



REPÚBLICA DE PANAMÁ
GOBIERNO NACIONAL

PROPANAMA

AUTORIDAD PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES
Y LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

MISIÓN MULTISECTORIAL PANAMÁ – MÉXICO

INFORME REUNIONES DE NEGOCIOS



2021



www.uleadinternational.com

CONTENIDO

Resumen Ejecutivo.....	2
 Citas de Negocios	3
 Seminario Virtual ¿Cómo hacer negocios en México?.....	4
 Empresas Participantes	6
 Desarrollo de Agendas de Negocios.....	13
 Detalles relevantes	14
 Experiencia Digital País	15
Conclusiones y recomendaciones	16
 Anexos	18

RESUMEN EJECUTIVO

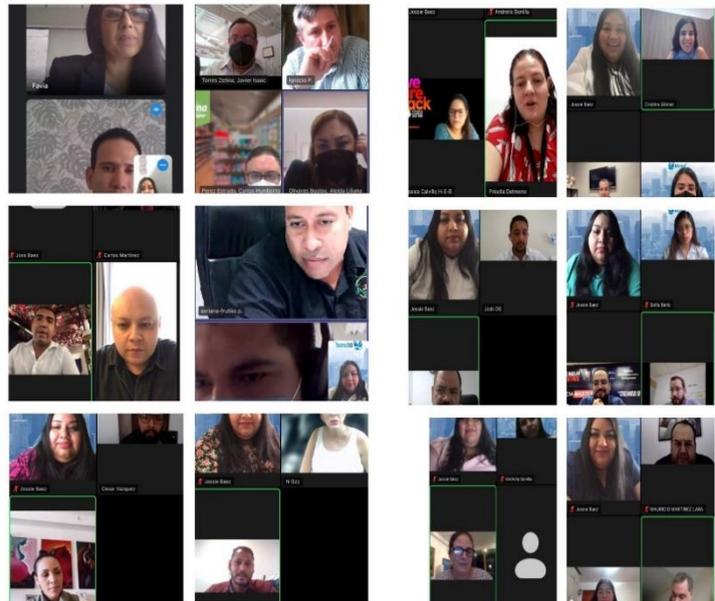
Ciudad de México, 21 de Octubre de 2021.

Con atención a la Autoridad para la Atracción de Inversiones y Promoción de las Exportaciones - PROPANAMA.

En atención a los términos de referencia que contemplan la presentación del Servicio de Consultoría para la Convocatoria de Compradores procedentes de México en el marco de la Misión Multisectorial que se llevó a cabo del 27 al 1 de Octubre de 2021, se presenta el reporte de participación y desarrollo de agendas de negocios por empresa panameña así como también conclusiones y recomendaciones.

Con el fin de fortalecer el sector exportador panameño de diversas industrias, las relaciones bilaterales entre Panamá y México, y a su vez hacer uso de las ventajas que ofrece el tratado comercial entre estos dos países, se desarrolló una gran estrategia de promoción y sensibilización entre empresas mexicanas, grupos de inversión, tiendas departamentales, supermercados, retailers, cadenas farmacéuticas, tiendas conceptuales y especializadas, asociaciones, empresas del sector marítimo y agro en específico interesados en biotecnología.

Los resultados de las actividades de esta misión son alentadores. Las empresas mexicanas han demostrado interés en la mayoría de los productos y están abiertos a establecer alianzas estratégicas donde se comiencen cimientos con un fuerte soporte logístico y comercial.



CITAS DE NEGOCIOS

Respecto a la convocatoria general, se contactó a más de 300 empresas en los distintos sectores como alimentos, bebidas, hogar, moda, inversión, industrial, marítimo y biotecnología en México fueron convocadas vía telefónica y por email. La información correspondiente a la misión se compartió mediante una página web que el equipo de Ulead creó para enlistar las empresas participantes, misma que fue enviada a directores generales, dueños de las empresas, o personas encargadas del área comercial, compras e importaciones.

<http://trademission-panamamexico.atwebpages.com/>

Durante el proceso de contacto se realizó seguimiento a cada una de las empresas seleccionadas por los mismos medios mencionados anteriormente, en este tiempo se confirmó o negó la participación y se resolvieron dudas tales como:

- ¿A dónde exportan actualmente?
- ¿Tienen distribuidor en México?
- ¿Nos pueden enviar alguna presentación con más información de la empresa?
- ¿Cuál es el rango de precios?
- ¿Cómo se ven beneficiadas las empresas mexicanas con esta misión?
- ¿Los proveedores manejan marca blanca?

El objetivo central del evento fue establecer relaciones comerciales que favorecieran a ambos participantes. En este sentido se contactó y solicitó reuniones a empresas mexicanas que actualmente están importando o con confirmado interés en vincularse con Panamá e importar productos desde este país.

Cuando se coordinaron las agendas, cada empresa tuvo oportunidad de entrar en contacto con siete compradores potenciales, para que conocieran la oferta exportable panameña, los productos, precios mínimos entre otros detalles para dar pauta a negociaciones finales.

