



**PANAMÁ Y COLOMBIA: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR DE PERFUMES
Y COSMÉTICOS**

Autores:

Hernández Torres Julieth Natalia

Osorio Franco Karen Daniela

Docente tutora:

Chaves Beltrán Luisa Andrea

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Finanzas y Comercio Exterior

Bogotá D.C

2018

PANAMÁ Y COLOMBIA: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SECTOR DE PERFUMES Y COSMÉTICOS

Resumen

En el presente artículo de reflexión se abordan distintos temas que permiten conocer y comprender el comportamiento del sector de perfumería y cosméticos en Panamá y Colombia, donde principalmente, se realiza la respectiva descripción del sector objeto de estudio, en el cual se detallan los principales países consumidores y/o proveedores de esta clase de productos. Seguido a esto, se exponen las políticas comerciales de Panamá, las cuales dan a conocer el estado del país en temas de desarrollo y estabilidad económica, tomando como referente, los exámenes de políticas comerciales realizados por la Organización Mundial del Comercio. Por último, se elabora un análisis DOFA del sector y de los países, donde se indican estrategias para fortalecer el mercado panameño, de igual forma, se expresan observaciones en relación al sector en Colombia, las cuales se pueden aplicar para realizar cambios y ajustes positivos, que permitan ampliar la internacionalización de los productos de perfumería y cosméticos.

Palabras Clave: Comercio, Cosméticos, Infraestructura, Integración, Panamá, Perfumes, Zona Libre de Colón.

PANAMA AND COLOMBIA: COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PERFUMES AND COSMETICS SECTOR

Abstract

In the present article of reflection different subjects that allow to know and understand the behavior of the sector of perfumery and cosmetics in Panama and Colombia are approached, where mainly, the respective description of the sector object of study is made, in which the main countries are detailed consumers and / or suppliers of this kind of products. Following this, the commercial policies of Panama are exposed, which reveal the state of the country in terms of development and economic stability, taking as a reference, trade policy reviews conducted by the World Trade Organization. Finally, a SWOT analysis of the sector and the countries is elaborated, where strategies are indicated to strengthen the Panamanian market, likewise, observations are expressed in relation to the sector in Colombia, which can be applied to make changes and positive adjustments , that allow expanding the internationalization of perfumery and cosmetics products.

Key Words: Commercial policy, Cosmetics, Infrastructure, Integration, Panama, Perfumes, Trade.

Introducción

Durante el desarrollo de la misión académica a Panamá, se pudo identificar que el país cuenta con una Zona Libre de Colón, la cual brinda grandes beneficios y oportunidades en materia de comercio a los inversionistas, empresas nacionales y extranjeras. Por otro lado esta zona cuenta con gran variedad de productos, en especial la perfumería y cosméticos, sector que se quiso abordar con la intención de conocer qué tan atractivo es para la economía panameña y qué oportunidades ofrece para Colombia en materia de exportación. Panamá dentro del sector de perfumería se destaca por no ofrecer imitación de fragancias, sino al contrario ofrece productos netamente originales pero a un precio considerablemente elevado para el consumidor.

En cambio Colombia, en su mayoría ofrece productos fabricados con mano de obra nacional, ofreciendo oportunidades de empleo a la población colombiana; de igual manera ofrece productos originales de las marcas internacionales más reconocidas dentro del sector, pero también se evidencia que dentro de los lugares económicos, a donde los consumidores se dirigen a comprar este tipo de bienes, se encuentran muchas imitaciones y réplicas de productos reconocidos mundialmente e indudablemente el valor de estas presentaciones son más económicas y accesibles al consumidor.

En este artículo se expone información que permite al lector comprender el comportamiento del sector entre Panamá y Colombia, a su vez le ayuda a identificar ventajas que ofrecen los mercados para internacionalizar la actividad y generar estrategias para el crecimiento y desarrollo del sector objeto de estudio que ocasionen beneficios mutuos, mediante el intercambio comercial de dichos productos.

Desarrollo y reflexión

1. Descripción del sector de perfumería y cosméticos

Según estudios del Observatorio de Complejidad Económica, se considera que el sector de perfumería y cosméticos es el sector número 26 más comercializado del mundo, y es considerado uno de los más complejos, según el ECI¹ y PCI², pues requiere de personal con conocimiento amplio en los productos, maquinaria e infraestructura que permitan la óptima fabricación de los bienes. Los países potencialmente exportadores son Francia, Estados Unidos, Alemania, Italia y Reino Unido y dentro de los países potencialmente importadores de este producto son China y Hong Kong. (The Observatory of Economic Complexity, s.f)

El estudio del sector se realizó por códigos arancelarios y su comportamiento en el mercado y el comercio bilateral entre Colombia y Panamá entre los años 2015 y 2017; se inicia por el capítulo 33: Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética; seguido de las subpartidas con mayor participación dentro del capítulo 33, en este caso son: 3303: Perfumes y aguas de tocador y 3304: Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel.

