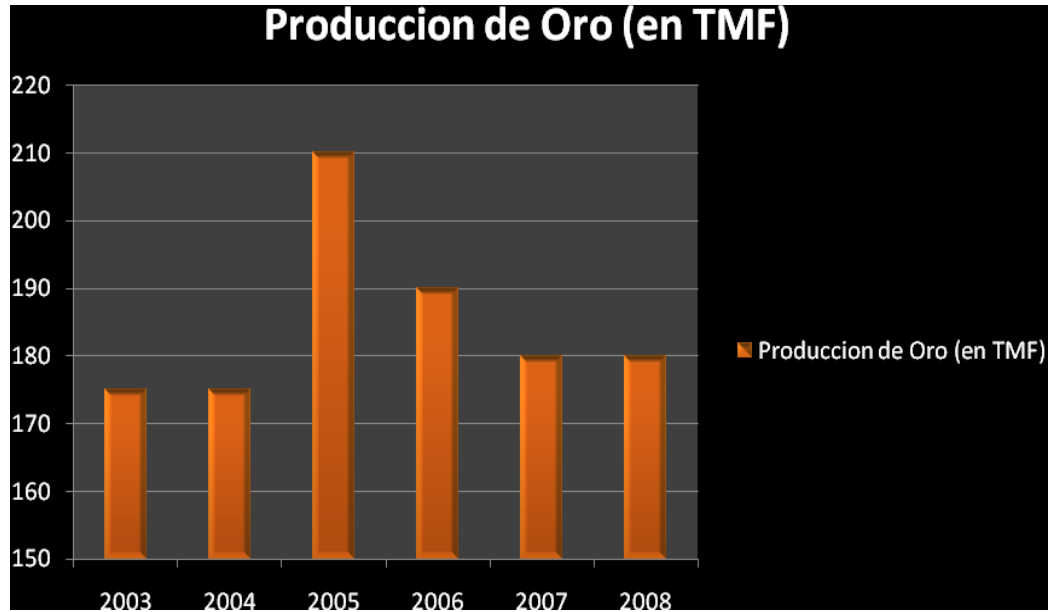
Fuente: www.micigob.pa/exportaciones.php

1. Importaciones Panameñas de Oro Colombiano

País	USD 2007 FOB	USD 2008 FOB	USD Enero - Septiembre 2008	USD Enero - Septiembre 2009
PANAMA	997.378,98	1.458.290,20	1.328.186,45	183.933,28

Fuente: Proexport

2. Producción de oro Panamá



Fuente: http://www.mici.gob.pa/minas_principal.php

7.1.2 Análisis del Comercio

▪ Formas de acceso al mercado

Panamá tiene actualmente las tarifas más bajas de la región, el promedio es del 12%, en materia de eliminación de restricciones ha realizado grandes avances tales como la reducción al 15% de aranceles para productos manufacturados (40%) y para productos agrícolas (50%) y eliminó los aranceles mixtos (específicos y ad-valorem) que aplicaba a algunos productos.

En lo que compete a impuestos internos, todas las mercancías deben pagar un impuesto a las transferencias de bienes mercantiles (ITMB), el cual es aplicable al valor CIF en aduana. El porcentaje es de 5% y de 10% para licores y cigarrillos. Se exceptúan productos alimenticios, bebidas carbonatadas, aceites y lubricantes, farmacéuticos, artículos escolares, insumos agrícolas y productos de zona franca.

Se aplica un derecho de aduanas de US\$70 para todas las importaciones cuyo valor sea de US\$ 2000 o más. Un 35% a productos alimenticios y 2.5% a productos farmacéuticos. Los productos industriales importados bajo legislación de promoción industrial están exentos del recargo. El gobierno de Panamá designó la Comisión Panameña de Normas Técnicas (COPANIT), una agencia del Ministerio de Comercio e Industria, como la autoridad nacional para la participación en el programa de la Organización Internacional de Normas ISO 9000.

- Condiciones de acceso al mercado.