Fueron 15 empresas panameñas que enviaron su formato de registro, de las cuales en primera instancia se coordinó una reunión para conocer sus intereses, analizar su oferta y la mejor estrategia de entrada al mercado mexicano para después desarrollar un proceso de inteligencia comercial que resultaría un listado de empresas con potencial de compra y vinculación. Ya teniendo esta retroalimentación, se procedió a contactar y dar seguimiento para coordinar las citas de negocios. Antes de comenzar las reuniones, se impartió un **Seminario Virtual vía Zoom** con puntos importantes de la negociación en el mercado Mexicano, a continuación un breve resumen.

¿CÓMO HACER NEGOCIOS EN MÉXICO?

Seminario Virtual

Panorama General

- México es considerado por el Banco Mundial (BM) como un país de ingreso medio – alto, con un GDP alrededor de los US\$ 1142 billones y un GDP per Cápita de US\$ 9431.
- Es el segundo país más industrializado y la segunda mayor economía de Latinoamérica después de Brasil, ocupando el lugar 15° entre las mayores economías del mundo.
- Cuenta con una red de 12 tratados de Libre Comercio con 46 países (TLC's), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRISS) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial)

Protocolo Corporativo (Do's & Dont's)

- Protocolo cultural – corporativo – diplomático: Los mexicanos son muy amistosos con los extranjeros, siempre buscan ayudar en lo que puedan. (Sí = No; No = Sí). Son muy nacionalistas, hay que tener cuidado con temas religiosos y/o políticos. Los Brochures, presentaciones, sitios web y hablar en español es sin duda una estrategia ganadora. Se acostumbra a cerrar tratos durante la hora del almuerzo. Las relaciones y días festivos son importantes. Los compradores generalmente están saturados entre reuniones y trabajo cada fin de mes o eventos especiales de la compañía. El primer encuentro es importante, las primeras impresiones cuentan mucho.
- A la hora de negociar en México: En México se acostumbran plazos de largos financiamientos por lo que se aconseja ser claro en la negociación. La sociedad mexicana es altamente jerárquica. Es común que los directores tengan que estar involucrados en todas las decisiones comerciales. Los picos de ventas más importantes en el mercado mexicano son: El Buen Fin (versión mexicana del Black Friday que es en noviembre), Día de las madres (mayo), Back to School (julio/agosto), Navidad (diciembre).
- Consejos para el éxito comercial: Las empresas que tienen un buen representante comercial con conexiones público-privadas locales y de alto nivel, son aquellas que logran más éxito. Es importante saber que, debido a la apertura comercial en México, la competencia puede no ser un productor local, sino una empresa de cualquier país de mundo. Otro aspecto muy importante para considerar es la 'tropicalización' para deleitar al consumidor mexicano (muy importante en textiles, alimentos y software)

Oportunidades para hacer negocios en México

La logística ha sido un elemento clave para el desarrollo del país sobre todo gracias al rol comercial de México con Estados Unidos. El 85% de las exportaciones mexicanas están dirigidas a la frontera norte. Más de 900 toneladas de mercancías son desplazadas por año.

Transporte y Logística

- Algunos de sus puertos marítimos son: Lázaro Cárdenas, Manzanillo, Altamira, Veracruz, Dos Bocas, Tampico, Tuxpan, Salina Cruz, Puerto Vallarta, Coatzacoalcos, Puerto Chipas, entre otros.