En la figura 1 se observa que para el año 2017 en el capítulo 33 del arancel: Aceites esenciales y resinoides: preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética; Panamá importó del mundo \$ 438.316 millones de dólares, originarios principalmente de Estados Unidos y Francia con una participación respectiva de 35,42 % y 23,93 % sobre las importaciones totales de ese año. En relación con el año 2015, donde las importaciones fueron equivalentes a \$528.212 millones de dólares, disminuyeron en 17,01 % las importaciones del 2017. Colombia se ubica como el sexto proveedor, aportando el 4,57 % de productos clasificados en este código arancelario.

¹ Índice de complejidad económica

² Índice de complejidad del producto

En las subpartida 33.03: perfumes y aguas de tocador y 33.04: preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel se destacaron EE.UU y Francia, como los países potencialmente proveedores, abasteciendo en alrededor de 60 % al mercado panameño de productos originales.

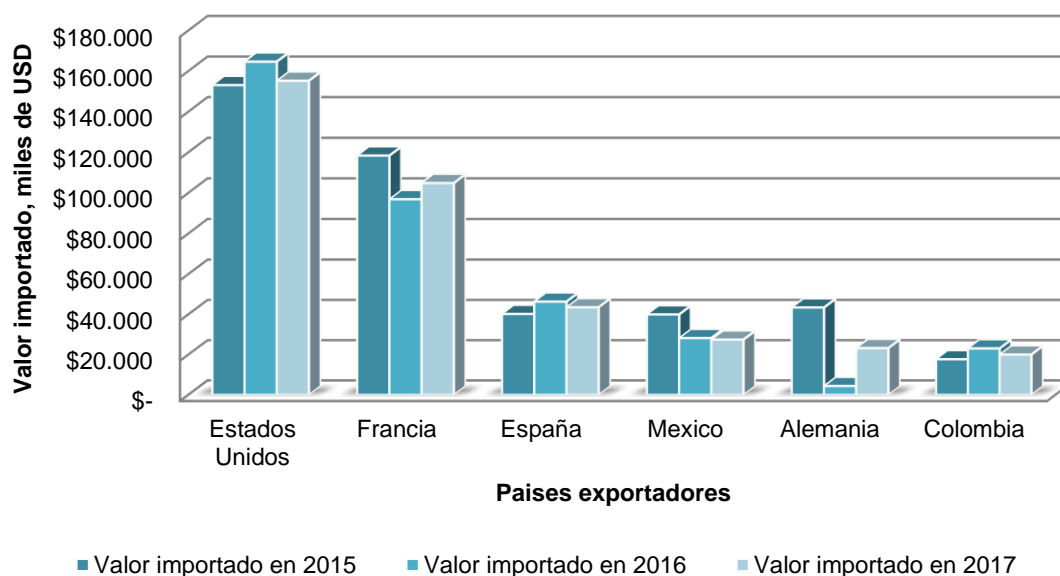


Figura 1 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Panamá (Espejo). Fuente (Trade Map, s.f)

En cuanto a las exportaciones panameñas del año 2017 se presentó un total de \$553.947 millones de dólares, en la figura 2 se observan los principales destinos de exportación fueron países Suramericanos, destacándose Guatemala y Costa Rica con una participación de 23,15 % y 18,15 % respectivamente. El comercio con Colombia ha mejorado en gran medida, pues en el año 2016 las exportaciones corresponden a \$ 67 mil dólares y para el año 2017 reflejan exportaciones de \$ 4.111 millones de dólares, lo cual significa un variación positiva de más del 1.000 %. El comportamiento dentro de la subpartida 33.03, EE.UU y Colombia fueron los países que importaron mayor cantidad de productos en el año 2017, sumando entre ambos un total de \$ 222.128 millones de dólares; en la subpartida 33.04 los mismos países se ubican como principales consumidores, importando en total \$ 32.921 millones, lo que representa una participación en las dos subpartidas de 46,04 %.

