

**OPORTUNIDADES PARA LA INTERNACIONALIZACION DEL PRODUCTO
JABÓN ÍNTIMO FRESCURA EXTREMA MARCA NOSOTRAS A UN NUEVO
MERCADO**

KATHY SANDOVAL

LEIDY VIVEROS

JULIO RAMIREZ MONTAÑEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

SEMINARIO DE INVESTIGACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

2015

| VARIABLE | ESPAÑA | P | C | R | PANAMA | P | C | R | MEXICO | P | C | R | ESTADOS UNIDOS | P | C | R |
|---|---|-------|---|------|--|-------|---|------|---|-------|---|------|---|-------|---|------|
| Importaciones USD | \$ 97.219.000 | 5,75% | 4 | 0,23 | 25.962.000 | 5,75% | 3 | 0,17 | 31.832.000 | 5,75% | 3 | 0,17 | 332.566.000 | 5,75% | 5 | 0,29 |
| Crecimiento de las importaciones % | 48% | 5,75% | 5 | 0,29 | 6.03% | 5,75% | 2 | 0,12 | 21% | 5,75% | 4 | 0,23 | 11% | 5,75% | 3 | 0,17 |
| Concentración de las importaciones (ppal proveedor) % | Alemania: 36,8% Francia: 21,8% Italia: 13,4% | 5,58% | 1 | 0,06 | Guatemala: 25,44% Estados Unidos: 20,03% México: 12,21% | 5,58% | 3 | 0,17 | Estados Unidos: 36,9% canada: 18,3% colombia: 7,5% | 5,58% | 5 | 0,28 | canada:59,1% china:17,1% francia:5,1% | 5,58% | 1 | 0,06 |
| Importaciones per capita USD | \$2,09 | 5,56% | 3 | 0,17 | \$7,40 | 5,56% | 5 | 0,28 | \$0,27 | 5,56% | 2 | 0,11 | \$1,04 | 5,56% | 2 | 0,11 |
| Exportaciones Colombianas USD | \$17.000 | 5,56% | 1 | 0,06 | \$3.124.000 | 5,56% | 4 | 0,22 | \$ 2.108.000 | 5,56% | 2 | 0,11 | \$ 77.000 | 5,56% | 1 | 0,06 |
| Crecimiento de las exportaciones colombianas % | 0,0% | 5,56% | 1 | 0,06 | -10,5% | 5,56% | 1 | 0,06 | (2010-2014) 64% | 5,56% | 5 | 0,28 | (2010-2014) 42% | 5,56% | 4 | 0,22 |
| Arancel General vs Arancel Preferencial Col | 4% vs 0% | 5,60% | 3 | 0,17 | 0% | 5,60% | 5 | 0,28 | preferencial: 15% | 5,60% | 1 | 0,06 | preferencia : 0% | 5,60% | 5 | 0,28 |
| Impuestos adicionales | IVA:21% | 5,56% | 1 | 0,06 | IVA:7% | 5,56% | 5 | 0,28 | IVA:16% | 5,56% | 2 | 0,11 | IVA: 0 - 11,7% | 5,56% | 4 | 0,22 |
| Restricciones técnicas | Control del comercio de productos químicos peligrosos (Sólo aplicable para jabón de tocador que contiene mercurio) Condiciones sanitarias y comerciales para los productos cosméticos Normas de comercialización de productos químicos peligrosos, pesticidas y biocidas Voluntario - Etiquetado ecológico para productos cosméticos que precisan aclarado | 5,70% | 2 | 0,11 | Estándares Nacionales de cuerpo: Comisión Panameña de Normas Industriales y Técnicas Instituto Nacional de Metrología: Centro Nacional de Metrología de Panamá Organismos de Acreditación: Consejo Nacional de Acreditación (CNA) Normas agregado en la Región: ITA Oficina de Normas de Enlace | 5,70% | 