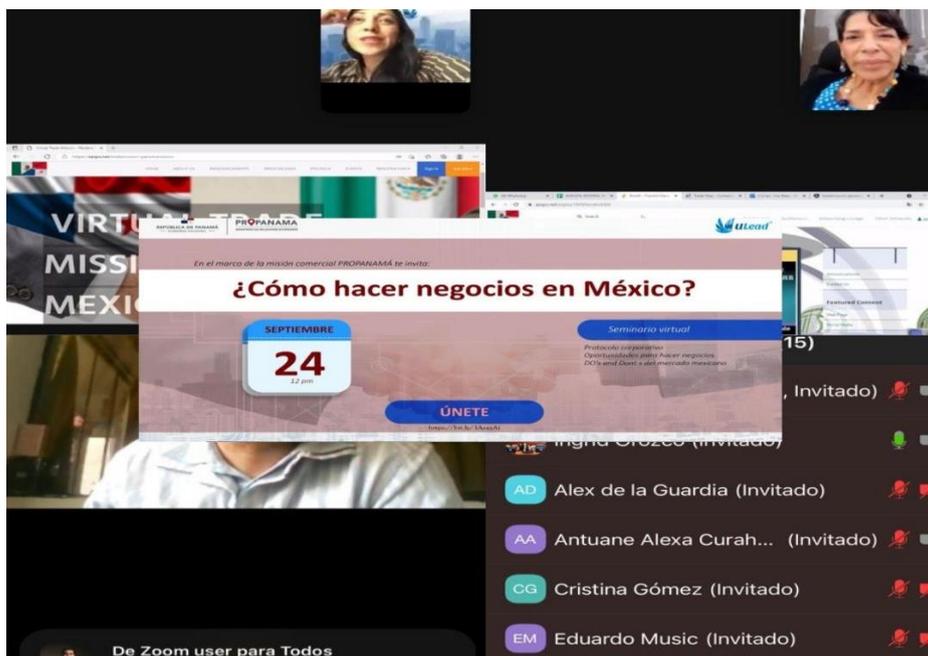
- Automotriz: Son el 7° lugar en el mundo en producción mundial de automóviles. Hay 15 plantas operando en México. Presencia de Nissan, Renault, Honda, Mazda, Audi, Mercedes-Benz.
- Alimentos y bebidas: Por su ubicación privilegiada, México se ha convertido en el principal país exportador del sector agroalimentario del mundo.
- Tecnologías información: México es uno de los líderes mundiales en Tecnologías de la información y outsourcing de dichos procesos de negocio. Para esta industria, ocupa el 6° lugar mundialmente y el 2° en Latinoamérica como destino de inversión.
- Manufactura avanzada: Representa el 20% del GDP en México. Está principalmente enfocado en la industria aeroespacial, automotriz y electrónica, aunque hay potencial de crecimiento en otros subsectores.
- Moda: Durante el 2020, la industria de la moda entró en crisis y migró al mundo digital para poder sobrevivir; desde el cierre de tiendas en centro comerciales, caídas de las departamentales y ventas textiles, hasta la transformación virtual de las plataformas de moda y el repunte del e-commerce.

Consideraciones Generales

El estar informado con todo el tema de exportación hacia México, tramites, certificaciones, aranceles y dar opciones de transporte siempre será una ventaja, que aunque las empresas panameñas aún no exporten, el estar respaldados con esa información durante la conversación o al corto plazo de terminarla, le genera más confianza al empresario mexicano.

Si existe alguna posibilidad de cerrar negocios, lo más seguro es que pidan muestras.

La importación de muestras en México está exenta del impuesto general de importación, ya que las muestras no se consideran mercancías. Para desembarcar productos en México, el importador directamente o a través de un despachante, debe presentar los siguientes documentos: Nota fiscal (factura), Bill of Landing, Certificado de Origen, Certificado de Peso, Declaración de Valor para la importación. Packing List.



Seminario Virtual Vía Zoom, Sept. 2021.

EMPRESAS PANAMEÑAS PARTICIPANTES EN LA MISIÓN COMERCIAL MULTISECTORIAL



PANAMÁ – MÉXICO

27 SEPTIEMBRE AL 1º DE OCTUBRE DE 2021

Información del Participante	Perfil de la compañía
<p data-bbox="571 248 836 286">Panama Blue Water</p>  <p data-bbox="381 667 1018 705">Sector: Alimentos y Bebidas – Agua embotellada</p> <p data-bbox="437 996 962 1034">Website: www.panamabluewater.com/</p> <p data-bbox="549 1160 850 1198">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p data-bbox="1222 248 1513 365">Panamá Blue ofrece agua embotellada de manantial</p> <p data-bbox="1222 371 1513 1261">proveniente de las fuentes naturales de Cerro Azul en la Provincia de Panamá de las aguas más puras y final del mundo. Su objetivo es ofrecer agua embotellada de calidad y contribuir al bienestar del cliente y al cuidado del entorno biológico del país. La estrategia para su entrada al mercado mexicano fue sobre dos vertientes, retail dirigido a un nivel socio económico medio alto y food service a través de cadenas de hoteles.</p>
<p data-bbox="552 1285 1007 1323">Kerzen – Fábrica de Velas Soledad</p>  <p data-bbox="533 1608 1018 1646">Sector: Hogar- Velas y aromatizantes</p> <p data-bbox="564 1664 987 1702">Website: www.velaskerzen.com</p> <p data-bbox="549 1937 850 1975">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p data-bbox="1222 1285 1513 2022">Velas Kerzen ofrece distintos tipos de velas aromáticas, religiosas, cubos de cera entre otros productos con el objetivo de proveer una experiencia de calidad a los clientes sin dejar de lado la constante innovación en la creación de nuevas sensaciones. Se reunió con importantes supermercados, tiendas de decoración y de artículos religiosos.</p>

<p style="text-align: center;">Advanced Biocontrollers S.A</p>  <p style="text-align: center;">Sector: Agro - Biotecnología Website: www.abiocontrollers.net/</p> <p style="text-align: center;">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p>Advanced Biocontrollers ofrece productos de control biológico como bioinsecticidas, biofungicidas y biomaticidas diseñados con procesos disruptivos de biotecnología y nanotecnología que garantizan eficiencia y seguridad probadas en países de la región y Sudamérica.</p>
<p style="text-align: center;">SHIPSAS Panama</p>  <p style="text-align: center;">Sector: Industrial - Naviero Website: www.shipsaspanama.com</p> <p style="text-align: center;">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p>Distribuidor especializado de equipos de termómetros y manómetros para uso industrial, hidráulica, motores de embarcaciones, motores, calderas y tuberías. Se contactaron con proveedores de buques, empresas navieras que surten a barcos en los distintos puertos de México.</p>

GRUPO HTZANETATOS

Café Tezzora



Sector: Alimentos y Bebidas.