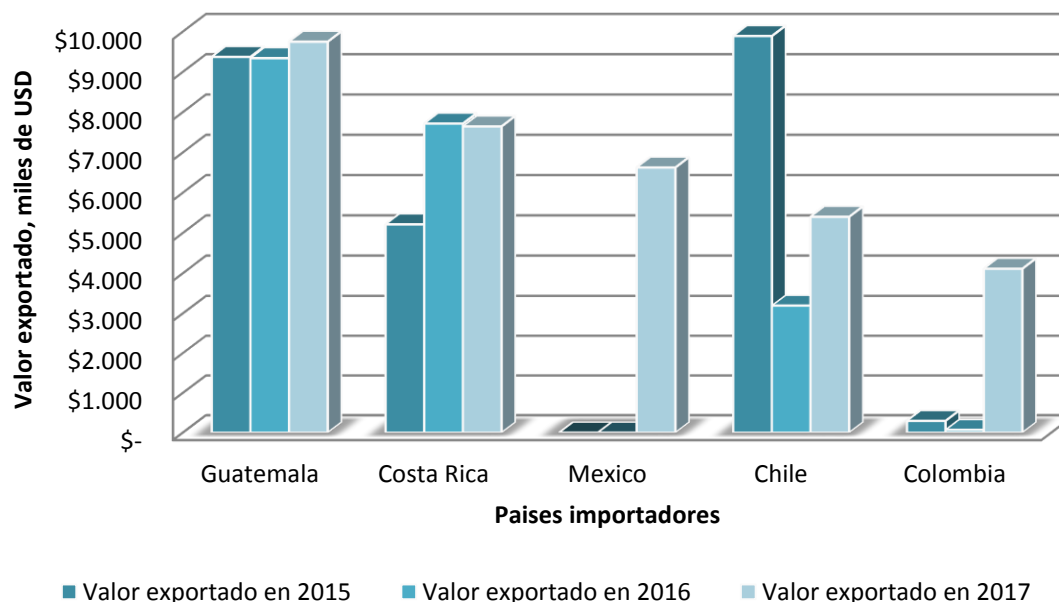


Figura 2 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Panamá (Espejo). Fuente (Trade Map, s.f)

Colombia en el 2017 importó desde el mundo \$ 502.362 millones de dólares, de los cuales el 27,67 % son originarios de México y 19,25 % de Estados Unidos. Los proveedores cambian, cuando de perfumes y aguas de tocador se trata, pues se tienen como principales abastecedores a España y Francia, importando de ambos países un valor de \$ 12.158 millones de dólares. Sucede una pequeña variación en el caso de las preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, en cuanto a la procedencia de los productos, pues ahora son EE.UU y Francia los países que exportan a Colombia un valor sumado de \$ 38.303 millones de dólares.

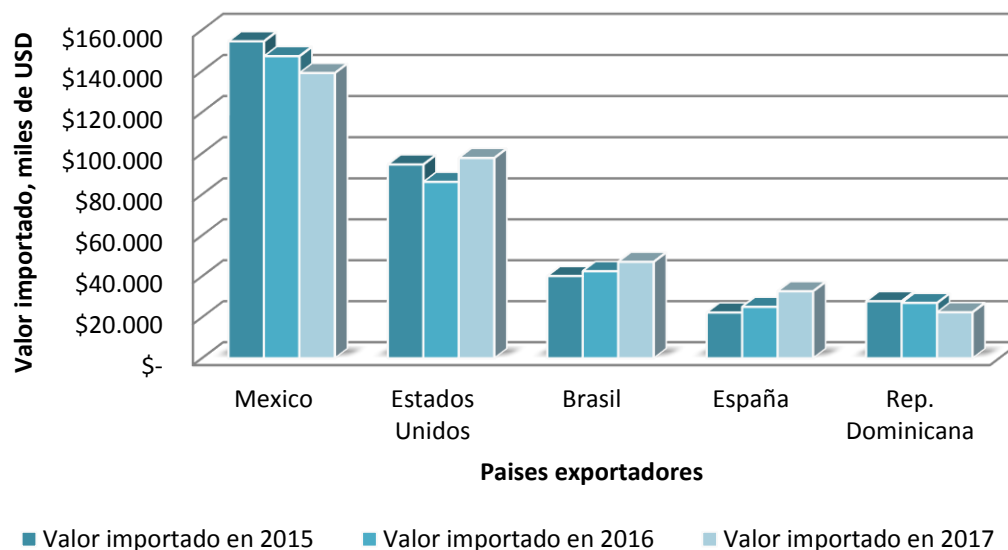


Figura 3 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Colombia (Espejo). Fuente (Trade Map, s.f)

En cuanto a las exportaciones de Colombia en 2017 con total de \$ 517.487 millones de dólares, se puede observar en la gráfica 4 que los productos van dirigidos principalmente a países suramericanos, en los que se destacan Perú y Ecuador con cifras de \$ 117.372 millones de dólares y \$107.482 millones de dólares respectivamente; en este caso, Panamá solamente representa el 4,50 % del destino de exportación de los productos. Los perfumes y aguas de tocador (33.03) y preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel (33.04), van especialmente dirigidas a Perú y México, con un valor exportado de \$ 40.271 millones de dólares y \$ 66.320 millones de dólares.