5 | 0,29 | Norma: NOM-141-SSA1/SCFI-2012 Únicamente: Productos cosméticos destinados a ser puestos en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos, o con los dientes y mucosas bucales.NOM_SEMARNAT NOM_SEMARNAT Si el embalaje de esta mercancía es de Madera, deberá cumplir con la NOM-144-SEMARNAT-2012, esto con la finalidad de impedir la introducción de Plagas y su diseminación. | 5,70% | 3 | 0,17 | Los cosméticos comercializados en los Estados Unidos, ya sea fabricados localmente o importados deben de cumplir los requisitos de la Ley de alimentos, medicamentos y cosméticos (FD&C Act) y la Ley de Empaque y Etiquetado (FP & L Act), y toda la regulación que se emita amparada a esas leyes. Estas regulaciones publicadas por la FDA son codificadas en el Título 21 del Código de Regulaciones Federales (CFR) en las secciones 700 a 740.Los cosméticos distribuidos en los Estados Unidos deben cumplir con las normas de etiquetado publicados por la FDA bajo la autoridad de la FD&C Act y FP & L Act. | 5,70% | 2 | 0,11 |
| Medio de transporte | marítimo: 6 navieras entre 11 a 22 días de transito | 5,65% | 2 | 0,11 | marítimo: 12 navieras, promedio en 3 días de transito | 5,65% | 4 | 0,23 | marítimo: 10 navieras entre 6 a 18 días de transito directo | 5,65% | 3 | 0,17 | marítimo: 16 navieras entre 10 a 15 días transito directo | 5,65% | 3 | 0,17 |
| Frecuencias | semanal | 5,56% | 1 | 0,06 | semanal | 5,56% | 1 | 0,06 | semanal | 5,56% | 1 | 0,06 | semanal | 5,56% | 1 | 0,06 |
| Tarifas USD | 150+25= 175 | 5,56% | 4 | 0,22 | 500+6=506 | 5,56% | 3 | 0,17 | 700+6= 706 | 5,56% | 2 | 0,11 | 250+25= 275 | 5,56% | 4 | 0,22 |
| PIB (US\$ millones) | 1\$.404.306.536.057,9 | 5,56% | 3 | 0,17 | \$46.212.600.000,0 | 5,56% | 1 | 0,06 | \$1.282.719.954.861,8 | 5,56% | 2 | 0,11 | \$17.479.000.000.000,0 | 5,56% | 4 | 0,22 |
| PIB per capita (US\$) | \$ 30.262,2 | 5,41% | 3 | 0,16 | \$ 11.948,9 | 5,41% | 3 | 0,16 | \$ 10.230,2 | 5,41% | 1 | 0,05 | \$ 54.629,5 | 5,41% | 4 | 0,22 |
| Inflación | -0,1% | 5,60% | 1 | 0,06 | 2,60% | 5,60% | 3 | 0,17 | 4,0% | 5,60% | 4 | 0,22 | 1,6% | 5,60% | 2 | 0,11 |
| Devaluación | -0,50% | 5,56% | 1 | 0,06 | 2,10% | 5,56% | 4 | 0,22 | 3,6% | 5,56% | 3 | 0,17 | 1,5% | 5,56% | 2 | 0,11 |
| Sistema de gobierno | Monarquía parlamentaria | 5,15% | 3 | 0,15 | Democracia constitucional | 5,15% | 3 | 0,15 | república federal presidencia | 5,15% | 4 | 0,21 | república federal | 5,15% | 4 | 0,21 |
| Riesgo de no pago | A | 5,56% | 2 | 0,11 | A4 (COFACE) | 5,56% | 3 | 0,17 | BBB+ | 5,56% | 1 | 0,06 | AA+ | 5,56% | 4 | 0,22 |
| TOTAL | | 100% | | 2,29 | | 100% | | 3,23 | | 100% | | 2,67 | | 100% | | 3,06 |

