



REPÚBLICA DE PANAMÁ
— GOBIERNO NACIONAL —

PRO**PANAMA**

AUTORIDAD PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES
Y LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

INFORME DE MISIÓN OFICIAL 2022



معرض الأخشاب
WOODSHOW

*Dubai World Trade Centre, Dubái.
Emiratos, Árabes Unidos*

Del 15 al 17 de marzo de 2022



ÍNDICE

Objetivo	03
Resultados	03
Lista de participantes	03
Anexos Antecedentes	04
Conclusiones	04
Fotos del evento	04



OBJETIVO

Resaltar la alta calidad de nuestra teca, y los volúmenes disponibles para despachar durante todo el año, lanzar la marca PANAMA TEAK, para dar a conocer que en Panamá hay teca de alta calidad de exportación, servicios y una nueva planta procesadora de alto rendimiento y precisión, demostrando al mundo la capacidad de las empresas panameñas de exportar grandes cantidades de esta madera, a través de las más de 31 mil 600 hectáreas certificadas con FSC y disponibles para exportar a los mercados más exigentes.

Lograr captar distribuidores para madera procesada y mayoristas de construcciones de grandes superficies, impulsar la fusión de los productos de alta calidad, como el reconocido café Geisha en cápsulas, el agua para resaltar aún más la alta calidad de los productos, asegurando uno al otro.

RESULTADOS

(Valor agregado en el desempeño de su cargo):

Se logró el objetivo de País / sector y de la autoridad.

- Ver encuestas de las empresas que participaron con intenciones de compras directas. El cierre del evento se dio con un aproximado de 8 millones de dólares, en caso positivo que todas las empresas lograran concretar los cierres de venta tomando en cuenta que su zafra está por terminar y la planta procesadora no está todavía operativa.
- Quizás juntos alcancen esta cifra como ventas totales del año. En caso de APICAL, si mejora los márgenes por 5%, ya será un logro importante. La Empresa estima que a corto plazo el beneficio pueda ser unos 60 mil dólares. El resto depende del desarrollo de los canales de venta (indirecta/directa con intermediarios o no).
- El resultado fue exitoso considerando la adicionalidad que pueda dar, con respecto a la situación actual. En caso de APICAL, comenta que a corto plazo (2023) puedan ser los 60 mil y a mediano plazo, hasta 500 mil, dependiendo si se logra montar una estructura más rentable o no.
- Se logró conectar con potenciales compradores y distribuidores de países tales como: Emiratos Árabes Unidos, Pakistán, India, Rusia, USA, Jordania, Israel, Siria, Irán, Irak, Kuwait, Bahrein, Qatar, Egipto, Arabia Saudita y de Europa (Italia, Portugal, Inglaterra, Francia, Turquía y Rumania) y Japón.
- Las conexiones directas se lograron evitando los intermediarios.
- Se enviaron muestras para pruebas técnicas a un potencial cliente de Japón.

Se promovió la oferta exportable en mercados internacionales, a través de aliados estratégicos, facilitando todo el escenario para hacer negocios. Se hizo la introducción a las empresas con nuevos nichos de mercado, principalmente del medio Oriente, India, Pakistán, Estados Unidos, Inglaterra, Australia y países de la Unión Europea (UE) y se coordinó e impulsó en materia de promoción internacional, a través de los medios locales de la feria para que se hicieran entrevistas y grabaciones de la participación de las empresas y las nuevas conexiones comerciales que se darán a corto, mediano y largo plazo. Por primera vez, el estado panameño gestiona a través de "PROPANAMA" y realiza este tipo de actividades.

El impacto en las funciones bajo su responsabilidad será a:

- PROPANAMA a través de la Unidad de Exportaciones, colaboró de inicio a fin con las empresas y facilitó un espacio adecuado y congruente con la visión del sector.
- Se logró la reunión con Mr Dawood Al Shezawi, CEO de Wood Show y se formalizó la inauguración del stand de Panamá y el lanzamiento de la nueva marca, PANAMA TEAK.
- La exposición y desarrollo de Panamá, permitió el encuentro de la delegación de Panamá con H.E. Dr Thani bin Ahmed Al Zeyoudi, Minister of State for Foreign Trade. Quien visitó el stand y nos felicitó por la participación y comentó el interés de fortalecer las relaciones comerciales entre Panamá y EUA.
- ECOTOPIA TEAK S.A y APICAL REFORESTADORA, S.A., tuvieron ponencia en los seminarios y conferencias de la feria donde mostraron las razones, valor agregado y las ventajas de la teca de Panamá y las posibilidades de comercialización.
- Se logró posicionar la marca PANAMA TEAK, ante medios internacionales y nacionales en Panamá y en las diferentes Asociaciones del país, lo reconocieron como ANARAP, APEX, SIP y CONEP y CCIAP de Chiriquí.
- Se realizó reunión con el representante de la Cámara de Comercio de Dubái y la parte privada a fin de fortalecer las relaciones comerciales y crear alianzas con el sector.