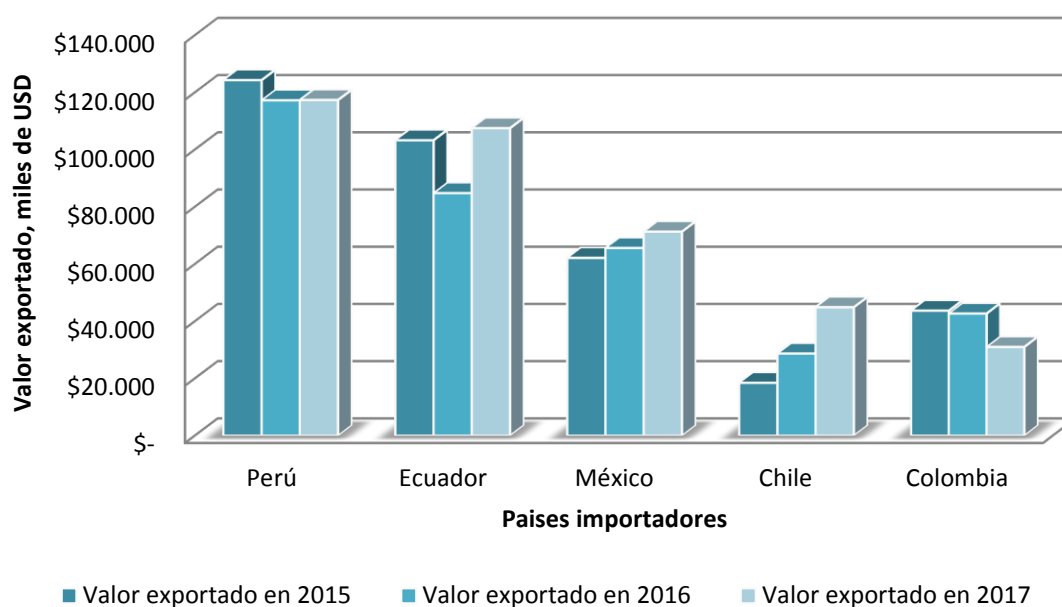


Figura 4 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia (Espejo). Fuente (Trade Map, s.f)

Panamá y Colombia se encuentran en una integración a partir de las iniciativas de las cámaras de comercio sectoriales, denominada CASIC³, quien representa las asociaciones del sector de perfumería y cosméticos en Latinoamérica. Algunas de las empresas que representan son Avon, Belcorp, L' Oréal y Yanbal. Su principal objetivo es fomentar el desarrollo de la industria cosmética, de aseo personal y de cuidado del hogar y su tecnología, así mismo fortalecer las relaciones entre las entidades privadas y autoridades públicas. (Consejo de la Industria de Cosméticos, aseo personal y cuidado del hogar de Latinoamérica, s.f) . Analizando lo anterior, el sector de perfumería y cosméticos representa el 1,16 % en la economía panameña, por lo cual se da a entender que no es representativo, pues como bien se sabe el sector que más aporta al PIB es el sector terciario (turismo, logística, servicios financieros, entre otros). Sin embargo, mediante la visita a la Zona Libre de Colón, se evidencio que las empresas distribuidoras y comercializadoras de perfumería y cosméticos tienen gran presencia dentro de la Zona Libre de Colón, se encuentran ubicadas alrededor de 15 empresas

³ Consejo de la industria de cosméticos aseo personal y cuidado del hogar de Latinoamérica

dedicadas al sector, donde se destacan los productos europeos y norteamericanos que son reconocidos por su calidad y el prestigio que le genera al consumidor.

En Colombia el sector se considera de gran importancia, especialmente en Bogotá, pues es el “principal centro de consumo y de producción de cosméticos en Colombia. La ciudad concentra el 61% de las empresas del sector y para muchas de ellas es la fuente de más de la mitad de sus ventas en todo el país” (Portafolio, 2017) Grandes empresas internacionales tienen sus plantas de producción ubicadas en la capital del país como Yanbal y Belcorp, que son unas de las marcas que el ciudadano bogotano consume más a menudo. El sector en Bogotá reviste de tal importancia, que se ha abierto el campo dentro del Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá – Corferias para el desarrollo de la Feria de la Salud y Belleza que se ha llevado a cabo durante los últimos 17 años en la capital.

2. Políticas Comerciales De Panamá

Las políticas comerciales se definen como el manejo de conjunto de instrumentos al alcance del estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo; teniendo en cuenta esto y centrando los exámenes de políticas por países según la OMC se puede analizar de forma general lo concerniente para Panamá.

“Panamá como miembro de la OMC desde el año 1997, está plenamente comprometido con el sistema multilateral de comercio y las reglas que regulan el comercio internacional y fundamenta las relaciones con sus interlocutores comerciales en los principios básicos que la rigen mediante el despliegue de una política comercial abierta, no discriminatoria, competitiva y que provee previsibilidad y transparencia.” (Organización Mundial del Comercio - OMC, 2014, pág. 12)

El eje central y objetivo de la política comercial panameña es incrementar la Inversión Extranjera Directa y las exportaciones. Panamá considera el proceso de

apertura estrechamente vinculado con estos objetivos y se ha concentrado tanto en la conclusión de acuerdos comerciales como en mejorar la competitividad, el clima de negocios y la infraestructura. Busca atraer inversión de alto valor agregado que propicie la capacitación de sus recursos humanos y la transferencia de tecnología a sectores económicos clave, a saber, los servicios financieros, de logística, el turismo y la agricultura. (Organización Mundial del Comercio - OMC, 2014, pág. 8)

Desde la adopción de dólar estadounidense, como moneda de curso legal en 1904, para Panamá no ha sido necesario manejar instrumentos de política monetaria; por lo cual esta situación le ha permitido evitar riesgos de fluctuaciones y ataques especulativos contra su moneda, además de favorecer su posicionamiento como centro financiero internacional. (Organización Mundial del Comercio - OMC, 2014, pág. 18) Debido a la dolarización del país carece de Banco central y política monetaria propia, es decir, que se adaptan a la política estadounidense y, consecuentemente, sus tipos de interés local aumentarán en línea con las subidas previstas por la FED. (Oficina Económica y Comercial de España en Panamá, 2017, pág. 19)