OPORTUNIDADES DEL MERCADO

➤ PRESELECCION DE MERCADOS

Por medio de la matriz de preselección de mercados que se realizó anteriormente, se puede concluir que Panamá es el país con mayor viabilidad para llevar a cabo una propuesta de internacionalización del producto “Jabón Intimo Frescura Extrema” marca Nosotras® del Grupo Familia

➤ ¿POR QUE PANAMA?

- Las negociaciones para un TLC entre Colombia y Panamá iniciaron en marzo de 2010. Con esta negociación Colombia busca fortalecer sus lazos comerciales con uno de sus socios naturales por tratarse de un país limítrofe y por la complementariedad de economías. Aunque se firmó en septiembre de 2013 todavía no ha entrado en vigencia, sin embargo, se espera que dentro de poco Colombia pueda empezar a obtener múltiples beneficios, entre ellos, arancelarios. Hasta el momento Colombia y Panamá cuentan un Acuerdo de Alcance Parcial.
- Para el año 2014 Colombia exportó más de \$3.615.462 (miles de dólares) hacia Panamá, mientras que las importaciones desde dicho país en el mismo periodo fueron de \$ 55.684 (miles de dólares), todo esto reporta que el 6,6% de las exportaciones colombianas fueron enviadas a Panamá, siendo el tercer destino más importante para Colombia, solo detrás de Estados Unidos y China, lo que indica un superávit en la balanza comercial, ya que Colombia exporta más hacia Panamá.
- Para Colombia, el crecimiento económico de Panamá y su posición geográfica brindan oportunidades muy interesantes en materia de facilitación del comercio y asistencia aduanera, convirtiendo al vecino país en un excelente socio comercial, como lo indica las cifras oficiales del Banco Mundial, Panamá creció alrededor de 7% en 2014.
- Informes recientes del Fondo Monetario Internacional y de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe describen a Panamá como uno de los países de América Latina con crecimiento más dinámico: su PIB creció en promedio en los últimos 3 años 9,6% frente a 4,2% y 4,4% de Centroamérica y Latinoamérica, respectivamente. Así mismo, su PIB per cápita aumentó a más del doble a lo largo de la última década, siendo actualmente cercano a los USD 15 mil.

Esta dinámica que muy seguramente continuará, si se tiene en cuenta que los ingresos por el canal pasarán de US\$ 1 billón a US\$ 4 billones, una vez concluyan las obras de ampliación del canal, lo cual ya viene produciendo un enorme impacto en la inversión y el comercio de Panamá

- Con respecto a cifras relacionadas con el Jabón Intimo Femenino Frescura Extrema, se encontró que Panamá es el cuarto país al que Colombia exporta este tipo de productos.

340130 - Productos y preparaciones organicos tensoactivos para el lavado de la piel , liquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabon.

Estadísticas

Potencialidad

Exportaciones colombianas

Exportaciones colombianas al mundo de este producto y top 10 de principales destino de exportación, durante el último año.

| País | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Ecuador | 1.885,71 | 2.754,04 | 2.839,33 |
| Perú | 1.536,59 | 2.337,94 | 2.337,22 |
| México | 413,85 | 1.098,78 | 2.108,17 |
| Panamá | 1.107,50 | 1.158,02 | 829,68 |
| Brasil | 73,77 | 344,87 | 762,33 |
| Costa Rica | 369,84 | 776,05 | 745,09 |
| República Dominicana | 156,21 | 338,04 | 480,50 |
| Chile | 232,94 | 428,72 | 478,20 |
| Venezuela | 526,38 | 346,09 | 395,95 |
| Guatemala | 127,66 | 270,44 | 307,68 |
| Otros | 938,42 | 1.172,15 | 954,06 |
| TOTAL | 7.368,87 | 11.025,15 | 12.238,21 |

➤ CONDICIONES DE ACCESO

▪ ACCESO AL MERCADO:

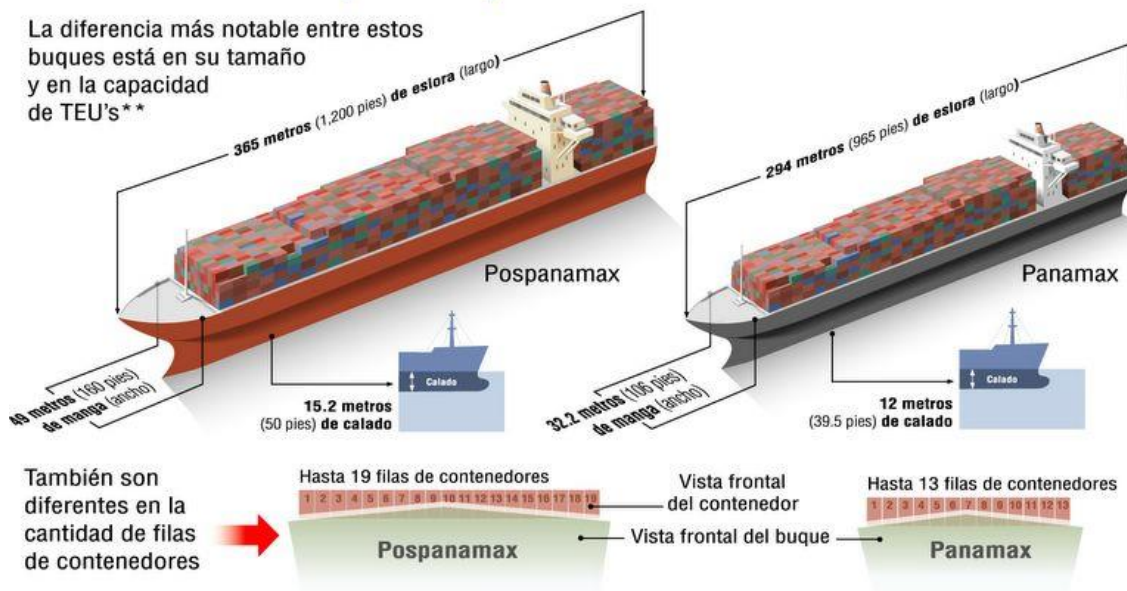
Por su ubicación geográfica, Panamá posee una de las rutas mas importantes del comercio mundial como lo es el Canal de Panamá y es considerado uno de los mas importantes centros logísticos para el transporte y acopio de cargar del mundo. Este canal reúne modernos puertos panameños ubicados en ambos océanos, mismos que también están interconectados por el ferrocarril, carreteras y aeropuertos internacionales. El canal de Panamá tiene una longitud aproximadamente 80 kilómetros entre el océano atlántico y pacifico, utiliza un sistemas de esclusas (compartimientos