Website: www.tzanetatos.com/alimentos/cafes/cafe-tezzora/
www.facebook.com/CafeTezzora/

CITAS DE NEGOCIOS: 4

Un café de aroma y sabor intensos, 100% panameño.

Más que un grano es el fruto de un paraíso fértil en la montaña a 1,500 metros de altura. Producido con los más altos estándares de calidad internacional.

Empresa del Grupo Tzanetatos.

El match sugerido fue principalmente con supermercados, tiendas en línea, departamentales y una Asociación. El representante se logro reunir con con 4 de las 5 empresas mexicanas, intercambiaron contactos para dar seguimiento.

GRUPO HTZANETATOS

Metalpan



Sector: Construcción

Website: www.metalpan.com

CITAS DE NEGOCIOS: 5

Metales Panamericanos, S.A. (METALPAN) es una empresa del Grupo Htzanetatos, dedicada a ofrecer soluciones versátiles y de calidad a los sectores de la construcción, la industria y el agro.

Se entrevistaron con constructoras y

Green Products Latam



Sector: Hogar - Bolsas Reutilizables

Website: www.greenproductslatam.com

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Green Products se dedica a la producción y comercialización de bolsas de material reciclable y de diversos usos para frutas, verduras, hortalizas, estas bolsas tienen diseños innovadores que también contribuyen a la reducción de la contaminación ambiental al reducir el uso de plásticos de un solo uso. Logro entrar en contacto con algunas tiendas naturistas, en línea y supermercados.

Pedro Mandinga Ron



Sector: Bebidas alcohólicas

Website: <http://pedromandinga.com/>

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Pedro Mandiga es el primer ron artesanal de raspadura en Panamá. Sus rones son suaves y fáciles de tomar.

Están buscando inversionistas que compren su franquicia en México. El representante de Pedro Mandinga se reunió con algunos posibles inversionistas, entre ellos grupos de hoteles y restaurantes, así como licorerías importantes en el país.

Q´Cheff



Sector: Alimentos

Website: www.yocomproen.ciudadelsaber.org/tienda/priscila-detresno/

Perfil de Instagram:
www.instagram.com/elsaborqcheffpty/?hl=es

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Q´Cheff ofrece condimentos como el adobo, chimichurri y aderezo parrillero con la misión de ofrecer al cliente una experiencia deliciosa en cada uno de sus hogares.

La estrategia para entrar al mercado fue con medianas empresas, con tiendas físicas y en línea, incluso se logró mostrar su oferta con un supermercado.

H&H Products



Sector: Alimentos

Website: <http://hhproducts.atwebpages.com/>

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Salsas de Habanero elaboradas con ingredientes naturales y orgánicos. Cuentan con tres variedades.

Sus citas de negocios fueron con tiendas físicas y plataformas en línea, incluso se logró reunir con un supermercado del norte del país.

Industrias Alimenticias Doraz S.A.S



Sector: Alimentos

Website: <http://www.salsadoraz.com/>

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Industrias Alimenticias Doraz, S.A; es una empresa productora de salsas y aderezos para la preparación de alimentos, ofrece productos como picantes, jugos de ajo, Achiote entre otros productos.

Su amplia variedad de productos es un factor importante en su entrada al mercado mexicano, pues le dan un diferenciador a lo que existe actualmente, con algunas compañías quedaron en enviar muestras.

Frutiks Panamá



Sector: Alimentos y bebidas

Website: <http://frutikspanama.com>

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Dedicados a la producción y distribución de jugos de la más alta calidad. Empresa comprometida con la salud, ofrece productos que promueven una nutrición óptima y un sabor natural inmejorable.

<p style="text-align: center;">Franklin Panamá</p>  <p style="text-align: center;">Sector: Moda - Textiles</p> <p style="text-align: center;">Website: http://franklinpanama.com</p> <p style="text-align: center;">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p>Franklin panamá, es una empresa enfocada en la impresión de molas en textiles de seda, el modal, el algodón; dentro de ella se encuentra la colección de pañuelos, bufandas, pareos, corbatas y llaveros.</p> <p>La oferta de sus piezas exportables, se dio a conocer a tiendas departamentales, concept stores y marcas mexicanas que tienen similitud en el cliente de alto nivel adquisitivo.</p>
<p style="text-align: center;">M & R Wilson</p>  <p style="text-align: center;">Sector: Hogar</p> <p style="text-align: center;">Website: www.mrwilsonpens.com</p> <p style="text-align: center;">CITAS DE NEGOCIOS: 7</p>	<p>M & R Wilson, es una empresa que actualmente se encuentra en crecimiento y fabrica bolígrafos de maderas exóticas de panamá.</p> <p>Sus reuniones fueron muy productivas, con tiendas especializadas y tiendas departamentales.</p>

CURU



Sector: Textil – Moda

Website: www.fashionweekpanama.com/curu/

Perfil de Instagram: www.instagram.com/curuluxury/

CITAS DE NEGOCIOS: 7

CURU es una marca que se enfoca en el diseño de piezas de moda contemporánea y tradicionales de panamá; dentro de sus líneas ofrece curu handbags, shoes, jewelry y clothing.