LISTADO DE PARTICIPANTES

NOMBRE

1.	Yelsica H. Caballero	PROPANAMA
2.	Luis Antonio Rios Gnaegi	BATIPA
3.	Ana Selena Lacayo	BATIPA
4.	Zuleika Cornejo de Sierro	FORWOOD
5.	Juan Carlos Sierro	FORWOOD
6.	Brijesh Dubey	FORWOOD
7.	Alf Martin Herman Johansson	ECOTOPIA TEAK
8.	Bianca Johansson	ECOTOPIA TEAK
9.	Hannu Hietavirta	APICAL Reforestadora
10.	Robert Kroesen	UNITED NATURE
11.	Javier Arosemena	UNITED NATURE
12.	Andrés Axelsson	UNITED NATURE

ANEXOS – ANTECEDENTES

- PROPANAMA a través de la dirección de Exportaciones, Impulsa la fusión de los productos de alta calidad como el reconocido café Geisha en cápsulas, el agua para resaltar aún más la alta calidad de los productos, apalancando uno del otro.
- India reconoció la ponencia de Panamá y mostró mayor interés en valorar los precios de alta calidad del producto panameño.
- Datos del Stand: El espacio resaltó los elementos que hacen la diferencia del producto, la alta calidad, los colores que distinguen la teca y fue congruente con la visión del sector, por ende, la presencia fue robusta y el lanzamiento de la marca en conjunto con la adecuación, llamó la atención y facilitó mayor interés de los participantes con las empresas panameñas y lograron los nuevos contactos con profesionales de la industria, y potenciales compradores.

Seguimiento con el sector.

- Fortalecimiento de la marca e inclusión de más empresas que se beneficien de la participación del país en los eventos internacionales. Próximas ferias o exposiciones temas silviculturales, proyectos y los mercados. Principalmente atienden las reforestadoras e inversionistas.
- <https://www.worldteakconference2020.com/> (creo que debemos poner la feria de China que es la otra donde se venden tucas y RISI pero no tiene este año eventos).
- Fortalecimiento y protección de la marca PANAMA TEAK, con la demanda de productos certificados de alta calidad.
- Seminarios sobre, marketing, E-commerce e interacción multicanal creciendo diariamente sobre regulaciones, tendencias, y oportunidades comerciales para el sector.
- Visitas de campo para conocer mejor a los clientes y reuniones con actores logísticos y socios de otras marcas como PANAMA GEISHA.

Seguimiento y Promoción a las Intenciones de compra directa.

- Conexiones a través de los representantes de Marketing MAYOR EXPOSICIÓN CON LOS ALIADOS ESTRATÉGICOS DE PROPANAMA. Entrevistas personalizadas y ponencias en las plataformas y redes sociales con alcance nacional y global para sensibilización del sector que es desconocido aún para los panameños.
- Plataforma B2B: En plataformas B2B, seguimiento con Wood Show para obtener el directorio de los participantes, para mejor alcance en cuanto al networking con el expositor, a la cámara de Comercio o Wood show, lista de distribuidores y asociaciones.
- Introducir con las autoridades locales, MICI para el asesoramiento del sector respecto al registro internacional de la marca Panama Teak.
- Proveedores que presenten servicios como administradores de redes y plataformas virtuales.
- El sector mostró interés en participar en ferias, que destacan en Austria y Francia, pero ya estas ferias tienen mucho menos enfoque en materia prima. También en Shanghái, pero con una estrategia definida para China. Tradicionalmente China, tiene demanda para maderas duras y oscuras, del bosque nativo.
- PROPANAMA podría impulsar con el sector, MICI y demás actores, hacer un estudio previo sobre las tendencias y demanda en China y luego tratar de posicionar la teca de país para satisfacer los nichos encontrados (si los hay). Otra posibilidad son las empresas exportadoras

de muebles certificados FSC, fábricas en China. Estos pudieran ser (ya) clientes a corto plazo. Caso similar a Vietnam. Ahí podrán beneficiar empresas que tiene madera de corte final disponible (Ecotopia, Batipa, United Nature).

Reunión con Empresa Bründen Group, especializada en Trade de Commodities a nivel global, en mercados de alta complejidad, como Europa del Este, África, Los Emiratos Árabes Unidos, África, India, Asia, Australia.

Reunión con la Agregada Comercial de UAE para crear una estrategia de promoción de la teca panameña en Dubái.

CONCLUSIONES

- Al 100% todas las empresas quedaron satisfechas y se cumplió con las expectativas y objetivo principal.
- Se lograron altas intenciones de ventas para todas las empresas incluso para las de café y agua, que se le darán seguimiento a corto plazo, con el sector.

FOTOS DEL EVENTO



Encuentro de la delegación de Panamá con H.E. Dr Thani bin Ahmed Al Zeyoudi, Minister of State for Foreign Trade. Quien visitó el stand y felicitó por la participación y comento el interés de fortalecer las relaciones comerciales entre Panamá y EAU.



INAGURACIÓN OFICIAL, POR YELSICA H. CABALLERO, JEFE DE EXPORTACIONES - PROPANAMA, BIANCA MORÁN, GERENTE GENERAL DE ECOTOPIA TEAK y Dawood Al Shezawi, CEO de Wood Show, Cámara de comercio de DUBÁI, la delegación de empresas exportadoras.



PROPANAMA a través de la dirección de Exportaciones, Impulsa la fusión de los productos de alta calidad como el reconocido café Geisha en cápsulas, el agua natural para resaltar aún más la alta calidad de los productos apalancando uno del otro.



Javier Arosemena de United Nature y Bianca Morán de Ecotopia Teak con Mr Dawood Al Shezawi, CEO de Wood Show impulsando el lanzamiento de la nueva marca, PANAMA TEAK.



Delegación de empresas exportadoras panameñas con la cámara de comercio de Dubai y el representante de Dubai en Panamá.



ECOTOPIA TEAK S.A y APICAL, S.A., tuvieron ponencia en los seminarios y conferencias de la feria donde mostraron las razones, valor agregado y las ventajas de la Teca de Panamá y las posibilidades de comercialización.



REPÚBLICA DE PANAMÁ
— GOBIERNO NACIONAL —

PROPANAMA

AUTORIDAD PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES
Y LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

propanama.gob.pa



 [@propanama.gob](https://www.instagram.com/propanama.gob)

 [@propanamagob](https://twitter.com/propanamagob)