



Perfil de mercado -Ropa para niños y bebés-



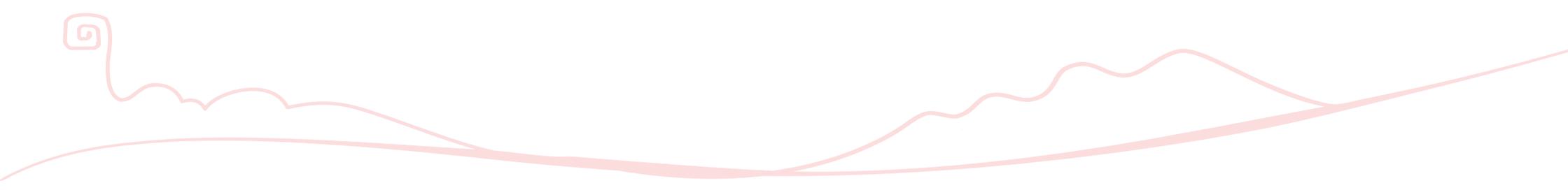
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

01. Mercado	4
02. Condiciones de acceso	26
03. Distribución y canales de comercialización	33
04. Datos de contacto de importadores	35
05. Fuentes de información	37



01

Mercado

1.1 Tamaño de mercado (demanda del producto específico)

En el vasto y diversificado sector de la moda en Panamá, el mercado de las prendas de vestir para niños/as y bebés es amplio, si se toma en cuenta que pueden encontrarse diversos productos que cumplen con la misma función pero se ofrecen en distinta calidad y precio. El 61% de la mercadería importada que recibe la economía panameña proviene de la Zona Libre de Colón. En cifras totales, en el 2013 las importaciones de este segmento

(prendas de vestir de niños/as y bebés) fueron del orden de USD 15,6 millones según la Contraloría General de la República de Panamá.

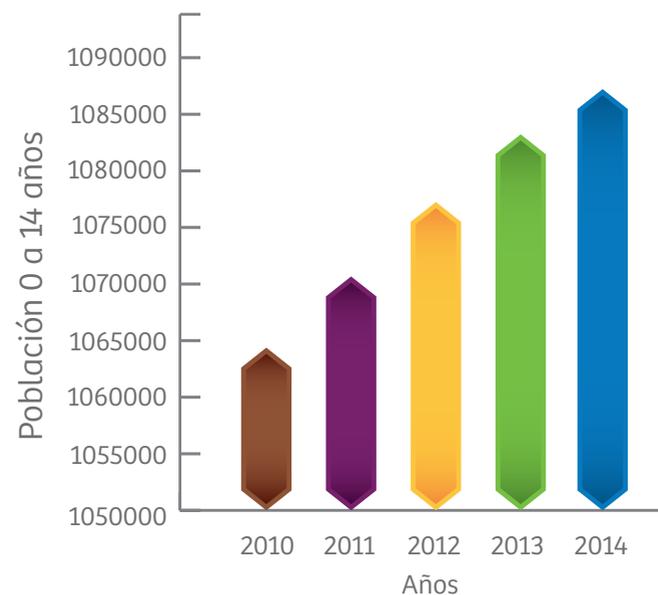
Tomando como referencia el censo de población del año 2010 realizado por la Contraloría General de la República, la población que comprende el segmento bebés hasta niños/as representa el 29,2% de la población total de Panamá (3 405 813 habitantes) y en los últimos años este porcentaje ha ido en ascenso. Esta población de infantes y niños se divide como se indica en las tablas 1 y 2:

Tabla 1. Población de bebés y niños en La República de Panamá. Años 2010 al 2014.

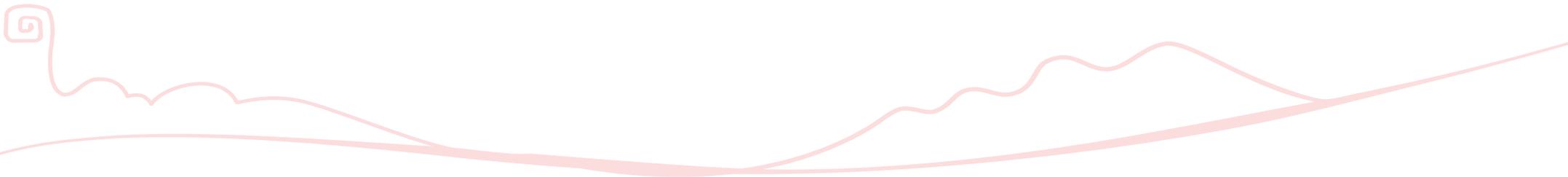
	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL	1 064 657	1 071 235	1 077 474	1 082 973	1 087 657
0-4	363 980	364 783	366 104	367 619	368 852
5-9	357 600	359 106	360 379	361 396	362 185
10-14	343 077	347 346	350 991	353 958	356 620

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

Tabla 2. Tasa de natalidad de La República de Panamá. Años 2010 a 2014.



Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.



El ciudadano panameño es apasionado con las compras, más aun si tenemos en cuenta que la moda es un comercio que opera sin descanso los siete días a la semana e incluso feriados, por lo que las constantes promociones y los precios bajos motivan a los compradores a visitar los centros comerciales en los que las tiendas populares de grandes superficies y con diversos departamentos ofrecen ropa a precios desde USD 0,99 para los estratos socioeconómicos de menor ingreso.

Existen meses en el año con mayor demanda en el consumo de bienes y servicios gracias a un pago adicional que recibe todo aquel que trabaja formalmente en Panamá. Esta bonificación, llamada el “décimo tercer mes”, representa el salario mensual de cada empleado, el cual es distribuido en 3 partes: la primera parte se entrega en el mes de marzo, la segunda, en agosto, y la tercera, en diciembre.

Otra demanda extraordinaria iniciada en 2013 se debe a la celebración al estilo norteamericano del “viernes negro” o Black Friday, consistente en que el último viernes de noviembre muchas

tiendas abren sus puertas en horario extendido y con grandes ofertas que pueden alcanzar descuentos hasta del 70%. En aquella única fecha dicha actividad generó ventas del orden de los USD 15 millones¹.

En la actualidad, Panamá no tiene una industria de consumo masivo que fabrique ropa para bebés y niños, solo existe un comercio artesanal informal en el interior del país dedicado a la confección y venta de ropa, sábanas y otras costuras para bebés recién nacidos. La Zona Libre de Colón ha liderado la importación de textiles de diversos países del mundo.