La estrategia de entrada al mercado mexicano es mediante concept store y con algunas tiendas departamentales.

Alma Dos Mares



Sector: Moda

Website: www.almadosmares.com/

Perfil de Instagram: www.instagram.com/alma.dosmares/

CITAS DE NEGOCIOS: 7

Alma Dos Mares, es una compañía que diseña joyas con diseños modernos involucrando la artesanía, estos productos son realizados con escamas de pescado y son realizados a mano.

Se reunió con tiendas similares que venden artículos para eventos por ejemplo bodas, así como también con joyerías de distintos puntos estratégicos del país.



Desarrollo de Agendas

De Negocios

En el marco de la Misión Multisectorial entre México y Panamá, se ha contado con la participación de importantes cadenas de supermercados, tiendas departamentales, tiendas orgánicas o de productos naturales, empresas de construcción, marítimas y del sector agronegocios, así como también plataformas tecnológicas y con presencia relevante en el mercado local.

El proceso se inició con entrevistas con cada empresario panameño para conocer con mayor detalle sus productos, así como también la experiencia de estos en exportación e internacionalización.

Con esta información desarrollamos un proceso de inteligencia comercial y les enviamos una lista de empresas mexicanas que correspondían con sus intereses para que se indicaran prioridades y comenzar a solicitar las reuniones.

Los compradores que actualmente no importan desde Panamá, están interesados en conocer los aranceles, estrategias de importación y recibir propuestas de las empresas panameñas de manera formal para proceder a un cierre de negocios.



Detalles Relevantes

En la mayoría de las reuniones que se llevaron a cabo, ambas partes acordaron mandar información respecto a presupuesto y cantidades. En el desarrollo de la misión los encuentros se realizaron mediante zoom, meet ó teams; fueron reuniones fluidas, la dinámica en general siempre fue la presentación con nombres; cargos, y después las empresas panameñas proyectaban su presentación o les contaban sus inicios, describían la empresa y sus productos, después una ronda de preguntas y respuestas, al cierre analizaban posibles colaboraciones, requerimientos de productos específicos o características para el mercado mexicano y pedían más información, muestras o cotizaciones de ser su caso.

Los empresarios panameños fueron acompañados en el proceso de entrevistas, asesorados con la información que requirieran por ejemplo de la nueva reglamentación de etiquetado para las empresas de alimentos y bebidas. Las compañías mexicanas, fueron muy insistentes en que se debe contar con las certificaciones necesarias.

Si bien esta misión comercial fue en su mayoría acogida favorablemente en el mercado mexicano, también se encontró un nivel alto de negativas para algunas empresas. Las razones principales; la afectación que la pandemia ha tenido sobre las empresas, trabajadores y la economía.

Uno de los puntos a favor de los exportadores panameños, es que los fletes de contenedores son más estables en precio, que los que vienen en Asia, para Metalpan del Grupo Htzanetatos que ofrece material de construcción, este punto le aumenta el potencial para cerrar la negociación.

Cabe mencionar que la empresa Alma Dos Mares, fue la más difícil de conectar y despertar el interés de las empresas mexicanas y la principal razón es que el sector ha sido fuertemente afectado en los eventos sociales, y también el material de la escama que se les hace raro, las empresas que aceptaron la reunión lograron verlo como lo que son, piezas artesanales y confiamos que con alguno de ellos puedan entrar al mercado mexicano pues son empresas que lo ven como una oportunidad de ofrecer algo distinto a sus clientes.

Es posible reafirmar que la metodología usada para la selección de las empresas multisectoriales fue satisfactoria, dado que se sugirieron y contactaron empresas con buen potencial, varias están abiertas y buscando oportunidades de negocio.

Por otro lado, las afectaciones de la pandemia fueron un factor definitivo para el tiempo de respuesta de las solicitudes de reunión, ya sea porque los empleados no están laborando de manera normal en las oficinas y eso afectó la comunicación vía telefónica, ya que la mayoría de los compradores siempre tienen su correo saturado, también el cierre del año fiscal, las actividades para el buen fin y de la temporada decembrinas.