La política fiscal manejada en Panamá está regulada por la Ley 34 de 2008 o LRSF⁴, la cual fija un límite de 1% al déficit fiscal al Sector Público No Financiero. (Organización Mundial del Comercio - OMC, 2014, pág. 15) Debido al incumplimiento de esta ley, - por recurrentes crisis económicas y financieras globales -, el gobierno en 2009 optó por la creación de la Ley 32 de 2009, la cual modifica el límite de déficit a 2,5 %, el actual gobierno de Juan Carlos Varela tiene como objetivo reducir el déficit del SPNF al 0,5% al término de su mandato en 2019, y la deuda pública al 34% del Producto Interno Bruto. (Oficina Económica y Comercial de España en Panamá, 2017, pág. 18)

Sin lugar a dudas el sector terciario, es el que más se destaca dentro de la economía panameña, como lo demuestra el Examen de Políticas Comerciales de Panamá, el cual manifiesta que “durante el periodo 2007-2013, el sector servicios ha

⁴ Ley de Responsabilidad Social Fiscal

sido el de mayor aporte al producto interno bruto de Panamá, representando el 74,3% del producto y con una tasa de crecimiento de 7,4 %, en promedio". (Organización Mundial del Comercio - OMC, 2014, pág. 24) Este sector abarca actividades de comercio al por mayor y al por menor, transporte, almacenamiento y comunicaciones, hoteles y restaurantes y la intermediación financiera, de los cuales sobresalen las operaciones comerciales de la Zona Libre de Colón, el sector marítimo y logístico, y el sector financiero.

La cuenta corriente de balanza de pagos entre 2014 y 2017 ha registrado cifras negativas, principalmente impulsadas por el exceso de importación de bienes de consumo; dentro de esta cuenta, la balanza de servicios se destaca por sus números positivos, sobresaliendo las exportaciones de servicios de la Autoridad del Canal de Panamá. En 2014 la cuenta corriente totalizó \$ -6,679.3 millones de dólares y en 2017 \$ -3,035.9 millones de dólares lo cual equivale a una variación porcentual de 55 % y una mejoría de \$ 3.643 millones de dólares. Por el contrario la cuenta de capital y financiera registra constantes cifras positivas, para el 2014 \$ 5,019.7 millones de dólares y para 2017 \$ 6,437.3 millones de dólares con variación de 28 % y \$ 1.417,60 millones de dólares. (Contraloría General de la República, 2018)

Por otro lado Panamá es un ***paraíso fiscal***, por motivo de que se desarrolló como un gran centro de comercio a escala internacional y un importante punto de atracción para el sector financiero. La banca es el sector estrella de la economía panameña, alimentada por el desarrollo de leyes bancarias afines a los objetivos del capital financiero. Este país ha sido -y es- terreno abonado para los delitos de fraude fiscal, blanqueo de dinero y estafas financieras. Entre las causas, cabe destacarse que su jurisdicción acepta la confidencialidad de documentos o registros, lo que permite que tanto empresas multinacionales como personas residentes en países con regímenes tributarios impositivos, puedan utilizar dichos mecanismos para transferir fondos y ocultar la información. (Ámbito, 2016)

Motivo por el cual la UE⁵, encargada de determinar las listas negras de los paraísos fiscales, se basa en una serie de criterios como: falta de transparencia y la existencia de regímenes fiscales preferenciales, donde Panamá se vio involucrado por la falta de transparencia legal y política. Razón por la que el país tuvo que llegar a un acuerdo con la (UE) para ser eliminado de dicha lista. Esto con el fin de que el gobierno panameño se comprometiera a blindar un sistema financiero y ante la OCDE⁶ a intercambiar información tributaria de manera automática con más de un centenar de países. (El nuevo diario, 2018)

Panamá, ha sido denominado por el FMI, como centro financiero offshore el cual permite disminuir o eliminar la carga fiscal, pues esta modalidad en particular permite realizar actividades económicas fuera del país donde reside y del mismo modo hacer parte de sociedades anónimas sin restricción alguna. (ABC Economía, 2016)

3. Análisis DOFA del caso

En este apartado se pretende abordar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de Panamá, que se identificaron en el sector de perfumería y cosméticos durante la misión académica realizada a dicho país; con el fin de determinar las posibles estrategias que se deberían implementar para el desarrollo y crecimiento productivo del sector objeto de estudio y así mismo de la economía. Seguido a esto, se realizará el contraste con la situación del sector y la economía colombiana, donde, de igual manera, se detallarán tácticas factibles que permitan aportar al mejoramiento del país y a la internacionalización de la actividad en mención.