Para satisfacer la demanda de los segmentos socioeconómicos medios y altos existen también tiendas especializadas o *boutiques* que venden ropa exclusiva para bebés, niños y niñas, en donde la calidad de dicho producto es notablemente superior a la que se puede encontrar en los almacenes de gran superficie que venden ropa a gran volumen gracias a sus precios bajos. A continuación detallamos una selección de los almacenes dedicados a este segmento:

Tabla 3. Listado de empresas que venden al detalle ropa de niños y bebés en La Ciudad de Panamá.

Boutiques y tiendas exclusivas	Almacenes de gran superficie por departamentos
Baby patisserie Panamá	Aliss
Boutique Peques	Collins
Boutique Pili Carrera	Conway
Boutique Pipiolos	Dorians*
Chachai Baby Boutique	El Campeon*
Dabé	El Costo*
EPK	El Titán*
Fox Kids	Farmacias Arrocha
Kids Republic	Felix B. Maduro
La Canastilla Ideal	Gap
Maroma	La Oca Loca*
Mother Care	Madisson Store*
Sofi´s Closet	Poppy´s
Tommy Hilfiger Kids	Steven´s
Traviesos	Zara

*Tiendas con precios populares desde USD 0,99.
Fuente: observación en calle.

¹ <http://www.prensa.com/impreso/economia/comercio-y-su-mes-negro/422268>

Tabla 4. Listado de empresas que importan, reexportan y venden al por mayor ropa de niños y bebés en la Ciudad de Colón. Zona Libre.

Almacenes de Zona Libre - Importadores	
American Studios	http://www.americanstudios.com/
Benco Intenacional	http://www.bencoint.com/
Candies	http://candies@sisa.com/
EK Fashion, S. A.	http://www.addys-sox.com/
Everfit	http://www.everfit.com/
Furor Clothing, Co.	http://ventas1@furorclothing.com/
Gran Éxito, S. A.	http://www.wakids.com.pa/
Hamgl, S. A.	http://www.hamzisa.com/
La Linda Internacional	http://www.lalinda.com.pa/olk
Mays' s Zona Libre	http://www.mayszl.com/
Mini Clouer	http://www.miniclover.com/
Moda Studio	http://administrador@modastudiozl.com/
New Line Fashion	http://ventas@newlinefashion.com/
Royco, S. A.	http://www.roycosa.com/
Vertigo Zona Libre	http://vertigo@vertigozl.com/

Fuente: www.colonfreezone.com

1.1.1 Producción nacional

La moda en Panamá continúa siendo influenciada por Estados Unidos y Europa. Los diseñadores locales siguen siendo artistas de taller y por encargo (no hay mercado que valore su trabajo), es decir, aún no hay industrialización en este sector.

Las clases alta y media del país suelen recurrir a la ropa de marcas reconocidas internacionalmente; la clase baja, por su parte, se beneficia de la oferta procedente de China y Hong Kong que ingresa por medio de la Zona Libre de Colón y surte a las tiendas de gran superficie establecidas en Panamá.

Panamá también se dedica a reexportar mercancías a otros países de la región. Por ejemplo, las exportaciones textiles desde la Zona de Colón tienen como mercados objetivos a Venezuela y Colombia. Aunque cabe señalar que con Venezuela tiene una disputa comercial por el no pago de USD 1 200 millones, y con Colombia afronta serios problemas al haberse incrementado los aranceles colombianos para los productos textiles provenientes de la Zona de Colón.

Esta delicada situación, sumada a la crisis económica que afecta a más de tres mil empresas usuarias establecidas en dicha zona franca, ha conllevado la búsqueda de soluciones como la comercialización de productos a través de Internet y la venta a los turistas extranjeros, una actividad similar a la que se realiza en el Aeropuerto Internacional de Tocumen.

Las confecciones son dominadas por un grupo empresas locales, en su mayoría pymes, las cuales ofrecen uniformes para colegios, empresas, instituciones de gobierno y profesiones diversas, encargándose directamente de la fabricación y comercialización de sus productos. La confección de prendas para niños y bebés no es parte de su actividad principal por lo que no existen empresas dedicadas por completo a este segmento. Algunas de las empresas que fabrican o confeccionan ropa en general y uniformes escolares en Panamá son:

Tabla 5. Empresas ropa caballeros, damas y uniformes escolares.

Cadena	Descripción	Contacto
Gouil, S. A.	Empresa familiar dedicada a la confección de uniformes escolares (marca Gouil), los cuales se venden en las catorce tiendas por departamento de los supermercados El Machetazo (perteneciente al mismo grupo comercial).	http://www.elmachtetazo.com/
Industrias Modernas, S. A.	Desde 1967 se dedica a la confección de ropa interior (<i>brassieres</i>) y de dormir para damas y niñas. Distribuye de manera exclusiva su marca líder CAPRICE para América Latina y el Caribe. Tienen la representación y distribución de los productos Maidenform, Flexees y Lilyette para Panamá y Zona Libre de Colón.	http://www.capricelingerie.com/
T-shirt Interamérica	Empresa dedicada al negocio de los artículos promocionales. Fabrica e importa <i>t-shirts</i> , camisas, blusas y otros para venderlos a empresas y particulares quienes requieren el servicio de bordados y serigrafías. Tienen seis tiendas en la capital.	http://www.t-shirts-pty.com/
Fermín Chan, S. A.	Fabricantes de jeans, sábanas, uniformes de trabajo, uniformes para colegios, ropa de hospital entre otros. Tienen su fábrica y tienda desde la cual venden sus productos en la capital.	http://www.ferminchan.com/
Confecciones Comodoro	Empresa confeccionista de uniformes para empresas y profesiones diversas.	ventas@guayaberas.net
Tejidos y Confecciones S. A.	Fabricantes de la marca de uniformes escolares Durex. También fabrican uniformes para empresas, camisas, pantalones, guayaberas. Fabrican diversas marcas de ropa de las cuales tienen las licencias. También fabrican ropa de bebé.	http://www.teyco.com/

Fuente: elaboración propia en base a información extraída de Publicar-Panamá.



1.1.2 Importaciones

En esta ficha producto se detallará las importaciones que llegan a Panamá de productos textiles (ropa) para niños/as y bebés. Existe una amplia variedad de productos que se definen en este ramo arancelario, principalmente detallados en los capítulos arancelarios n.os 61 y 62.