El acceso al mercado panameño del oro es cada vez mayor, principalmente por el acuerdo comercial MCCA. Panamá funciona sobre una tarifa separada del precio y la tarifa media total para la mercancía industrial, además, determina tarifas e impuestos sobre el costo del valor CIF, el seguro y el costo de la carga.

Panamá determina aranceles sobre una base ad-valorem. El sistema ad-valorem utiliza el valor declarado CIF como base para los cálculos del arancel en algunos casos utiliza la información de precio histórica como referencia.

En adición al impuesto, todas las importaciones en Panamá están sujetas a una transferencia o a un impuesto sobre el valor agregado (ITMB) del 5% impuesto en el valor CIF, más arancel y costo de carga. No se requiere ninguna licencia de importación. La mercancía importada en Panamá debe ser diligenciada por un corredor de aduanas licenciado por el gobierno de Panamá.

La documentación básica de importación requerida por la oficina de aduanas de Panamá es:

- Declaración de importación (preparado y firmado por un corredor de aduanas)
- Factura comercial presentada en español o en inglés (cuatro copias)
- Guía aérea
- Guía de embarque (presentando 3 copias)
- Numero de licencia comercial

La cooperación comercial entre Colombia y Panamá; propiciarán el establecimiento de programas de difusión y promoción comercial, facilitando las actividades de misiones oficiales y privadas, la organización de ferias y exposiciones, la realización de seminarios informativos, los estudios de mercado y otras acciones tendientes al mejor aprovechamiento de las preferencias del programa de liberación y de las oportunidades que brinden los procedimientos que acuerden en materia comercial. Dentro del marco de los Acuerdos Bilaterales en materia de transporte aéreo vigentes, una mayor y más profunda cooperación de forma tal que garantice un eficiente servicio entre los respectivos territorios.

En materia financiera, una mayor y más profunda cooperación, de forma tal que se facilite la prestación de un eficiente servicio entre los respectivos territorios además se comprometen a realizar todos los esfuerzos necesarios para facilitar y desarrollar los servicios financieros, con el fin de hacer efectivo un mayor intercambio comercial entre ambas partes.

7.1.3 Análisis de la demanda.

Oro. El oro se caracteriza por un metal blando, pesado, de color amarillo brillante, buen conductor de calor y de electricidad y el más maleable y dúctil que cualquier otro metal, anticorrosivo en largos periodos de tiempo y uso, resistente a la radiación infrarroja y se alea fácilmente con otros metales.

La joyería industrial sigue siendo uno de los principales consumidores donde el consumo de joyas utiliza el oro como una forma de ahorro e inversión o precaución contra la inflación y otros imprevistos. Además el oro se utiliza en industrias como:

- La aeroespacial donde este actúa como un protector a la radiación.
- La arquitectura en los grandes edificios que utilizan amplios ventanales donde se coloca una capa delgada de oro que reduce el calor producido por los rayos infrarrojos del sol.
- En la medicina para curar artritis, tratamientos de cáncer, úlceras crónicas y en cirugías
- En la odontología.
- El uso más importante se encuentra en la industria electrónica, para los circuitos de calculadoras, set de televisión, de computadoras, teléfonos etc.

En la mayoría, el oro se utiliza en aleación con otros metales como el cobre, plata, níquel y palladium.

El contenido de oro en aleación se expresa en quilates.

La estructura del oro varía de acuerdo su uso, en el mercado se distingue por dos características:

1. De acuerdo el objeto a intercambiar: lingotes, monedas, medallas y joyería
2. De acuerdo a la forma de transacción: compra-venta de oro físico y compra-venta de recibos o seguros que confieren títulos.

La unidad tradicional de peso en el mercado del oro es la trío, equivalente a 31.1035 gramos. El oro puro tiene una fineza de 1000. La unidad estándar en el mercado es el lingote de 12.5 Kg. con una pureza de 995.0.

7.1.4 Principales importadores de oro. El oro es un metal muy valorado en el mercado mundial gracias a sus características: blando, excelente conductor eléctrico, brillante, maleable, dúctil y resistente a la corrosión, lo que lo hace muy atractivo tanto para ser usado como reserva de valor como por sus aplicaciones industriales.