con puertas de entrada y de salida) que funcionan como elevadores de agua para los barcos. Se estima que las actividades de transporte comercial a través de el representan alrededor del 5% de comercio mundial.

Igualmente esta en ejecución el proyecto de ampliación del canal que permitirá el acceso a buques de contenedores Postpanamax, mismos que pueden movilizar una mayor cantidad de carga. Otros proyectos importantes incluyen la creación de un Megapuerto en el pacifico y el mejoramiento de la infraestructura (vial, almacenamiento, etc...) de la zona libre de Colon, ubicada en el Litoral Atlántico. Esta zona franca figura entre las mas importantes del mundo (se estima que ocupa la segunda posición después de la de Hong Kong) y es la mas importante de América.

Diferencias entre Pospanamax y Panamax

La diferencia más notable entre estos buques está en su tamaño y en la capacidad de TEU's**



** TEU (Contenedor de 20 pies de largo): Unidad de medida o referencia que equivale a un contenedor de 20 pies con dimensiones externas de largo, ancho y alto de 20, 8, y 8.5 pies, respectivamente. El volumen que un TEU representa es igual a 1,360 pies cúbicos

Existen además 7 aeropuertos: Tocumen, Paitilla, Francefield, Enrique Malec, Puerto Armuelles, Manuel Niño y Bocas del Toro. El Principal es el Internacional de Tocumen, el cual esta localizado aproximadamente a 15 millas de la Ciudad de Panamá, cuenta con modernas facilidades y es considerado un *hub* en América tanto en materia de transporte de pasajeros como de carga.

▪ BARRERAS ARANCELARIAS PARA IMPORTACION:

La dirección General de Aduanas (DGA), adscrita al Ministerio de Economía y finanzas (MEF), es la institución encargada de vigilar y fiscalizar los aspectos relacionados con el ingreso y la salida de mercancías por las fronteras de Panamá.

El arancel de importación aplicado por Panamá se basa en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA). Se estima que en el caso de las importaciones de materias primas y de productos totalmente elaborados los aranceles

promedio rondan alrededor del 10%, mientras que en el caso de los productos semielaborados el arancel promedio es del 3,9%.

La protección panameña desde su ingreso en la OMC ha descendido notablemente. La política de los últimos gobiernos, incluyendo el actual, es bajar gradualmente los aranceles, con excepción de algunos rubros, en la medida en que se vayan firmando tratados de libre comercio. En la actualidad, el país cuenta con Tratados de Libre Comercio con Centroamérica, Chile, Singapur, Taiwán, Canadá y Perú.

Las importaciones se encuentran sometidas a un equivalente del IVA, este gravamen es denominado impuesto de transferencia de bienes muebles (ITBM) y posee una tasa de 7% sobre el valor de aduana más el arancel que se hubiera aplicado. Esta tasa es una de las más bajas de América Latina ya que el promedio es casi el triple en la región, entre 15% y 18%. Además, se debe pagar un impuesto sobre los documentos, de 2% a 5% del valor FOB (productos sujetos a aranceles) y de 5% a 8% (productos libres).

▪ **DOCUMENTACION PARA LA IMPORTACION:**

Los requerimientos documentarios exigidos por Panamá a terceros países mediante el Decreto de Gabinete No. 41, artículo 115. Toda persona que del extranjero envíe mercancías a la República por conducto distinto del correo, la amparará con los siguientes documentos:

- ✓ La factura comercial original.
- ✓ El conocimiento de embarque (guía aérea, carta de porte, conocimiento de embarque marítimo negociable, conocimiento multimodal, etc., según el caso).
- ✓ El permiso respectivo en los casos de importación restringida.
- ✓ Cuando la calidad o la raza sea la causa determinante del aforo, deberán acompañarse también del documento que prueba esa circunstancia, expedido por autoridad competente del país de origen.

