

Inteligencia de mercados/Perfil Económico y Comercial de Panamá

Canales de comercialización

Por: Legiscomex.com

Abril del 2017

En Panamá el uso de los canales de distribución varía de acuerdo con el sector. Es usual que para la industria de confecciones, partes de automóviles y productos de hardware, el importador directo sea el mismo vendedor al por mayor y al detal, según un estudio realizado por Proexport.

Para alimentos, medicamentos y productos de consumo masivo, la figura que realiza las ventas al por mayor es diferente a las ventas al detal, es decir, estas operaciones se realizan independientemente.

Con relación a los productos industriales, la figura de “distribuidores” o “agentes locales exclusivos” es la que se encarga de las ventas. Sin embargo, en algunos casos, las firmas locales identifican los productores y realizan directamente las compras.

Dados los beneficios otorgados por la Zona Libre de Colón, algunos de los grandes importadores de Panamá son distribuidores que se ubican en esta área y que tienen relación directa con las ventas al por menor de los almacenes de la ciudad.

Según la fuente citada anteriormente, Ciudad de Panamá concentra el 65% de las ventas nacionales de productos de consumo masivo. El 35% restante se distribuye en las ciudades de David, Santiago, Chitre y Colón.

De acuerdo con el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua (Mific), para obtener buenos resultados en el mercado panameño, es necesario contar con unos factores clave como calidad, servicio al cliente, reconocimiento de la marca y un empaque atractivo. Adicionalmente, es importante contar con fuertes estrategias de mercadeo y ofrecer un excelente servicio posventa.

Material de consulta
LEGISCOMEX.com