⁵ Unión Europea

⁶ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Tabla 1
Análisis DOFA comparativo

Panamá	Colombia
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desigualdad social por abandono de instituciones gubernamentales - La seguridad jurídica no es eficiente - Limitante en el idioma inglés - Falta de mano de obra calificada 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa alta de desempleo - Poca infraestructura vial, ferroviaria y portuaria. - Atraso tecnológico - Tasas impositivas altas frente al patrimonio o capital social - Limitante en el idioma inglés
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beneficios de la Zona Libre de Colón - Apertura comercial - Turismo en auge - Creación de empresas fácilmente - Panamá depende de grandes niveles de productos importados 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integración de mercados - Riqueza de recursos naturales lo que obtención de materias primas - Crecimiento de la inversión extranjera - Respeto por la propiedad privada e intelectual
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alto reconocimiento en la cadena logística - Óptima estructura portuaria - Potencia para el comercio - Establecimiento de zonas económicas especiales - Evolución del turismo 	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acuerdo de Paz con las FARC - Economía diversificada - Sistema financiero sólido - Miembro OCDE - Innovación y emprendimiento en auge

Amenazas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Tachado como paraíso fiscal - Alto nivel de competidores internacionales - Inestabilidad económica a nivel mundial - TLC Colombia sin entrar en vigencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis migratoria - Nivel alto de corrupción - Desconfianza de inversionistas - Inestabilidad económica a nivel mundial - TLC Panamá sin entrar en vigencia

3.1 Descripción Estratégica.

Basándose en lo expuesto anteriormente al análisis DOFA se pueden describir tácticas que ayuden a Colombia a fortalecer el sector de perfumería y cosméticos. A lo largo del desarrollo del artículo se ha mencionado la importancia de la **Zona Libre de Colón**, pues en este lugar es donde se encuentran ubicadas la mayoría de las empresas pertenecientes al nicho de mercado y además cuenta con un régimen de exención tributaria, los cuales le conceden la posibilidad de ampliar sus vínculos transaccionales con los consumidores y proveedores nacionales e internacionales.

Cabe resaltar que Colombia cuenta con entidades gubernamentales que apoyan cada uno de los sectores de la economía, con el objetivo de producir un desarrollo integro de todos los sectores y a su vez que la economía colombiana tenga un progreso significativo. No obstante, el país cuenta con una tasa alta de desempleo - la segunda más alta de América Latina- y es necesario que se tomen medidas frente a esta problemática, dentro de las cuales, es de vital importancia fortalecer el sistema educativo, capacitar la mano de obra para el fortalecimiento del mercado interno que permita la creación de empresas nacionales que fomenten la equidad de género, transformen la estructura productiva y disminuyan la desigualdad socioeconómica.

Por consiguiente Panamá debe trabajar en potenciar e incentivar el emprendimiento empresarial, estimulando la innovación para contrarrestar la

competencia dentro del sector. A su vez Colombia debe promover la creación de empresas fácil y ágilmente, ya que esta le permitirá incrementar su actividad económica y potenciar a su vez el comercio de artículos de tocador y belleza. Adicionalmente, un factor que es necesario que los países tengan en cuenta, es la capacitación laboral, donde se indiquen los lineamientos técnicos y sanitarios que permitan la elaboración de productos de manera correcta, frente a las exigentes normas internacionales, como estrategia para fortalecer el sector.

En cuestión de zonas marítimas y portuarias, Colombia y Panamá tienen variedad de terminales importantes ubicados estratégicamente en zonas del océano Pacífico y del océano Atlántico, donde se llevan a cabo actividades logísticas que aportan e incentivan el crecimiento económico, sin embargo se debe trabajar en la mejoría de sus servicios y procesos de acompañamiento logístico. Por un lado, Colombia debe trabajar en pro de generar un mejor servicio y acompañamiento portuario, mejorando la relación de tiempos de entrega y costos a la cadena de distribución física internacional, así mismo reestructurar la infraestructura vial y ferroviaria que complementa la actividad portuaria, tal como sucede en el caso panameño. Panamá cuenta con una gran infraestructura portuaria, pero le hace falta fortalecer el reconocimiento de la misma, de igual modo debe continuar expandiendo su centro logístico y fortaleciendo aún más la Zona Libre de Colón lo que permite al sector perfumes y cosméticos mejorar el intercambio comercial.

Por otra parte, Colombia es un país privilegiado por sus riquezas naturales, por su variedad, belleza geográfica y por la diversidad de sus ecosistemas, lo cual lo hace ser atractivo, ya que cuenta con diferentes materias primas para ser un país potencial en la obtención de extractos vegetales y de aceites esenciales; aprovechando la riqueza natural que posee el país, su gran variedad de plantas aromáticas y ornamentales para conseguir estos componentes que ayuden a la fabricación de perfumes y cosméticos originales basándose en ingredientes naturales reduciendo el uso excesivo de químicos en el sector, y generando una explotación limpia de la misma que promuevan el fortalecimiento y la expansión de las empresas colombianas.

Es importante resaltar que ser miembro de la OCDE trae múltiples beneficios a Colombia a nivel mundial, ya que muchos países dirigen su mirada al nuevo miembro de esta organización, que para lograr entrar, debió someterse a evaluaciones por partes de los comités, donde implementó varias medidas políticas fiscales, tributarias, legales, entre otras; que favorecen la calidad de vida de los ciudadanos, la economía y por ende genera más confianza a los inversionistas. A su vez la integración de mercados, es una gran oportunidad para el país, pues Colombia cuenta con más 15 Tratados de Libre Comercio vigentes y 2 suscritos - Israel y Panamá - , los cuales en materia de comercio lo hacen ser más productivo.