Se excluye la obligación de presentación del conocimiento de embarque en los casos de importaciones que proceda de una zona franca establecida en la República o de Depósitos de Mercancía a la Orden, Tiendas Libres, Puertos Libres o Depósitos Especiales.

▪ **CULTURA DE NEGOCIOS:**

- ✓ Realizar negocios en Panamá exige dedicar tiempo a establecer buenas relaciones personales, dado que el ritmo de las negociaciones es lento. Se debe poner énfasis en la compatibilidad de las dos empresas y en los beneficios mutuos.
- ✓ El empresario panameño acostumbra a solicitar la exclusividad en la importación del producto.
- ✓ Los negocios se realizan casi exclusivamente en la capital, la cual concentra a la población con mayor poder adquisitivo y es la sede de las principales empresas.

- ✓ La puntualidad en las citas no es una práctica muy extendida. Un retraso de hasta media hora se considera normal. No se debe mostrar extrañeza ni enfado por ésta flexibilidad en los horarios.
- ✓ El trato es formal. Debe usar el "usted" y solamente pasar al "tú" o utilizar nombres propios cuando ellos lo sugieran.
- ✓ El hombre de negocios panameño está muy influenciado por la cultura de Estados Unidos. Por ello, es positivo presentar documentación y redactar la correspondencia comercial en inglés. Si se tiene experiencia en el mercado norteamericano hay que resaltarlo.
- ✓ La cadena de distribución es corta, el importador es distribuidor y a la vez mayorista, en algunos casos llega incluso a la venta al por menor. El precio prevalece sobre la marca.
- ✓ Como consecuencia de la escasa dimensión del mercado, los empresarios panameños están abiertos a diversificar hacia negocios o segmentos de mercado que no son su especialidad. Por ello, no hay que tener reparo en proponerles distintos negocios ya que tienen mucha experiencia en operaciones de importación y exportación.
- ✓ Al negociador panameño le cuesta decir "no". Expresiones como "es posible" o "lo estudiaremos" son formas educadas de rehusar una propuesta. Un "sí" tendrá que esperar a la firma del contrato para que sea definitivo.
- ✓ Tener en cuenta que Panamá cuenta con dos regímenes aduaneros, uno es la Zona Libre de Colón que maneja un volumen de alrededor US\$ 10,000 millones y el otro la República de Panamá cuyo volumen es de US\$ 3,000 millones. Muchas empresas tienen negocios en ambos regímenes.

➤ **ACUERDOS VIGENTES:**

Actualmente se encuentra vigente los Tratados de Libre Comercio con Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Chile, Perú, Singapur y Taiwán. Con Colombia, México y República Dominicana existen acuerdos de alcance parcial. Con Estados Unidos y Canadá aún falta la entrada en vigor del acuerdo.

Con Estados Unidos falta la ratificación del TLC en el Congreso norteamericano. Además se está trabajando el TLC con Canadá y Cuba desde 2008, con grandes avances en ambos casos.

| Acuerdos Comerciales | | |
|-------------------------------|--|----------------------|
| Acuerdos Comerciales en Vigor | | Fecha de suscripción |
| Acuerdos multilaterales | Miembros de la OMC | 06 setiembre 1997 |
| Acuerdos de libre comercio | Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua) | 06 marzo 2002 |
| | Chile | 27 junio 2006 |
| | Perú | 25 mayo 2011 |
| | Singapur | 01 marzo 2006 |
| | Taiwán | 21 agosto 2003 |
| | Canadá | 14 mayo 2010 |
| Acuerdos de alcance parcial | Colombia | 09 julio 1993 |
| | México | 22 mayo 1985 |
| | República Dominicana | 17 julio 1985 |

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE)

➤ **COMPETENCIA:**

✓ **PAISES**

El primer país el cual provee a Panamá de este tipo de productos (jabones íntimos femeninos) es Guatemala. Los siguientes 4 países en la lista son: Estados Unidos, México, COLOMBIA, Zona Franca y Costa Rica.