Se entenderá en este análisis como ropa para niño/a y bebés todo producto textil, ya sea en su totalidad o que incluya otro tipo de materiales adicionales, que sirva para cubrir la necesidad básica de vestimenta de este segmento de la población.

Debido a que la cantidad de importadores panameños en este rubro es muy amplia por cada una de las partidas arancelarias que se detallarán en el siguiente punto, se procurará presentar de manera concisa los diversos códigos arancelarios de estos productos y se dará a conocer los principales almacenes que venden estos productos en la ciudad capital.

Es importante mencionar que la Zona Libre de Colón es el principal puerto de llegada de esta mercadería, proveniente en casi su totalidad de China Continental, aunque también se listará al resto de países que son exportadores de este rubro a Panamá y, de ser posible, se presentará las cifras económicas a nivel general del mercado panameño de ropa para niños/as y bebés.

Importaciones por partida:

La clasificación arancelaria utilizada para analizar los datos de importación panameña y exportación peruana, se resume en las dos partidas arancelarias que se presentan a continuación y que hacen referencia a ropa infantil. Concretamente se refieren a ropa de bebé (recién nacido hasta los dos años) que haya sido confeccionada a partir de tejido de punto u otros.

Capítulos arancelarios:

Al no distinguir entre edades, el resto de codificaciones arancelarias del ámbito textil agrupa las prendas de ropa de niño con las de hombre y las de niña con las de mujer, ya sean confeccionadas con punto o con otros materiales. De este modo, al no diferenciarse el tallaje es difícil cuantificar qué proporción de camisas, vestidos, pantalones u otras prendas, hacen referencia al mercado infantil y cuáles son las relativas al de adultos.

Estadísticamente, un dato que nos permite comprender el valor del mercado de producto importado y los países proveedores de Panamá son las cifras que reporta la Contraloría General de la República de Panamá, los cuales detallamos de la tabla 6 a la 13:

61.11	Prendas y complementos (accesorios) de vestir de punto, para bebés.	Arancel
6111.20	De algodón:	
6111.20.10	Camisas de algodón hasta talla 4T.	15%
6111.20.90	Los demás.	10%
6111.30	De fibras sintéticas:	
6111.30.10	Camisas hasta talla 4T.	15%
6111.30.90	Los demás.	10%
6111.90	De las demás materias textiles:	
6111.90.10	Camisas hasta talla 4T.	15%
6111.90.90	Los demás.	10%
62.09	Prendas y complementos (accesorios) de vestir para bebés.	Arancel
6209.20.00	De algodón.	5%
6209.30.00	De fibra sintética.	10%
6209.90.00	De las demás materias textiles.	10%

**Tabla 6. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 61.11.20.10 (camisas de algodón para bebés hasta talla 4T).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Estados Unidos de América	573	573	15 527	39,00%
El Salvador	335	335	11 017	28,00%
China (Continental)	210	210	6 651	17,00%
Zona Libre de Colón (Panamá)	162	162	5 812	15,00%
España	5	5	328	1,00%
TOTAL	1 285	1 285	39 335	-

Fuente: Contraloría General de La República de Panamá.

**Tabla 7. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 61.11.20.90 (los demás).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Zona Libre de Colón (Panamá)	15 430	15 430	347 601	32,49%
China (Continental)	30 760	30 760	258 278	24,14%
Estados Unidos de América	10 323	10 323	182 062	17,02%
Hong Kong	5 582	5 582	108 886	10,18%
Perú	2 213	2 213	57 293	5,36%
Colombia	1 244	1 244	38 264	3,58%
El Salvador	834	834	25 197	2,36%
España	730	730	18 809	1,76%
Vietnam	409	409	11 860	1,11%
Japón	226	226	7 018	0,66%
Portugal	153	153	5 084	0,48%
Turquía	149	149	4 522	0,42%
Brasil	150	150	3 110	0,29%
Indonesia	59	59	1 908	0,18%
TOTAL	68 262	68 262	1 069 892	-

Fuente: Contraloría General de La República de Panamá.

**Tabla 8. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 61.11.30.10 (camisas para bebés hasta talla 4T).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Argentina	21	21	787	100,00%
TOTAL	21	21	787	-

Fuente: Contraloría General de La República de Panamá.

**Tabla 9. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 61.11.30.90 (los demás).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Zona Libre de Colón (Panamá)	5 861	5 861	186 452	52,20%
Estados Unidos de América	7 947	7 947	78 030	21,84%
Perú	4 132	4 132	66 178	18,53%
Hong Kong	718	718	11 691	3,27%
El Salvador	141	141	5 638	1,58%
Zonas procesadoras (Panamá)	63	63	2 172	0,61%
Brasil	51	51	1 786	0,50%
Colombia	52	52	1 871	0,52%
China (Continental)	34	34	851	0,24%
Indonesia	34	34	822	0,23%
Venezuela	20	20	613	0,17%
España	17	17	443	0,12%
Turquía	6	6	237	0,07%
Bulgaria	6	6	193	0,05%
Grecia	6	6	154	0,04%
Portugal	2	2	79	0,02%
TOTAL	19 090	19 090	357 210	-

Fuente: Contraloría General de La República de Panamá.

**Tabla 10. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 61.11.90.90 (los demás).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Estados Unidos de América	11 137	11 137	228 070	83,17%
Zona Libre de Colón (Panamá)	6 966	6 966	34 079	12,43%
Perú	352	352	6 338	2,31%
España	400	400	5 356	1,95%
Alemania	12	12	288	0,11%
Portugal	1	1	97	0,04%
TOTAL	18 868	18 868	274 228	

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

**Tabla 11. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 62.09.20.00 (Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés, de algodón).**

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Zona Libre de Colón (Panamá)	195 161	195 161	2 468 842	58,57%
Estados Unidos de América	45 274	45 274	938 453	22,26%
Hong Kong	9 858	9 858	285 029	6,76%
Colombia	4 033	4 033	228 850	5,43%
España	2 075	2 075	129 587	3,07%

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Perú	6 668	6 668	112 992	2,68%
China (Continental)	1 359	1 359	17 754	0,42%
El Salvador	192	192	10 918	0,26%
Indonesia	168	168	7 951	0,19%
Vietnam	100	100	4 719	0,11%
Turquía	35	35	2 138	0,05%
Costa Rica	72	72	2 103	0,05%
Pakistán	30	30	1 817	0,04%
Guatemala	159	159	1 311	0,03%
Canadá	16	16	828	0,02%
Corea del Sur	17	17	682	0,02%
Filipinas	64	64	627	0,01%
Israel	18	18	329	0,01%
Ecuador	12	12	113	0,00%
Portugal	1	1	76	0,00%
TOTAL	265 312	265 312	4 215 119	-

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

Tabla 12. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Subpartida 62.09.30.00 (Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés, de fibra sintética).