El principal uso del oro se da en la joyería y orfebrería (producto de su brillo y maleabilidad), seguido por su uso como reserva de valor (a través de las compras

de bancos centrales e inversionistas), así como en la industria y electrónica (gracias a su conductividad eléctrica y resistencia a la corrosión).

Actualmente el principal mercado de destino para el oro son Estados Unidos y el Reino Unido, mensualmente más del 90% del oro peruano se dirige a estos mercados. Otros destinos para el oro son Japón, Canadá, Australia y Alemania.

7.1.5 Destino de las Exportaciones del Oro al Mundo

País	Porcentaje
Suiza	60.7%
Canadá	23.7%
Estados Unidos	12.0%
Reino Unido	2.4%
México	0.7%
Otros	0.6%

Fuente: Proexport

7.1.6 Estabilidad del precio del oro. Un informe del Citigroup previo para todo el 2009 precios a 996.50 dólares la onza, subiendo a mil 36 dólares con 60 centésimos el año próximo.

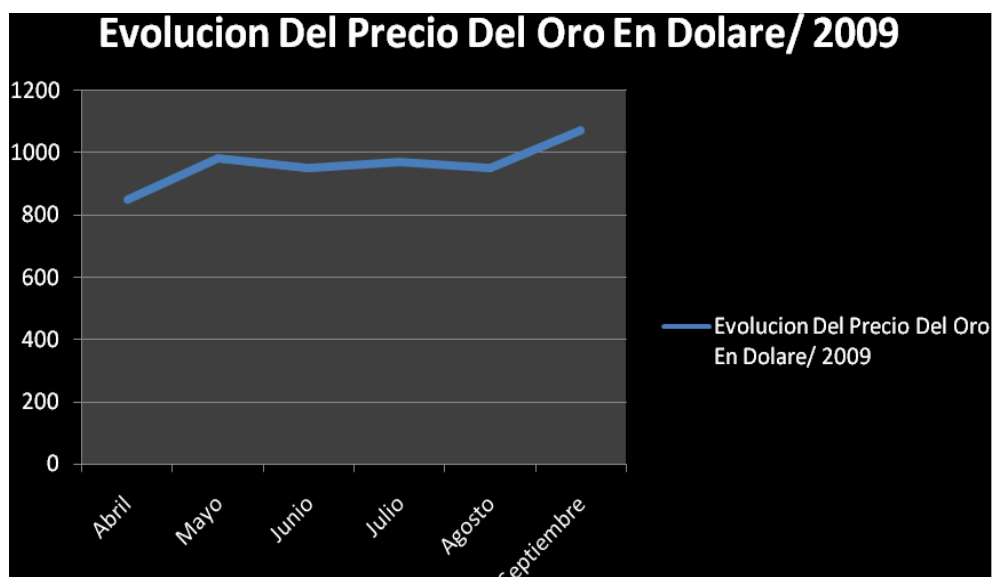
El pronóstico se ha elevado después que este metal toco una sucesión de precios record porque el dólar se debilito frente al euro y otras monedas, perjudicado por la percepción de que los bancos centrales puedan evaluar la diversificación de sus reservas en moneda estadounidense.

Para el centro de competitividad es poco probable que a fin de año el precio del oro llegue a los 2 mil dólares por onza, tomando en cuenta las condiciones actuales.

No obstante, Goethals Consulting estima que los pronósticos apuntan a que este metal puede llegar a los mil 250 dólares a fin de año, si las tasas de interés de la Reserva Federal no suben significativamente para balancear el gasto publico del presidente de los Estados Unidos, Barack Obama.

Con este escenario se abre el compás y un abanico de oportunidades para que más adelante se piense en hacer transacciones en más de una moneda, debido a que no existe moneda propia.

Pero todo dependerá del requerimiento del mercado, por que el precio puede tocar techo, puesto que según datos estadísticos, la demanda mundial como inversión creció 248% durante el primer trimestre informo World Gold Council.