| Exportadores | Valor importada en 2010 | Valor importada en 2011 | Valor importada en 2012 | Valor importada en 2013 | Valor importada en 2014 ▼ |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Mundo | 33.599 | 23.918 | 20.664 | 24.485 | 25.962 |
| Guatemala | 4.266 | 4.976 | 5.182 | 5.708 | 6.605 |
| Estados Unidos de América | 16.752 | 6.151 | 3.671 | 4.658 | 5.202 |
| México | 2.925 | 3.339 | 3.886 | 4.719 | 3.170 |
| Colombia | 2.767 | 2.784 | 2.102 | 3.492 | 3.124 |
| Zona franca | 0 | 0 | 1.152 | 1.284 | 1.406 |
| Costa Rica | 1.484 | 1.350 | 2.089 | 1.577 | 1.351 |

✓ **EMPRESAS**

En el año 2010 llegó el primer jabón íntimo femenino al mercado panameño, siendo la marca Bacterion del laboratorio Recamier, siendo así, la pionera en este tipo de

productos para el cuidado de higiene personal. También se encuentran otras empresas como: Lactacyd, Ginelle (de origen panameño), Deo Intim y Summer's Eve.



✓ FORMAS DE COMERCIALIZAR EN PANAMA

Los canales de mercadeo en Panamá son simples, los importadores directos actúan como vendedores al por mayor y también como vendedores al detal. Esta situación es común para las confecciones, partes de automóviles y productos de hardware.

En el caso de productos de consumo masivo, alimentos y medicinas, las operaciones de ventas al por mayor y al detal, se realizan por separado.

En el sector de productos industriales las ventas son generalmente manejadas por agentes locales exclusivos o distribuidores y en algunos casos las firmas locales realizan sus compras directamente por medio de brokers o a los productores.

Mucho de los mayores importadores de Panamá son también distribuidores regionales localizados en la Zona Libre de Colón. Generalmente los importadores o distribuidores de esta zona, tienen afiliaciones con los almacenes de la ciudad de Panamá para las ventas al detal en el mercado local.

La cadena de comercialización es corta y relativamente simple. El importador es distribuidor a la vez y mayorista, en algunos casos hasta llega a la venta al por menor. En el caso de los productos industriales las ventas son generalmente manejadas por agentes locales exclusivos o distribuidores

La ciudad de Panamá vende el 65% del total nacional de productos de consumo masivo, el 35% restante se divide entre las principales ciudades: David, Santiago, Chitre y Colón.

➤ PROMOCION:

Los factores clave para tener un buen desempeño en el mercado panameño son: calidad, servicio al cliente, reconocimiento de la marca y un empaque atractivo.

Las estrategias agresivas de mercadeo son usualmente necesarias para lograr el éxito en este mercado.

La competencia entre distribuidores se decide generalmente por el entrenamiento y soporte que recibe de sus representados. Las compañías deben hacer esfuerzos para proveer entrenamiento y servicio técnico a los distribuidores, y estar seguros que los distribuidores tienen los recursos para ofrecer soporte después de venta, incluyendo repuestos, equipos de servicios, etc. La estructura de precios para la importación de productos en Panamá depende del nivel de competencia. Los costos de transporte y los impuestos de importación dependen del producto. En algunos casos, los precios para los productos de consumo y alimentos son mayores que los promedios mundiales debido a los carteles del mercado local.

➤ **PRECIOS EN EL MERCADO:**

| PRODUCTO | DESCRIPCION |
|--|---|
|  | <p>Descripción: FEMINA JABON LIQUIDO INTIMO</p> <p>Código de Barra: 789759590356</p> <p>Código de Barra:</p> <p>Precio: \$7.91 Peso: 200.00 ML</p> <p>Marca: LACTACYD</p> |

| PRODUCTO | DESCRIPCION |
|---|---|
|  | <p>Descripción: LACTAMOUSSE FEMME</p> <p>Código de Barra: 775133300008</p> <p>Código de Barra:</p> <p>Precio: \$8.62 Peso: 125.00 ML</p> <p>Marca: ZONDERKIDZ</p> |

| PRODUCTO | DESCRIPCION |
|---|--|
|  | <p>Descripción: JABON LIQ FEMEN PIEL SENSIBLE</p> <p>Código de Barra: 4160887049</p> <p>Código de Barra:</p> <p>Precio: \$5.88 Peso: 9.00 OZ</p> <p>Marca: SUMMERS EVE</p> |

➤ **FUENTES:**

- ✓ <http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=7975>
- ✓ <http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=7974&dPrint=1>
- ✓ <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Panama.pdf>
- ✓ <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Panam%C3%A1%202013.pdf>
- ✓ <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4053DocumentNo7383.PDF>