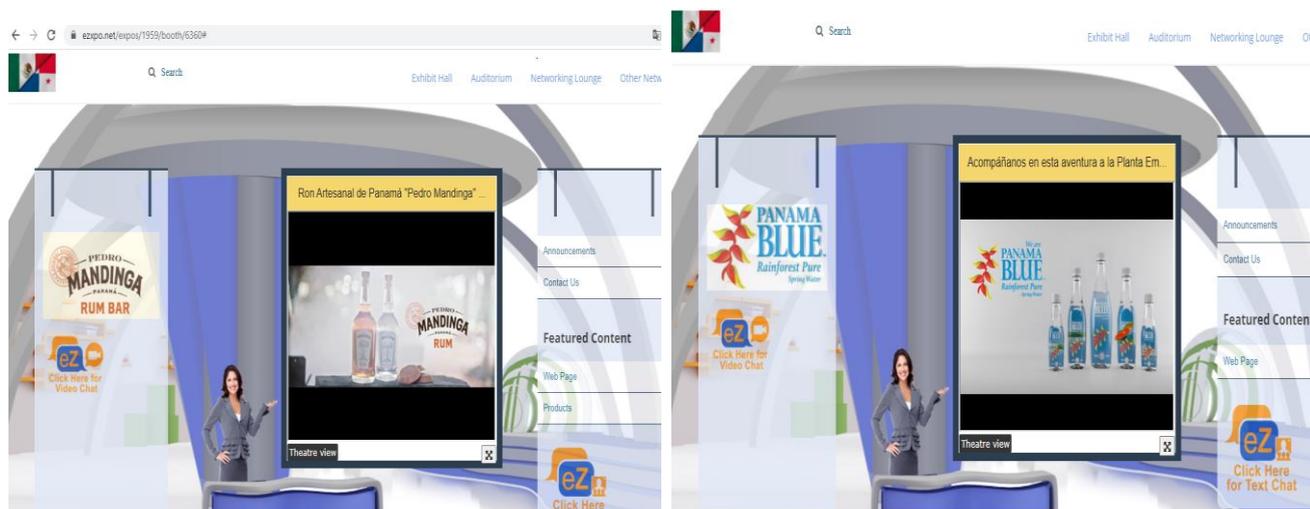
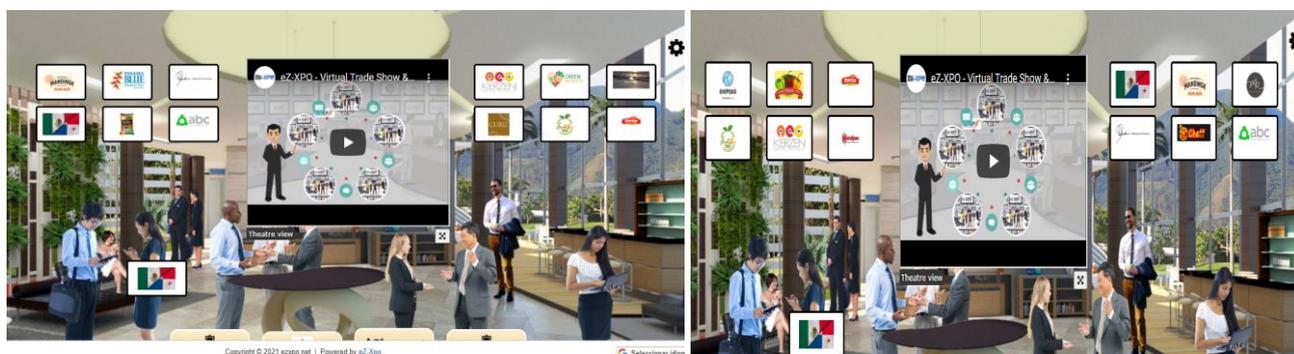
Experiencia digital país

En el marco de la Misión Comercial se llevó a cabo una activación digital que presentaba los perfiles y posicionaba a las empresas panameñas participantes de esta misión comercial frente a los compradores potenciales del mercado mexicano y estadounidense, así tener las herramientas digitales para anclar intención de compra, colaboración, representación incluso inversión, se llevó a cabo en dos formatos.

Una página web <http://trademission-panamamexico.atwebpages.com/> que se usó para las comunicaciones vía mail, en la cual también se podían solicitar reuniones y la participación en la plataforma www.eZ-Xpo.net donde se contó con un auditorio para conferencias, stands virtuales con la presentación en video de las empresas y productos, además de links directos a las páginas web para enviar correos. Esta plataforma no solo está disponible en México, sino que también llega a Estados Unidos y Canadá, al registrarse puede ponerse en contacto también con otras redes o expos que estén activas y hacer networking, quedara activa lo que resta del año.

Virtual Trade Mission – Panamá – México 2021

URL: www.ezxpo.net/trademission-panamamexico/login



Durante la activación digital se sorteó la creación de una página web para las empresas que no contaban con una y el beneficiado fue el Sr. Hernan de H&H Products.

México es el tercer socio comercial más grande de Panamá y el octavo mayor usuario del Canal de Panamá a nivel mundial. Las principales exportaciones de Panamá a México incluyen: menajes de casa, material de andamiaje, combustible, productos farmacéuticos, aceite de palma, embutidos e insumos para la industria del perfume.

La misión comercial multisectorial estuvo integrada por representante del sector de bebidas y alimentos, construcción, industria marítima, biotecnología para el campo, moda y hogar.