Fuente: World Gold Council

EXPORTACIONES COLOMBIANAS DEL PRODUCTO

País	USD 2007 FOB	USD 2008	USD Enero - Septiembre	USD Enero - Septiembre
		FOB▼	2008	2009
ESTADOS UNIDOS	100,683,282.37	406,768,462.98	291,172,805.53	611,178,959.69
SUIZA	175,644,992.71	405,388,947.52	292,988,611.95	324,426,209.23
ZONA FRANCA CALI	10,918,595.00	5,914,087.00	5,914,087.00	
ITALIA	2,037,398.39	3,504,356.12	3,337,263.43	4,360,886.16
FRANCIA		1,715,420.31	1,715,420.31	59,015.81
PANAMA	997,378.98	1,458,290.20	1,328,186.45	183,933.28
REINO UNIDO	67,295.01	106,246.62	68,583.92	492,649.68
PAISES BAJOS	3,914.67	11,581.96	10,252.50	16,810.00
ALEMANIA		9,300.08		36,728.42
DINAMARCA		3,225.85	3,225.85	
AUSTRALIA		3,120.00		
CANADA		2,920.80	2,920.80	
SUECIA		661.60		16,165.00
ESPAÑA	28,514.88			

Fuente Proexport

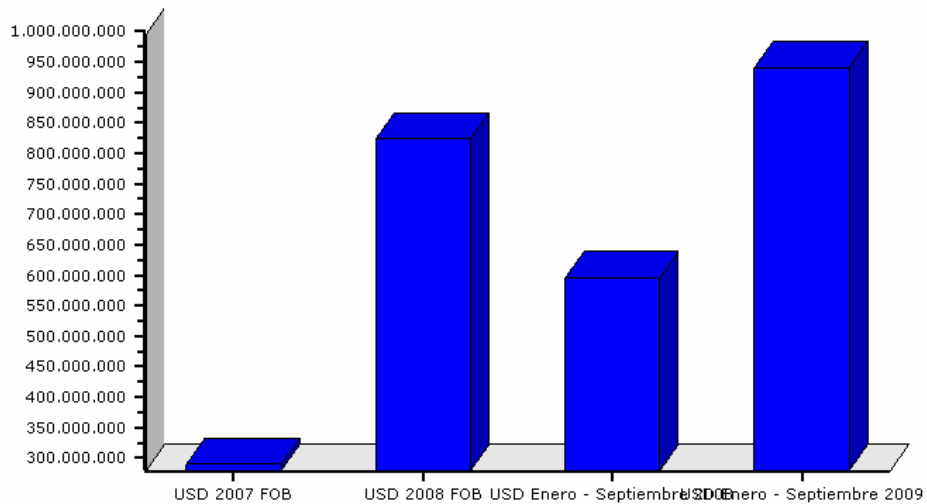
7.1.7 Departamentos de origen.

<u>Departamentos</u>	<u>USD 2008 FOB</u> ▼	<u>Participación USD FOB</u>
COLOMBIA	824,886,621.04	100.00 %
ANTIOQUIA	701,083,299.44	84.99 %
VALLE DEL CAUCA	79,185,000.67	9.60 %
SANTANDER	39,390,666.64	4.78 %
BOGOTA	2,784,863.91	0.34 %
CHOCO	2,442,790.38	0.30 %

Fuente Proexport

7.1.8 Posición arancelaria.

Posición Arancelaria	Producto
7108120000	Oro (incluido el oro platinado), en las demás formas en bruto, para uso no monetario
7108130000	Lingotes de Oro



FUENTE: DANE-DIAN
CÁLCULOS: PROEXPORT COLOMBIA

ARANCEL: 0%

7.1.9 Principales destinos de las exportaciones de oro del mundo.

País	Porcentaje
Suiza	60.7%
Canadá	23.7%
Estados Unidos	12.0%
Reino Unido	2.4%
México	0.7%
Otros	0.6%