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Estados Unidos de América	22 217	22 216	378 229	46,72%
Zona Libre de Colón (Panamá)	24 110	24 110	284 767	35,18%
China (Continental)	8 291	8 291	81 591	10,08%
Colombia	1 018	1 018	33 011	4,08%
Hong Kong	537	537	14 819	1,83%
España	191	191	10 550	1,30%
Filipinas	418	418	4 072	0,50%
México	30	30	1 407	0,17%
Vietnam	14	14	837	0,10%
Brasil	3	3	236	0,03%
TOTAL	56 829	56 829	809 519	

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

Tabla 13. Importaciones panameñas por país de origen en el año 2013.
Sub-partida 62.09.90.00 (Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés, de las demás materias textiles).

	Peso neto	Peso bruto	Valor en USD	Participación
Zona Libre de Colón (Panamá)	459 425	459 233	6 214 332	70,44%
Estados Unidos de América	90 161	89 901	1 469 781	16,66%
China (Continental)	46 566	46 566	481 578	5,46%
Hong Kong	11 498	11 498	344 623	3,91%
España	2 111	2 111	106 320	1,21%
Colombia	1444	1 444	66 692	0,76%
Chile	1 210	1 210	53 391	0,61%
Brasil	505	505	21 810	0,25%
El Salvador	592	592	18 919	0,21%
Zonas procesadoras (Panamá)	367	367	17 906	0,20%
Venezuela	191	191	12 279	0,14%
Costa Rica	288	288	2 807	0,03%
Perú	133	133	2 634	0,03%
Ecuador	390	390	2 307	0,03%
Israel	72	72	2 231	0,03%
Grecia	46	46	1 951	0,02%
Guatemala	110	110	1 234	0,01%
Italia	15	15	923	0,01%
México	15	15	657	0,01%
Turquía	4	4	150	0,00%
Portugal	3	3	113	0,00%
TOTAL	615 146	614 694	8 822 638	

Fuente: Contraloría General de la República de Panamá.

1.1.3 Principales importadores

**Tabla 14. Importadores panameños.
Capítulo 61 del libro de aranceles en el año 2013.**

Importador	CIF (USD millones)	% Participación de la importación
Kadima S. A.	20,5	13,94
Toua S. A.	10,2	6,94
Shalom S. A.	7,2	4,90
Grupo Primavera Holding S. A.	6,3	4,29
Target S. A.	5,3	3,61
Sportline America Inc.	4,1	2,80
New Wear Corporation	4,0	2,74
Beker S. A.	3,5	2,37
Superior Retail Panama Inc.	2,9	1,96
Importadora Maduro S. A.	2,5	1,70
Honey Productions Inc.	2,4	1,66
Tiendas de marcas S. A.	2,4	1,66
Pricesmart Panama S. A.	2,4	1,60

Fuente: Cámara de Comercio de Panamá.

Importador	CIF (USD millones)	% Participación de la importación
Tamek S. A.	2,3	1,58
Inversiones Parna S. A.	2,3	1,58
Distribuidora Panatex S. A.	2,2	1,46
Cosenco S. A.	2,1	1,41
Doyan S. A.	2,0	1,35
Gabysol S. A.	1,6	1,08
Modas y Dep El Dorado S. A.	1,3	0,90
Comerciales Digna S. A.	1,3	0,88
Cristal Commercial S. A.	1,2	0,84
Múltiples Sales Corp.	1,2	0,81
New Apparel S. A.	1,2	0,80
Compa la Goly S. A.	1,2	0,80
Inversiones Pocahontas S. A.	1,1	0,74

Fuente: Cámara de Comercio de Panamá.

1.1.4 Exportaciones peruanas

En el año 2013 Perú exportó a Panamá todo tipo de prendas de vestir por medio de 82 partidas del capítulo 61 de aranceles que sumaron USD 10,759 millones, las camisas de punto algodón y los *t-shirts* fueron las más destacadas. También mediante 33 partidas pertenecientes al capítulo 62 de aranceles se exportaron USD 1,014 millones. Los pantalones largos fueron la línea de producto más representativa.

Nombre del país	Valor FOB (USD millones)
Estados Unidos	16,8
Chile	4,8
Venezuela	2,7
México	2,2
Argentina	1,9
Ecuador	1,7
Colombia	1,4
España	0,8
Reino Unido	0,7
Brasil	0,7
Italia	0,3
Hong Kong	0,3
Suecia	0,3
Panamá	0,2
Otros	0,9

Fuente: Infotrade, PROMPERÚ.

En aquel mismo año Perú exportó a 45 países del mundo bajo la partida arancelaria 6111.20.00 (Prendas y complementos de vestir de punto para bebés, de algodón) la suma de USD 25,8 millones, Panamá representó la posición 14 con importaciones por un valor de USD 150 050.

También en 2013 Perú exportó a 26 países del mundo bajo la partida arancelaria 6209.20.00 (Prendas y complementos de vestir para bebés, de algodón) la suma de USD 1,2 millones. Panamá ocupó la décima posición con importaciones por un valor de USD 27 314.

Nombre del país	Valor FOB (USD)
Estados Unidos	310 003
Chile	193 969
Ecuador	156 715
México	145 812
Colombia	84 202
España	71 918
Venezuela	66 667
Argentina	50 257
Brasil	42 820
Panamá	27 314
Otros	45 811

Fuente: Infotrade, PROMPERÚ.

Entre algunas de las empresas que exportaron ropa a Panamá figuran:

- América Integral S. A. C.
- Aquarium Blue Corp E. I. R. L.
- Bazan Ribbeck Oscar Manuel.
- Bermaf Exportaciones E. I. R. L.
- Big Earl's E. I. R. L.
- Camino Textil S. A. C.
- Cobenco S. A. C.
- Comercial Jhony E. I. R. L.
- Comercializadora Amexport S. A. C.
- Corporación Betsy E. I. R. L.
- Corporación Delabec S.R.L.
- Corporación Framaz S. A. C.
- Corporación Frappee S. A. C.
- Devanlay Peru S. A. C.
- Exige Industrial S. A. C.
- Fuci Collección S. A.
- Hilandería de Algodón Peruano S. A.
- Import y Export Eliotex E. I. R. L.
- Industrias Nettalco S. A.
- Inversiones Ecuacotton S. A. C.
- Jorisa Importaciones y Exportaciones S. A. C.
- Lerian & Cades S. A. C.
- Metal Flower S. A. C.
- Ransur. Tex E. I. R. L.
- SDC Perú S. A. C.
- Textil del Valle S. A.
- Textiles Camones S. A.
- Texture Box Export S. A. C.