Esta misión permitió que los participantes conocieran las necesidades de quienes pueden ser sus nuevos clientes, su potencial de crecimiento, cuáles son las expectativas, regulaciones y requerimientos. Sin embargo, es sumamente importante llevar a cabo el seguimiento puntual y cumplir con todo lo acordado en tiempo y forma.

Se contactaron cerca de **trescientas empresas**, hubo interés en conocer los productos y obtener más información de **ciento treinta**, y al final se lograron conectar a **cien**. A continuación, daremos los puntos importantes por sector,

El sector de alimentos y bebidas tiene apertura al exterior pero es protectora en cuanto al consumo local. La tendencia actual cada vez más, es el consumo de productos saludables y cuidadosos con el medio ambiente, hechos de productos naturales, en el caso de las empresas de salsas y el café algunas de las negativas fueron porque no eran orgánicos, o al ver el perfil no se les hacía que tuvieran valor agregado ya que en México hay muchos tipos de salsas y café, en cuanto a esta tendencia puede ser una buena táctica de diferenciación que se tendría también que resaltar el que sea más saludable o que tenga un sabor muy diferente a lo que ya existe en el mercado.

Las reuniones de la empresa Panama Blue Water, confirmaron la necesidad de contar con un distribuidor en México, y se cumplió con las expectativas de la directora comercial en impulsar su entrada al mercado en dos vertientes, pues se puso en contacto con tiendas departamentales, supermercados, pero también con la asociación y un importante grupo de hoteles.

La empresa Frutiks Panamá encontró tres opciones para entrar al mercado mexicano ya sea con materia prima para los que también son fabricantes, bajo marca blanca para algunos supermercados, y entrar con su marca a una cadena enorme de farmacias.

En el sector de Construcción se registró un amplio potencial, la mayoría de las empresas mexicanas pidieron fichas técnicas de las estructuras y en la conversación siempre se resaltó la ventaja de que actualmente los fletes de Asia tienen un costo elevado y que es una oportunidad por la cercanía evaluar la importación desde Panamá que en cuanto a costos es más estable.

En productos del Hogar las empresas de Velas Kerzen y Green Products Latam se hicieron notar por su valor agregado; innovación en sus productos.

En el sector moda hubo tres participantes dos de ellos, Franklin y Curú Panamá venden piezas de lujo y artesanales, que buscan entrar a través de tiendas departamentales y concept store, quienes están evaluando relación calidad y precio, a ellos los reunimos también con un colectivo de moda que incluso los invito a participar con ellos en sus expos y la próxima Intermoda, con los demás están en espera de armar un plan de colaboración, pineda covalin y otros se enfocaron también en colaboraciones creativas.

Otra empresa que entra en sector moda que fue todo un reto buscarle mercado, es Alma Dos Mares, tuvimos que insistir y platicarles acerca de lo tradicional que son las escamas en Panamá, cuando veían cual era la materia prima principal no se lo imaginaban en sus tocados o joyería, pues en México se encuentran productos de escama pero es muy rustica no tratada, confiamos que las empresas que se dieron la oportunidad de conocer su producto y les gusto, logren llegar a un acuerdo comercial.

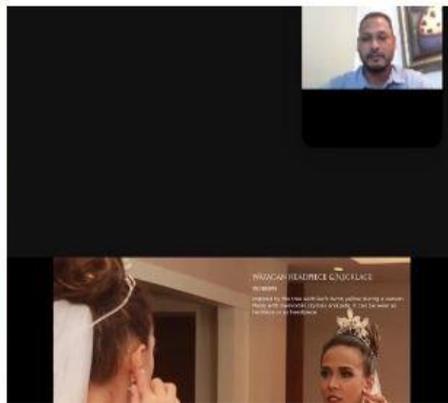
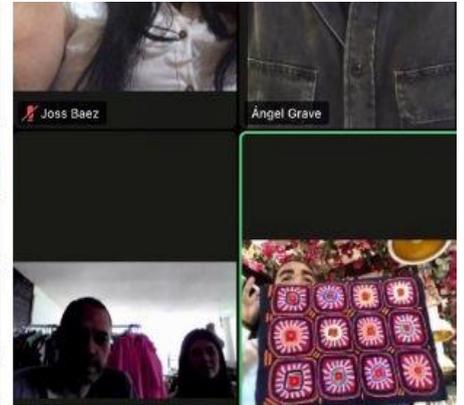
La empresa Mr. Wilson tuvo una buena aceptación y las empresas que se reunieron con él se fueron muy complacidas, lo invitaron a expos en México, le propusieron hacer reseña de sus plumas y ser distribuidores, solo queda que el elija con quien colaborar.

