

Inteligencia de Mercados/ Cultura de Negocios de Panamá**Panamá: un destino en auge para consolidar negocios**

Por: Legiscomex.com

Octubre 9 del 2013

El país centroamericano es el segundo destino de las exportaciones colombianas en Latinoamérica y representa cerca del 5% del total al mundo. La alta influencia norteamericana y la preferencia por asumir riesgos en conjunto son características del empresario panameño.

Panamá es un país que cuenta con 3.723.821 habitantes y una gran diversidad cultural y religiosa. Según el último censo realizado, la población está conformada por un 70% de mestizos, 10% blancos, 12% mulatos y 8% indígenas.

Es un país bilingüe donde el idioma oficial es el español y el 80% de su población domina el inglés, producto de la alta influencia norteamericana que dejó la construcción del Canal de Panamá por parte de EE UU. La moneda oficial del país centroamericano es el Balboa, sin embargo, el dólar estadounidense tiene su mismo valor y es aceptada como legal.

Este país cuenta con un sistema de gobierno democrático, que garantiza estabilidad y seguridad a los inversionistas tanto nacionales como extranjeros en sus negociaciones.

Según la Embajada de Panamá en Colombia, en este país existe un ambiente favorable para la inversión extranjera. Entre los atractivos para los empresarios se destacan el Canal de Panamá, la Zona Libre de Colón, la Autoridad del Canal de Panamá, las Zonas Procesadoras, además de la vigencia del dólar como moneda de curso legal.

Es importante que, para llevar a cabo cualquier negocio o para iniciar relaciones de acercamiento con los panameños, los empresarios extranjeros busquen la ayuda y el asesoramiento de entidades que le sirvan como guía para lograr el objetivo esperado.

Características del empresario panameño

Los empresarios del país del istmo se caracterizan por colaborar comercialmente con empresas que deseen abrir mercados y estén dispuestas a posicionar su marca en franca colaboración comercial con su distribuidor, efectuando inversiones para el mercado competitivo y agresivo de Panamá. Esto quiere decir que ambos, tanto el distribuidor panameño como el proveedor colombiano, se arriesgan conjuntamente en el momento de poner un producto en el mercado local, con lo cual los beneficios o las pérdidas corren por cuenta de ambas partes.

El empresario panameño tiene mucha experiencia en las operaciones de importación y exportación, así como también uno de sus rasgos característicos es el de pedir exclusividad en el producto que se les está ofreciendo. Acompañado de lo anterior, privilegian a una empresa que les brinda apoyo para realizar promociones en mercado.

Los procesos de negociación se suelen realizar en la capital, que concentra la población con mayor poder adquisitivo. Están abiertos a diversificar hacia segmentos de mercado que no son de su especialidad.

Al tener este país una cultura altamente influenciada por EE UU, es conveniente tener discreción al momento de referirse a los estadounidenses y no decir que son "americanos", ya que ellos también lo son. Por lo anterior, se hace imprescindible presentar documentos y certificaciones en

inglés, idioma clave al momento de emprender relaciones comerciales con empresarios de este país.

Estrategia de negociación

Una de las características del negociador panameño es que, para rehusar una oferta, responde con expresiones tales como “es posible” o “lo estudiaremos. Un “sí” tendrá que esperar a la firma del contrato para que sea definitivo.

El intercambio de tarjetas de presentación empresarial es muy común, para lo cual es importante disponer de ellas impresas en inglés y en español.

Por otro lado, haber tenido experiencia en negociaciones comerciales con empresarios de EE UU es de gran ayuda como soporte para conseguir, con éxito, un acuerdo con los panameños.

Según Eduardo Cristo, presidente de la Cámara Colombo Panameña, los habitantes de este país tienen una idiosincrasia costeña, para lo cual tener buenas relaciones personales es un factor importante, ya que el empresario busca familiaridad y confianza.

De igual manera, la negociación debe estar focalizada en ofrecer a la contraparte la idea de conseguir beneficios mutuos entre las empresas, así como resaltar, de ser posible, la existencia de compatibilidad entre ambas. Por lo general, luego de llegar a un acuerdo, las condiciones de pago son de 90 a 120 días.

Según la revista Mercadotecnia Global, el ritmo de las negociaciones con los panameños es lento, por lo que es necesario tener paciencia y hacer seguimiento constante. Igualmente, afirma que es aconsejable anteponer la firma del contrato para asegurar y concretar el negocio.

Otro factor común en los empresarios de este país centroamericano es el de pedir rebaja en los precios, así como el de acomodar el resultado de la negociación a su favor.

Vestuario

En reuniones de negocios formales, los hombres deben vestir con traje y corbata y las mujeres, traje de chaqueta. En ambientes más informales está muy generalizado el uso de camiseta o una camisa ligera, de cuello abierto, que se deja caer por encima del pantalón. Los *pants*, *shorts*, *jeans* o camisas tropicales son apropiados para vestir casualmente en la ciudad. Sin embargo, no se usan en el contexto de una empresa.

Saludo y presentación

Se aconseja ser un poco formal con el saludo y utilizar “buenos días” o “buenas tardes” en lugar de “hola”.

En cuanto a la puntualidad, los panameños no son muy estrictos en las citas, por lo que llegar media hora tarde es normal. Sin embargo, según el presidente de la Cámara Comercio Colombo Panameña, a pesar de no cumplir estrictamente con el horario acordado, les molesta el incumplimiento con sus pedidos, con las reglas de juego pactadas desde un comienzo y o que los productos no cumplan con las especificaciones solicitadas inicialmente.

Es recomendable no tocar temas de conversación relacionados con política, narcotráfico o religión, ya que no son muy usuales y pueden incomodar a la contraparte. En su lugar, se pueden hablar de temas tales como la familia, aficiones, deportes, e intereses o actualidad nacional o mundial.

Horarios

Comercio: 9:30 a 19:00 horas en jornada continua. El comercio está abierto igualmente los domingos de 9:30 a 19:00 horas.

Bancos: 8:30 a 15:00 horas. Los cajeros automáticos están a disposición de los usuarios 24 horas al día.

Oficinas públicas: 7:30 a 15:30 horas.

Otros datos a tener en cuenta:

- Los desayunos y los almuerzos son espacios idóneos para realizar negocios.
- El plato nacional por excelencia de Panamá es el sancocho.
- Otros platos típicos son los tamales, pasta de maíz rellena de carne y envuelta en hojas de plátano; el guacho, arroz con pollo; el tamal de olla, y un estofado de arroz con mariscos; las carimañolas, tomates y pollo en harina de maíz.
- La extensión total del área de Panamá es de 78.200 km². 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.

Días festivos

Día	Celebración
1º de enero	Celebración año nuevo
9 de enero	Día de los Mártires
24 de Febrero	Martes de Carnaval (feriado movible)
9 de Abril	Viernes Santo (Sujeto a cambio)
1 de Mayo	Día del Trabajo (sujeto a cambio)
3 de Noviembre	Separación de Panamá de Colombia (sujeto a cambio)
10 de Noviembre	Primer Grito de Independencia (sujeto a cambio)
28 de Noviembre	Independencia de Panamá de España (sujeto a cambio)
2 de Diciembre	Día de los Difuntos
8 de Diciembre	Día de la Madre
25 de Diciembre	Navidad

Fuente: Embajada de Panamá en Colombia, elaborado por Legiscomex.com