1.2 Características generales

1.2.1 Usos y presentaciones:

La tela preferida en la elaboración de ropa para recién nacidos y bebés es el algodón, a partir de la cual se elaboran los principales productos más adquiridos de este rubro como las camisas con o sin mangas, pantalones cortos y largos, bebecre, medias, ropa interior y gorros; mientras que entre los productos complementarios están los juegos de sábanas y edredones para cunas, baberos, toallitas de mano y toallas de baño. También destacan los trajes de vestir; conjuntos de vestir para niños y niñas, bastante apreciados; así también como las faldas, blusas y camisas, todos ellos en los colores pasteles como el celeste, rosado, verde y amarillo, bastante buscados por el público.

La gran influencia que tiene la cultura extranjera en Panamá ha permitido que la diversidad de vestimentas que hay alrededor del mundo sea de conocimiento general, además de la influencia de la Zona Libre de Colón como centro de distribución para América Latina y el Caribe. No es de extrañar pues que todas las tendencias de la moda son bien recibidas; así por ejemplo, un punto de referencia que ha marcado tendencias en Panamá es la marca americana Carter's la cual está muy bien posicionada e incluso sus diseños son imitados por otras empresas del rubro.

En Panamá, la ropa de niños y bebé se exhibe en los almacenes por departamento en tres secciones claramente definidas: ropa de niños, ropa de niñas y ropa de bebé.

1.2.2 Factor de consumo:

El principal factor que incide en la decisión de consumir o no un producto exclusivo de este mercado es el nivel de ingreso tanto personal como familiar. No obstante, al panameño promedio con hijos le gusta socializar, ir al parque, a los centros comerciales y realizar actividades en familia, eventos que requieren ropa para la ocasión.

El consumo de prendas de vestir para el sector infantil se ha diversificado tanto por la amplia variedad de productos y marcas existentes en el mercado, al punto que firmas que tradicionalmente han sido de ropa para adultos han encontrado un nicho de mercado en el segmento de ropa infantil y de bebés. Este fenómeno se ve en marcas internacionales con presencia en el país como Tommy Hilfiger, Zara, Gap, entre otras.

Quienes buscan exclusividad compran en tiendas especializadas en las cuales la marca es fundamental como reflejo de estatus, contrariamente a lo que ocurre

en el estrato socioeconómico bajo, donde lo esencial son los precios accesibles y la marca no juega un rol importante.

1.2.3 Precios:

El tema de los precios para este rubro es relativo y algo complicado por la gran variedad de productos que están involucrados en este análisis. Para dar un vistazo más representativo, es conveniente poder estructurar el mercado de prendas de vestir para niños/as y bebés de acuerdo a los segmentos de mercado meta a los cuales está orientada la amplia oferta de estos productos. Estos segmentos son:

- **Productos masivos:**
Caracterizados por provenir de países donde hay grandes fábricas que producen estos productos a muy bajos costos y donde la calidad no es lo que impera al momento de su fabricación. La ropa puede costar al público desde USD 0,59 en adelante.
- **Productos estándar:**
Son aquellos productos que mantienen una relación beneficio/costo aceptable para el cliente que no busca un producto tan módico cuya caducidad o deterioro sea más rápido, sino que busca

un producto que pueda satisfacer su necesidad y que su costo sea percibido como razonable para la funcionalidad que desea obtener.

- **Productos selectivos:**
Impera ante todo el gusto y preferencia de un consumidor con un nivel de ingreso medio-alto, para el cual los dos tipos de productos u opciones anteriores no representan una opción viable ya que para este consumidor hay aspectos que incidirán en su toma de decisión y que no están implícitos en los dos casos anteriores como la marca, calidad, prestigio, innovación, diseño y vida útil.

1.2.4 Puntos de venta en el mercado panameño:

El comercio panameño está centralizado en la ciudad capital. Los almacenes de gran superficie por departamentos están ubicados en centros comerciales diversos, de los cuales sobresalen Albrook Mall, Centro Comercial Los Pueblos, Centro Comercial La Doña, Centro Comercial El Dorado, Metromall, entre otros. Estos almacenes son reconocidos en el mercado panameño por sus precios bajos lo cual los convierte en tiendas ancla para atraer tráfico de clientes a dichos centros.

Es difícil estratificar el comercio en Panamá, mas podemos establecer que el Centro Comercial Multiplaza y otras pequeñas plazas de almacenes en el barrio lujoso de Costa del Este y las áreas de Obarrio y San Francisco son puntos en los que también se pueden encontrar *boutiques* exclusivas para bebés, niños y niñas, donde la mayoría de tiendas independientes no son parte de una firma internacional o franquicia.

En el último escalón de la gama de calidad, se encuentran las tiendas situadas en la avenida Central de la Ciudad de Panamá, que ofrecen ropa a precios muy reducidos, normalmente de origen asiático, y con una calidad deficiente.

Ciudades del interior de la República como Chitré, Santiago, Colón y David también destacan por ofrecer al consumidor lugares de compra especialmente para estratos con ingresos económicamente bajos o medios.

02

Condiciones de acceso

2.1 Requisitos específicos para los importadores

2.1.1 Aranceles:

En cuanto a la tarificación del producto, Panamá es un importador neto de prendas de vestir, salvo excepciones como ciertas empresas locales que fabrican ropa para niños (Gouil, Everfit, Durex, Fermín Chan, que atienden el mercado escolar). Los aranceles aplicables para las prendas de vestir de niños/as y bebés oscilan entre 10 y 15% y el impuesto ITBMS siempre es del 7%. Para más información sobre referencias específicas, puede consultar la 5.a enmienda arancelaria.

Para mayor información sobre los aranceles generales para la importación en Panamá de este tipo de productos es recomendable visitar el siguiente enlace:

http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/arancel_importacion_v01_5p_2010.pdf

En el mismo, en la Sección XI se encuentra el capítulo 61, 62 y 63 donde se recogen entre sus partidas ropa para niños y bebés.