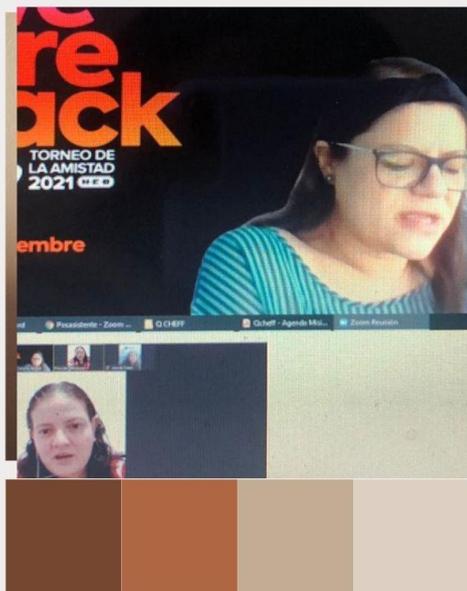
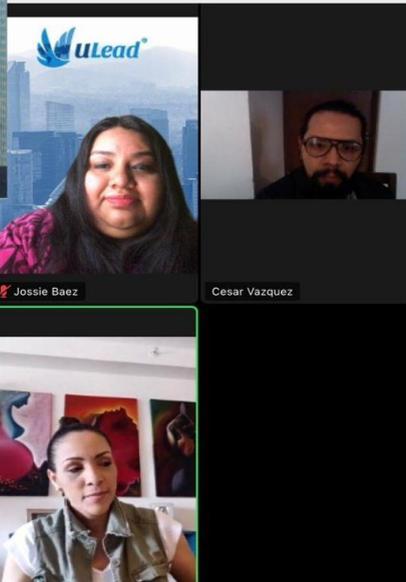
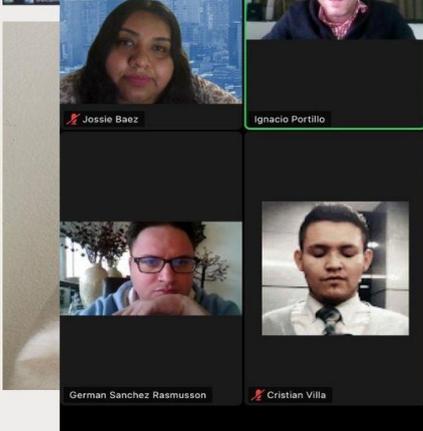
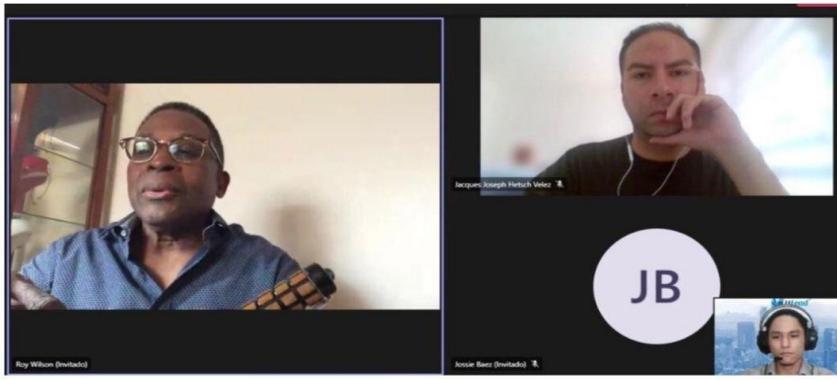
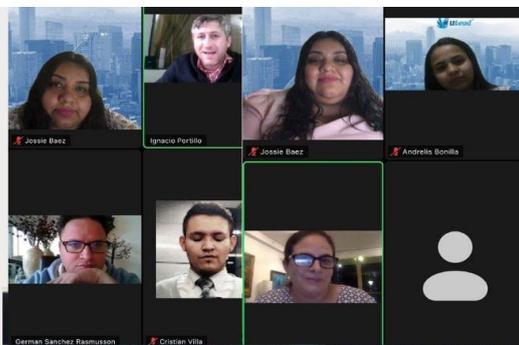
Y por último la empresa Pedro Mandinga Ron que más que importar el ron, está en búsqueda de inversionistas, así que le propusimos grupos que han llevado a México Franquicias, también se reunió con importantes organizaciones que tienen cadenas de restaurantes y bares, Grupo Presidente por ejemplo quedaron muy interesados en darle seguimiento, licorera del sur incluso le han hecho llegar muestras para ser su posible distribuidor, la ventaja de Pedro Mandinga es que ya tienen la formula aplicada en otros países y ha sido un éxito vender la experiencia completa.

Algunas de las empresas panameñas que regularmente son las que ya exportan tenían idea de las operaciones de logística y operativas, y fue una ventaja al conversar con los contactos locales. Sin embargo, se recomienda a las que todavía tienen pendiente enviar información, se asesoren en cuanto a los costos para ya presentar su propuesta comercial completa, también será útil para ellos conocer la totalidad del gasto que implica la operación.

En general los empresarios de ambos países consideraron que ampliar el intercambio comercial entre México y Panamá con las circunstancias actuales generará resultados provechosos para ambos países.

MISION COMERCIAL EN FOTOS





MISION COMERCIAL PANAMA - MEXICO