Finalmente ambos países podrían seguir trascendiendo en el idioma universal de los negocios - inglés - aprovechando la apertura comercial en la que han estado incursionando en los últimos años y así mismo disminuir brechas que impiden la facilitación del comercio con otros países. Al igual, una vez que el TLC entre Colombia y Panamá entre en vigencia, es vital incentivar el intercambio de bienes y servicios para fortalecer los lazos comerciales.

Conclusiones

Se puede concluir que Panamá es un país que ofrece grandes oportunidades en materia de distribución física internacional para Colombia, pues cuenta con grandes centros y corredores logísticos, los cuales transitan cantidades y sumas considerables de mercancías. Como se conoce actualmente Panamá y Colombia no cuentan con un tratado de libre comercio, motivo por el cual los ha llevado a estar en discusión por mucho tiempo, si ambas partes llegan a un pacto frente al tema de arancelario y controles aduaneros que le está aplicando Colombia a Panamá a las importaciones provenientes de la Zona Libre de Colon, probablemente se pueda poner en marcha este tratado que beneficiara a ambos países; por el lado de Panamá, recibiría desde Colombia más productos fabricados con mano de obra nacional y abastecería aún más el sector, ofreciendo a los distribuidores y consumidores mayor variedad de productos de calidad dentro del sector a un menor costo, puesto que por la cercanía de ambos países, se reducirían tiempos de tránsito, costos de transporte y demás asociados a la operación logística y comercial; por el lado de Colombia, lograra importar productos de perfumería y cosmética a un menor costo, teniendo en cuenta la agilidad del servicio aduanero que ofrece Panamá y la cercanía geográfica, permitiría abastecer al sector de artículos originales, reduciendo así la presencia y la necesidad de fabricar y distribuir imitaciones y réplicas.

Cabe resaltar que el sector de perfumería y cosméticos es atractivo para Colombia, pues este nicho de mercado es representativo dentro de la economía y además es uno de los más demandados por los ciudadanos colombianos, pues han ingresado varias plantas de producción a la ciudad capital del país que ha ampliado la variedad de productos a ofrecer, debido a estos acontecimientos, se debe aprovechar las ventajas que la logística panameña ofrece, pues, si se exportan productos hacia Panamá y específicamente la Zona libre de Colon, se pueden dar a conocer los bienes producidos y de igual manera ofrecer a consumidor panameño y al turista, variadas opciones de perfumes y cosméticos, enfrentándose frente a los productos europeos y

norteamericanos, que si bien son reconocidos por su calidad y originalidad también tienen precios elevados para los consumidores.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta que Panamá y Colombia cuenta con un TLC que aún no entra en vigencia, es necesario que las partes involucradas, solucionen cualquier tipo de disyuntiva legal y/o comercial que no les haya permitido dar inicio a este acuerdo que beneficiaría en gran medida a ambos países, puesto que, como se ha evidenciado en el cuerpo del artículo, los países realizan intercambios comerciales de importantes cifras, las cuales podrían experimentar un incremento, al promover la firma de tan importante acuerdo.

En Colombia se deben aprovechar las zonas francas y lugares estratégicos para posicionar el sector, donde se les ofrezcan a los empresarios y/o inversionistas beneficios tributarios y comerciales. Considerando que se debe poner gran atención a los sectores en los que el país no es mayormente productivo y se le brinden oportunidades para su crecimiento e internacionalización; es importante trabajar más a fondo con los empresarios, capacitándolos en pro de incentivar al mercado y buscar nuevos aliados estratégicos que permitan el crecimiento del sector, donde se dé lugar a la innovación como factor que ayude a mejorar su posicionamiento y participación en la economía y así mismo su internacionalización inicialmente con el país vecino, conociendo el proceso y los requisitos exigidos para llevar a cabo dicho proceso.

Para ampliar un poco más la información de este artículo y entender de mejor manera la situación política y económica de los países involucrados en la investigación, sería de gran ayuda que el lector se apoyara en fuentes gubernamentales de Panamá y Colombia donde se expongan temas como: tratados de libre comercio, integración económica de cada país, actividad logística y portuaria de ambas partes y entre otras que se consideren necesarias.