2.1.2 Requisitos del comprador específicos:

Certificaciones / homologaciones necesarias, normas de etiquetado:

Basado en la consulta realizada a la Dirección General de Normas del Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá, no hay normas técnicas para la importación de ropa de niños y/o de bebés. En el caso de Perú, pueden exportarla a Panamá de acuerdo con sus normas.

En cuanto a la información de etiquetado, para este tipo de producto se exige la siguiente información:

- Tipo de material.
- Uso.
- Talla.
- Información respecto del lavado.
- País de procedencia.

2.1.3 Barreras/estándares/normas (resúmenes y enlaces):

Barreras de mercado:

La competencia: existe un gran número de almacenes orientados a satisfacer una sola necesidad aunque con elementos de diferenciación distintos. Cabe resaltar que quien desee introducir una marca a las empresas locales tiene que tomar en cuenta el gran flujo de mercancía que entra a Panamá a través de la Zona Libre de Colón. Muchas de las grandes cadenas de almacenes tienen presencia en esta zona franca, lo que les permite generar un volumen de negocio que no solo satisface a sus filiales del mercado local, sino que también reexportan, actividad que, a su vez, les permite generar beneficios económicos a gran escala.

En la última década, importantes tiendas de ropa han incursionado en el mercado panameño que cada vez va diversificando sus gustos y preferencias y aunque los precios de aquellas sean superiores, hay mercado para estos productos que día a día se van posicionando en la mente y forma de vestir del consumidor local y sobre todo se proyecta un estatus de vida al consumir estas marcas en detrimento de otras más económicas o menos reconocidas.

Barreras financieras:

El acceso al crédito en Panamá es regulado por igual para cualquier empresa extranjera. Al momento de acceder al crédito, un extranjero que abre una sociedad en Panamá requiere que un agente residente (abogado) sea el que tramite todos los documentos de constitución. Una vez creada una sociedad, un extranjero puede abrir una cuenta bancaria siempre que cuente con la documentación legal que acredite el banco según sus políticas. De igual manera se puede acceder al crédito, aunque es más expedito o menos complicado, si el banco que elige es de la nacionalidad del representante legal de la empresa.

Fiscalidad y legislación relacionada con el producto:

Estos productos ingresan a Panamá con 0% de arancel de acuerdo al TLC Panamá-Perú, donde están considerados en la categoría A de desgravación arancelaria, siempre y cuando cumplan con la norma de origen.

Eliminación arancelaria TLC Panamá-Perú:

Código Arancelario	Descripción	Canasta de desgruación	Arancel Base	preferencias arancelarias								
				2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
61112010	Camisas de algodón hasta talla 4T	A	15%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
61112090	Las demás	A	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
61113010	Camisas hasta talla 4T	B10	15%	12.0%	10.5%	9.0%	7.5%	6.0%	4.5%	3.0%	1.5%	
61113090	Las demás	B10	10%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%	
61119010	Camisas hasta talla 4T	B10	15%	12.0%	10.5%	9.0%	7.5%	6.0%	4.5%	3.0%	1.5%	
61119090	Las demás	B10	10%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%	
62092000	De algodón	B5	5%	3.0%	2.0%	1.0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
62093000	De fibras sintéticas	B10	10%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%	
62099000	De las demás materias textiles	B10	10%	8.0%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%	3.0%	2.0%	1.0%	

http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/TLC_Panama_Peru/Anexo_Eliminacion_Arancelaria_Final_TLC_Panama_Peru.pdf

Lista de Panamá (arancel base 10%):

http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/TLC_Panama_Peru/Lista_Panama_Final_TLC_Panama_Peru.pdf

Lista de Perú (arancel base 17%):

http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/TLC_Panama_Peru/Lista_Peru_Final_TLC_Panama_Peru.pdf

Reglas y procedimientos de origen, capítulo III TLC Panamá-Perú:

http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/TLC_Panama_Peru/3_Reglas_de_Origen_Texto_Final_TLC_Panama_Peru.pdf

Si se quiere instalar como una empresa que manufacture en Panamá, hay leyes que incentivan la inversión extranjera como:

- Ley N.o 76 de Fomento a la Industria.
- Ley N.o 54 de Estabilidad Jurídica.
- Ley N.o 32 de Zonas Francas.
- Normativa del TLC Panamá-Perú.

2.2 Requisitos del consumidor

2.2.1 Tendencias del consumidor

Las tendencias de consumo de prendas de vestir para niños/as y bebés están directamente relacionada con el nivel de ingresos de las familias. Podemos tomar como referencia el nivel de ingreso de la población económicamente activa de Panamá de acuerdo con las últimas cifras publicadas por la Contraloría General de la República de Panamá:

El 46% de la población tiene salarios menores a USD 499,99, este sector económicamente bajo es el que, por su condición, busca precios bajos. A nivel intermedio están las personas que tienen ingresos entre los USD 500,00 y USD 999,99, quienes buscan calidad a buen precio y representan el 36% de la población. Un 18% lo representan quienes tienen ingresos superiores a USD 1 000,00 los cuales son sujetos potenciales para los productos de marca.

Sueldo mensual en USD	Empleados y monto de sueldos de empresas particulares (privadas)		
	Número		
	Total	Hombres	Mujeres
Total	687 505	442 797	244 708
100,00 - 124,99	23 983	15 574	8 409
125,00 - 149,99	4 064	2 848	1 216
150,00 - 174,99	3 618	2 524	1 094
175,00 - 199,99	4 033	2 746	1 287
200,00 - 249,99	40 072	22 062	18 010
250,00 - 299,99	22 428	15 594	6 834
300,00 - 399,99	64 632	41 210	23 422
400,00 - 499,99	153 068	93 388	59 680
500,00 - 599,99	97 549	62 249	35 300
600,00 - 699,99	60 676	41 112	19 564
700,00 - 799,99	40 130	26 834	13 296
800,00 - 899,99	31 781	21 341	10 440
900,00 - 999,99	19 968	13 699	6 269
1 000,00 - 1 499,99	57 558	38 736	18 822
1 500,00 - 1 999,99	25 505	16 914	8 591
2 000,00 a más	38 440	25 966	12 474

Fuente: Contraloría General de la República; Instituto Nacional de Estadística y Censo.

03

Distribución y canales de comercialización

2.2.1 Perspectivas del mercado:

Podemos considerar que un nicho de mercado a explotar son las *boutiques* dedicadas a ropa para bebés y niños, las cuales se caracterizan por pertenecer a empresarios independientes y no suelen tener exclusividad de marca. Su volumen de compra usualmente no es alto, aunque la calidad y el precio de los productos que venden sí lo son.