Fuente: www.comtrade.un.org

CONCLUSIONES

- El logro de estructurar la comercializadora Internacional para la exportación de lingotes de oro y los beneficios que traerá a la región.
- Afianzamiento de los conocimientos adquiridos durante la especialización, apoyados en el espíritu emprendedor de cada participante en la creación y formalización de la empresa.
- La satisfacción para el empresario en el logro de sus objetivos y la realidad del proyecto desde todas las áreas que integran el proceso para llegar a la internacionalización de la empresa.
- La investigación logra generar una actitud abierta con mentalidad internacional y con gran emprendimiento para desarrollar nuevos proyectos en negocios internacionales
- El acceso a datos y estadísticas son muy desactualizados por lo cual impide mostrar cifras reales al año de la investigación.
- La tramitología para constituir la empresa; los tramites ante la DIAN, ministerios y demás entes de control hacen un proceso expeditivo y lento para efectuar cada uno de los procedimientos.
- La poca información por parte de la DIAN en el esquema guía para presentar el estudio de mercado y el tiempo requerido por esta institución con el fin de dar la correspondiente expedición y aprobación de la resolución donde autoriza la actividad empresarial.
- Facilidad por parte del empresario para dar a conocer el proyecto y brindar la información suficiente para realizar el proyecto.
- El éxito de lograr desarrollar una idea de negocio y ejecutarlo en tiempo real entregando resultados favorables para el empresario y los participantes del proyecto y la academia.
- La constante llegada de firmas extranjeras optando por lograr concepciones del mineral para explorarlo, explotarlo y sacar productos iguales o similares.

RECOMENDACIONES

- El empresario deberá continuar en la apertura de nuevos mercados para diversificar su demanda.
- Cumplir cabalidad con los compromisos adquiridos en las regiones de exploración y/o explotación los beneficios a las comunidades y el compromiso de cuidar el medio ambiente.
- Lograr alianzas con empresas nacionales, o firmas internacionales para dar una mayor solidez al proyecto y así asegurar la viabilidad del mismo a largo plazo.
- Implementar la gerencia estratégica del mercadeo internacional aportada por los investigadores para maximizar los mercados donde logre incursionar con el producto.
- Aplicar mantenimiento y actualización constante de su pagina Web y modificaciones según a las exigencias del mercado.
- Definir su plan de seguridad para el transporte del material como materia prima hasta el bien trasformado y entregado al cliente.
- Buscar dar a conocer la importancia de la seguridad de los entes responsables de brindar la misma para el proyecto en las zonas de exploración y explotación.
- Dar conocer en el sector empresarial, la academia y entidades de fomento el éxito del proyecto como un producto nacional sin participación de inversionistas o firmas extranjeras.
- Diseñar y definir el empaque y embalaje del producto.
- Participar en misiones comerciales y ferias internacionales para conseguir nuevos clientes e inversionistas interesados en el proyecto empresarial.
- Desarrollar y ejecutar un plan de responsabilidad social empresarial en el entorno interno y externo donde la compañía interviene.
- Analizar y tomar la mejor estrategia en la decisión de los precios del producto en el momento de la negociación para la venta, debido a la fluctuación de los precios internacionales.
- Adquirir tecnología de punta para mejorar la cadena productiva de exploración, explotación y transformación de la materia prima.

BIBLIOGRAFÍA

FICHER, Roger y URY, William. SI DE ACUERDO, ciudad: NORMA, 2000 Cohen
¡NEGOCIE Y GANE!, Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2004.

MICHAEL R. CZINKOTA THOMPSON Marketing Internacional

OGLIASTRI E. (2000) El Estilo Negociador de los Latinoamericanos. Revista latinoamericana de Administración, Universidad Los Andes Bogotá, Colombia.

OGLIASTRIE E. (2001) ¿Cómo negocian los Colombianos? Bogotá: Alfaomega/Cambio.

WEB GRAFIA

www.trademap.org

www.proexport.com.co

www.comtrade.un.org

www.intlexport.com.co

www.unctad.org

www.mincomercio.gov.co