Bibliografía

- ABC Economía. (04 de Abril de 2016). *¿Qué son las sociedades offshore?* Recuperado el 13 de Septiembre de 2018, de <https://www.abc.es/economia/20150303/abci-sociedad-offshore-201503021319.html>
- Ámbito. (4 de Abril de 2016). *Cómo Panamá se convirtió en un paraíso fiscal.* Recuperado el 19 de Agosto de 2018, de Economía: <http://www.ambito.com/833754-como-panama-se-convirtio-en-un-paraíso-fiscal-19/04/18>
- Consejo de la Industria de Cosméticos, aseo personal y cuidado del hogar de Latinoamérica. (s.f). *Nosotros.* Recuperado el 23 de Agosto de 2018, de CASIC Latinoamerica: <http://www.casic-la.org/spa/03-empresa/01-quienes.php>
- Contraloría General de la República. (20 de Enero de 2018). *Publicaciones - Balanza de Pagos de Panamá: Años 2014-16.* Recuperado el 9 de Septiembre de 2018, de CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO: <https://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P8531Cuadro%20341-04.pdf>
- Contraloría General de la República. (20 de Junio de 2018). *Publicaciones - Balanza de pagos de Panamá: Años 2016-17 y Primer Trimestre 2018.* Recuperado el 9 de Septiembre de 2018, de CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSO: <https://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P8841Cuadro%204.%20Resumen%20por%20Sector.pdf>
- El nuevo diario. (23 de Enero de 2018). *La Unión Europea retira a Panamá y otros siete países de lista negra de paraísos fiscales.* Recuperado el 24 de Agosto de 2018, de Centroamerica: <https://www.elnuevodiario.com.ni/internacionales/centroamerica/453604-union-europea-retira-panama-otros-siete-paises-lis/>
- Oficina Económica y Comercial de España en Panamá. (2017). *Estudios e informes - Informe económico y comercial. Panamá 2017.* Recuperado el 7 de Septiembre de 2018, de ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017736836.html?idPais=PA>
- Organización Mundial del Comercio - OMC. (14 de Octubre de 2014). *Examen de las políticas comerciales - Informe de gobierno - Panamá.* Recuperado el 1 de Septiembre de 2018, de Organización Mundial del Comercio: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=S&CatalogueIdList=127724,125292,80043,59078&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True
- Organización Mundial del Comercio - OMC. (14 de Octubre de 2014). *Examen de las políticas comerciales - Informe de secretaria - Panamá.* Recuperado el 2 de Septiembre de 2018, de Organización Mundial del Comercio: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=S&CatalogueIdList=127724,125292,80043,59078&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True

DP.aspx?language=S&CatalogueIdList=127725%2c125291%2c25126%2c77718&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True

Portafolio. (21 de Mayo de 2017). *Bogotá, el gran centro de la industria cosmética colombiana.*

Recuperado el 15 de Septiembre de 2018, de Negocios:

<http://www.portafolio.co/negocios/bogota-el-gran-centro-de-la-industria-cosmetica-colombiana-506101>

The Observatory of Economic Complexity. (s.f). *Perfumery and cosmetics.* Recuperado el 13 de Agosto de 2018, de OEC: <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/sitc/5530/>

Trade Map. (s.f). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia (Espejo).*

Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de Trade Map:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|170|||33||2|1|2|2|2|1|2|1|1

Trade Map. (s.f). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Panamá (Espejo).*

Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de Trade Map:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|591|||33||2|1|2|2|2|1|2|1|1

Trade Map. (s.f). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Colombia (Espejo).*

Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de Trade Map:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|170|||33||2|1|2|1|2|1|2|1|1

Trade Map. (s.f). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Panamá (Espejo).*

Recuperado el 19 de Octubre de 2018, de Trade Map:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|591|||33||2|1|2|1|2|1|2|1|1

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
Panamá Y Colombia: Análisis Comparativo del Sector De Perfumes Y Cosméticos		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Hernández Torres	Julieth Natalia	
Osorio Franco	Karen Daniela	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Chaves Beltran	Luisa Andrea	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Finanzas y Comercio Exterior 22 G1	Pregrado	x
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá D.C	2018	18
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Comercio	Commerce	
Cosméticos	Cosmetics	
Infraestructura	Infrastructure	
Integración	Integration	
Panamá	Panama	
Perfumes	Perfumes	
Zona libre de Colon	Colon free zone	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>En el presente artículo de reflexión se abordan distintos temas que permiten conocer y comprender el comportamiento del sector de perfumería y cosméticos en Panamá y Colombia, donde principalmente, se realiza la respectiva descripción del sector objeto de estudio, en el cual se detallan los principales países consumidores y/o proveedores de esta clase de productos. Seguido a esto, se exponen las políticas comerciales de Panamá, las cuales dan a conocer el estado del país en temas de desarrollo y estabilidad económica, tomando como referente, los exámenes de políticas comerciales realizados por la Organización Mundial del Comercio. Por último, se elabora un análisis DOFA del sector y de Panamá, donde se indican estrategias para fortalecer el mercado panameño, de igual forma, se expresan observaciones en relación al sector en Colombia, las cuales se pueden aplicar para realizar cambios y ajustes positivos, que permitan ampliar la internacionalización de los productos de perfumería y cosméticos.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Julieth Natalia Hernández Torres con C.C. N° 1.233.689.980 de Bogotá,

Karen Daniela Osorio Franco con C.C. N° 1.069.761.382 de Fusagasugá

Actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título Panamá y Colombia: Análisis comparativo del sector de perfumes y cosméticos elaborada para efectos de optar por el título (optar por el título) (participar en el seminario o evento), de Profesional en Finanzas y Comercio Exterior (Programa académico)


Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

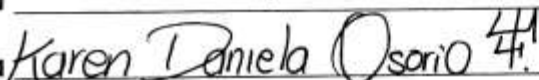
El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá D.C., el año 2018 del mes 09 a los 21 días.

FIRMA

Firma  C.C. 1.233.689.980 Bogotá

Firma  C.C. 1.069.761.382 Fusagasugá