2.2.2 Competencia:

La competencia en este segmento es alta ya que existe una amplia variedad de productos para el mercado infantil y de bebés que inicia con productos económicos hasta de consumo selectivo procedentes de diversos países. Al igual que los importados de Asia, los productos de telas sintéticas siguen siendo líderes en ventas en los estratos con ingresos económicamente bajos o medios. Las marcas internacionales de renombre en especial la de origen americano continúan siendo las preferidas en la clase media alta y alta.

2.2.3 Benchmarking:

La ropa de niños y bebés se importa principalmente de países como Estados Unidos y China, en el caso de los almacenes de venta masiva. Los almacenes más exclusivos que venden ropa específica de niños y bebés igualmente importan de Estados Unidos, China (Taiwán), Centroamérica, Colombia, España, México y Perú, por mencionar los más importantes.

La mecánica es a la inversa, los representantes de estos almacenes encargados de las compras, visitan estos países, previo contacto, en busca de la mercancía adecuada por temporada (básicamente ropa de verano) o siguiendo criterios de precios y calidad acordes al segmento de mercado que atienden. En el caso de Zona Libre, sucede en las dos direcciones.

Análisis de los canales de distribución

Más del 60% de las importaciones de las prendas de vestir para niños/as y bebés proceden de la Zona Libre de Colón. Con esto cabe analizar que la cadena de distribución ideal podría ser a través de una empresa que esté instalada en esta zona y que tenga los derechos exclusivos sobre la marca para distribuirla en el mercado local, ya sea a filiales de la empresa ubicada en la Ciudad capital, a cualquier punto de la República o a su cartera de clientes.

Si se pretende dirigir directamente la exportación a Panamá (sin pasar por Zona Libre), el exportador debería dirigirse directamente a las grandes tiendas y almacenes que distribuyen prendas de vestir, las cuales podrían encargarse de los trámites aduaneros. No existe un canal de distribución definido, sino que los almacenes tienen su departamento de compras y adquieren directamente sin depender de intermediarios.

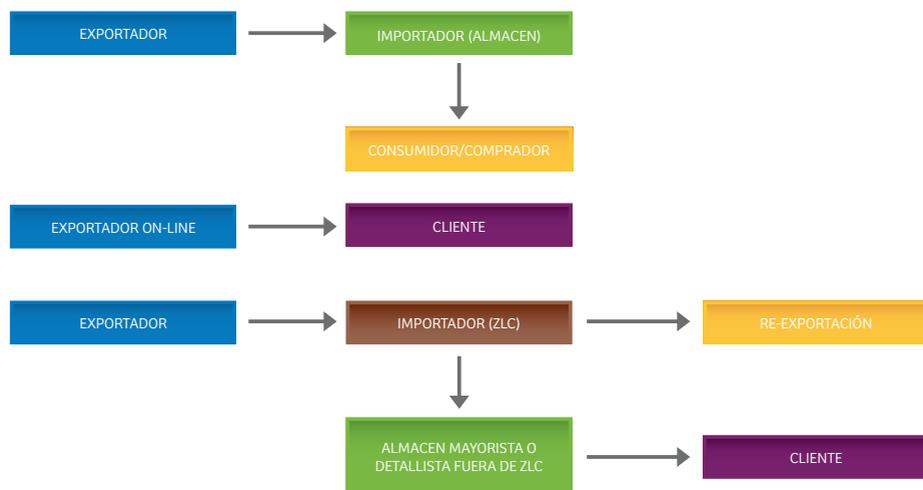
La segunda opción para penetrar en el mercado panameño (de gran importancia puesto que la mayoría de las importaciones provienen de esta zona franca) es utilizar como intermediario a un importador de la Zona Libre de Colón. Dicho importador distribuirá el producto del exportador entre los diferentes almacenes que serán el destino final antes de la compra por parte del consumidor final.

Recomendamos también que, en el caso de que exista la intención de ingresar al mercado panameño, se haga principalmente a través de las ventas en línea con nuevos diseños. Utilizar esta gran plataforma como es Internet no solo sirve para proyectarse al mercado local sino también para atender tanto al mercado centroamericano con el cual Panamá ya tiene Tratados de Libre Comercio como a los países del Caribe cuyo intercambio comercial con Panamá ha estado creciendo en los últimos años.

04

Datos de contacto de importadores

Mapa de la cadena de distribución:



Vías de acceso al cliente / mercado:

Conviene más al Perú entrar por los puertos del Pacífico, es la ruta más corta y directa, de 4 a 5 días en barco. Perú es el octavo usuario del Canal de Panamá de un rango total de 115 países en cuanto a transporte de carga marítima, según estadísticas de la División de Mercadeo de la Autoridad del Canal de Panamá al año fiscal 2012.

• Puerto de Balboa:

Administrado por Panama Ports Company (Hutchinson Port Holdings):

• Puerto de la Autoridad de Singapur (Port Singapur Authority):

Este es un puerto nuevo que inició operaciones en 2012.

Igualmente, dependiendo, la carga que se traslada por vía marítima llega al France Field, Zona Libre de Colón en la Costa Atlántica.

• Aeropuerto Internacional de Tocumen (carga).

Para mayor información sobre estas y otras vías de acceso, puede consultar la sección de Distribución y Transporte de Mercancías del PDM Panamá.

Los principales locales comerciales que importan mercancías o prendas de vestir para damas, caballeros, niños/as y bebés para la venta local al detal son listados a continuación:

Razón social	Teléfono	Página web
Aliss	(507) 208-2447	http://www.alisscr.com/
American Studio	(507) 431-1316	http://www.americanstudios.com.pa/
America Zona Libre S. A.	(507) 433-2880	http://www.americazl.com/
Apolo Zona Libre	(507) 474-7200	http://www.apolo.com/
Bebé Nook	(507) 6208-0373	N. D.
City Mall, S. A.	(507) 727-7247	N. D.
Conway	(507) 301-0306	http://www.conwaystore.com/
Distribuidora del Pacífico	(507) 294-5449	http://www.ddp.com.pa/
Distribuidora Xtra, S. A.	(507) 290-9077	http://www.superextra.com/
EL Machetazo	(507) 304-3774	http://www.machetazo.com/
EL Punto Poderoso S. A.	(507) 774-3416	N. D.
Eliakim, S. A.	(507) 300-7710	http://www.collins.com.pa/
Farmacia Arrocha S. A.	(507) 279-9001	http://www.arrocha.com/
IMPORTADORA MADURO S A	(507) 3005400	http://www.felix.com.pa/

05

Fuentes de información

Razón social	Teléfono	Página web
Inversiones Parna S A	(507) 207-100	N.D.
Jumbo Zona Libre, S.A:	(507) 446-5000	http://www.jumbozl.com/
Kadima S. A.	(507) 217-7550	N. D.
La Linda International S. A.	(507) 431-3029	http://www.lalinda.com.pa/olk
La Perla Importadores e Exportadores	(507) 447-0250	http://www.laperla.com.pa/
Noritex S. A.	(507) 4313003	http://www.noritex.com/
Odyssey International, S. A.	(507) 271-1476	http://www.elpuntopoderoso.com/
Onix Trading Company / Oscar de la Renta, S. A.	(507) 227-3555	http://www.onixco.com/
PRL Enterprises Panama S. A.	(507) 306-7600	N. D.
Saks	(507) 445-1900	http://www.sakszl.com/
Shalom S. A. - El Titán	(507) 225-2222	http://www.-shalomsa.-com/
Sirena Internacional	(507) 441-5185	http://www.sirenazl.com/
Soda Internacional S. A.	(507) 431-7632	http://www.sodainternacional.com/
Stevens	(507) 302-3710	http://stevens.com.pa/
Sueteres Importados, S. A.	(507) 261-8922	NO WEB
T-shirts Interamérica, S. A.	(507) 274-7300	http://www.t-shirts-pty.com/
Tejidos y Confecciones S. A.	(507) 209-8888	http://www.teyco.com/
Tiendas de Marcas S. A.	(507) 392-5032	http://www.teeshirtsexpress.com/
Toua S. A.	(507) 228-2222	NO WEB
T-shirts Interamericana, S.A.	274-7300	http://www.t-shirts-pty.com/
UINICRESE, S. A.	(507) 474-3398	http://www.unicrese.com/

5.1 Instituciones y entidades

- **Ministerio de Comercio e Industrias**
<http://www.mici.gob.pa/>
- **Registro Público**
<http://www.registro-publico.gob.pa/>
- **Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Panamá**
<http://www.ampyme.gob.pa/>
- **Autoridad de Turismo en Panamá**
<http://www.atp.gob.pa/>
- **Contraloría General de la República**
Organismo que se ocupa de la gestión de impuestos en Panamá. Ofrece estadísticas actualizadas y todo tipo de informes económicos y coyunturales.
<http://www.contraloria.gob.pa/inec>
- **Cámara de Comercio e Industria de Panamá**
<http://www.panacamara.com/>
- **Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia**
<http://www.autoridaddelconsumidor.gob.pa/>

- **Autoridad Nacional de Aduanas**
Ingresar a <http://www.ana.gob.pa/> ; buscar SICE consultas.
- **Decreto de Gabinete N.o 49 del 28 de diciembre de 2011, por medio de la cual se aprueba la 5.a Enmienda a la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Gaceta Oficial N.o 26 942.**
Ingresar a <http://www.asamblea.gob.pa/> ; buscar Colección de gacetas e introducir el número.
- **Ministerio de Comercio e Industrias**
Ingresar en <http://www.mici.gob.pa/> ; entrar en Negociaciones comerciales – Tratados y acuerdos comerciales vigentes – TLC Panamá-Perú, documento explicativo.
- **Asociación Nacional de la Industria de la Confección.**
- **Estudios previos realizados por Opera Global Business Panamá para la Oficina Comercial del Perú en Panamá.**

5.2 Ferias comerciales

5.2.1 Feria del bebé Panamá

Datos de la feria:

- Feria multisectorial dedicada al bebé, incluye participación de empresas de educación, hogar, moda, regalos bebé, indumentaria, juguetes de bebé, moda bebé y productos para bebés en general.
- Periodicidad: anual.
- Público: privado.
- Alcance: nacional.
- Fecha de celebración: febrero
- Recinto: Centro de convenciones Atlapa.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://feriadelbebepanama.com/>
- Organizador: Expo Eventos Panamá
- Contacto: bebe@expoeventos.com.pa
Tel.: (507) 392-6468
Correo electrónico: bebe@expoeventos.com.pa, feriadelbebe@expoeventos.com.pa

5.2.2 Expocomer

Datos de la feria:

- Sectores: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios.
- Periodicidad: anual.
- Público: profesional, privado.
- Alcance: internacional.
- Fecha de celebración: marzo
- Recinto: Centro de convenciones Atlapa.
- Ciudad: Panamá.
- País: Panamá.
- Página web: <http://expocomer.com/es/>
- Organizador: CCIAP (Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá).
- Contacto: Tel.: (507) 207-3434 / (507) 207-3433
Correo electrónico: expocomer@panacamara.org

5.2 Fuentes de información adicional

- ZLC: Zona Libre de Colón
<http://www.zolicol.gob.pa/>
- SIP: Sindicato de Industriales de Panamá
<http://www.industriales.org/>
- **Ley N.o 76 del 23 de noviembre de 2009, que dicta Medidas para el Desarrollo y Fomento de la Industria.** Gaceta Oficial 26 413, ver artículo 35.
Para mayor información puede entrar al enlace <http://www.asamblea.gob.pa/> ; buscar Colección de gacetas e introducir el número de gaceta.
- **Ley N.o 32 de Zona Francas de fecha 5 de abril de 2011, que dicta un Régimen especial, integral y simplificado para el establecimiento y operación de y en zonas francas.** Gaceta Oficial N.o 26 757-B.
Para mayor información puede entrar al enlace <http://www.asamblea.gob.pa/> ; buscar Colección de gacetas e introducir el número de gaceta.

- **Ley N.o 41 de julio de 2004, que crea un régimen especial para el establecimiento y operación del área económica especial Panamá-Pacífico, y una entidad autónoma del Estado, denominada Agencia del Área Económica Especial Panamá-Pacífico.** Gaceta Oficial N.o 25 103-A.
Para mayor información puede entrar al enlace a <http://www.asamblea.gob.pa/> ; buscar Colección de gacetas e introducir el número de gaceta.
- **Ley N.o 54 de julio de 2008, “por la cual se dictan medidas para la estabilidad jurídica de las inversiones”.**
Para mayor información puede entrar al enlace <http://www.asamblea.gob.pa/> ; buscar en Legislaciones.



Plan de Desarrollo de Mercado Panamá



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

