

PMP

Estudio de Mercado Ind. Forestal y Maderera, Madera para la Construcción

Septiembre 2018

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Panamá - ProChile



Tabla de contenido

I. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. ..	5
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.	5
5. Análisis FODA	6
II. Acceso a Mercado	6
1. Código y glosa SACH.....	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	7
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>). OBLIGATORIO.....	7
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (<i>links a fuentes e imágenes</i>).	7
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.	7
III. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información).....	11
1. Producción local y consumo	11
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	12
IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado	13
1. Identificación de los principales actores en cada canal	13
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	14
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	14
4. Estrategia comercial de precio.....	14
5. Política comercial de proveedores.	14
6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.....	14
V. Consumidor/ Comprador	14
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	14
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.).....	15
VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	15
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	15

2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc).	¡Error! Marcador no definido.
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado	¡Error! Marcador no definido.
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (tablas comparativas e imágenes en lo posible).	18
5. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).	18
VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado	19
VIII. Fuentes de información (Links)	20
IX. Anexos	¡Error! Marcador no definido.

I. RESUMEN EJECUTIVO

1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Código Arancelario Panama	Arancel Chile
4407	4407

Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Descripción del producto: Madera para encofrado o formaleta

Equipo de trabajo utilizado en la construcción de estructuras de hormigón, consistente en moldes de madera o de metal destinados a contener el hormigón hasta su endurecimiento o fraguado. Tipología: Horizontal, destinado al encofrado de vigas, forjados y losas. Los **encofrados de madera** son revestimiento para la obra falsa, hecho generalmente en el sitio, que para su fabricación utiliza láminas de madera aglomerada o contrachapada o tablas de madera tradicional, la madera utilizada debe tener resistencia a la humedad, los **encofrados de madera** son elementos muy simples de fabricar, solo mirando los planos, es usado en edificaciones muy pequeñas, o construcciones que requieren diseños especiales, difíciles de encontrar prefabricados.

El Producto Interno Bruto de la construcción fue de US\$ 6.136,3 millones, creció 8,3% o US\$ 471,9 millones más que en 2016, por un aumento en las inversiones privadas entre las que sobresalen la planta de gas natural AES y el proyecto minero cobre Panamá y en obras de infraestructura pública, en particular el tercer puente sobre el Canal, la Línea 2 del Metro, Renovación Urbana de Colón y el proyecto de Saneamiento de la Bahía.

Los permisos de construcción aprobados registraron un valor acumulado de US\$ 2.142,2 millones (11,3% o US\$ 218,2 millones más que el año anterior). Más de la mitad de la inversión fue destinada a proyectos de vivienda (62,4%), incrementándose en 11,8% los respectivos permisos. Por su parte los permisos para construcción de establecimientos comerciales crecieron 10,6%.

2. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

Instalarse en el País también ha sido una de los elementos que ha traído éxito para la competencia, así como tener vendedores o alianzas estratégicas con brokers que se dediquen a desarrollar el mercado y ofrecer a las constructoras el producto.

Anunciarse en medios escritos y redes sociales, apoyar a sus distribuidores en promoción.

3. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

Consideramos que las oportunidades para los empresarios chilenos son positivas, ya que los productos que ofrece Chile son reconocidos por su calidad, lo que sirve como apoyo para incursionar con mayor empuje en este mercado, siempre y cuando los precios ofrecidos sean acorde a la realidad actual de la economía, ya que los importadores de este país toma como referencia los precios de China Continental y en cuanto a la calidad, los referentes son Colombia y Estados Unidos.

Las importaciones de madera a Panamá se han mantenido, debido al incremento del sector construcción (Proyectos residenciales, comerciales y de turismo, como también de megaproyectos de infraestructura)

También debemos enfatizar que la madera nativa panameña se comercializa principalmente en el mercado internacional.

Los panameños tienen un alto nivel de consumo, debido a la buena situación económica que se está viviendo y a que culturalmente siempre dan mantenimiento a sus hogares y su tendencia es comprar vivienda, no alquilar, dadas las facilidades del sector bancario para adquirir viviendas.

La madera de pino presenta una ventaja competitiva con respecto a los de otros proveedores, pero el color no beneficia ya que son preferidos los colores oscuros, lo cual no afecta en uso de madera para la construcción.

4. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> Matriz FODA 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> La madera de Chile es muy reconocida Maneja precios competitivos Mismo Idioma Posee oferta Más cerca que China 	<ul style="list-style-type: none"> No es muy conocida su oferta de plywood No se ha dado a conocer madera sustituta del Plywood para usar en encofrados o moldeados en construcción
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Realizar alianzas con empresas que ya tengan clientes ampliando su cartera de oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar visitas y mostrar la oferta entregando precios
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> Chile está más cerca de China lo que reduce costos de fletes Realizar visitas y ofrecer listado de precios para que puedan comparar 	<ul style="list-style-type: none"> Instalándose en el país sería una agresiva acción que permitiría posicionarse en el mercado. La seriedad de los chilenos y su cercanía hacia los panameños es una clara ventaja.
	<ul style="list-style-type: none"> La construcción continúa en crecimiento favoreciendo el desarrollo de negocios No existe mayor importación chilena del producto. 		
	<ul style="list-style-type: none"> Este mercado está muy acostumbrado a comprar a Estados Unidos y China. Honduras por su cercanía y mejores precios también es competencia fuerte. 		

II. Acceso a Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Arancelario	Descripción
4407	Maderas aserradas o devastadas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas sin cepillar ni lijar o unidas por entalladuras múltiples de espesor superior 6mm

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código Arancelario	Arancel Chile	Arancel Competidor1	Arancel Competidor2
4407	0	USA arancel 0	HONDURAS arancel 0

Otros impuestos y barreras no arancelarias.

ANAM: 1%

ITBMS: 7 %

<http://www.mef.gob.pa/es/informes/Documents/Arancel%20Nacional.pdf>

Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*).

Link para información completa: https://www.mida.gob.pa/direcciones/direcciones_nacionales/direcci-n-nacional-de-sanidad-vegetal/requisitos-fitosanitarios-para-importaci-n.html

<https://www.mida.gob.pa/upload/documentos/madera%281%29.pdf>

4. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (*links a fuentes e imágenes*).

No aplica

5. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

Requisitos que solicita el corredor de aduana para importación a Panamá:

1. Factura Comercial
2. conocimiento de Embarque
3. certificado de aplicación TLC
4. Certificado de origen
5. certificado de fumigación
6. certificado Fitosanitario de Chile

*Indicar el país del que proviene

*Tipo de madera

*quien supe

*cantidades

*cubicaje

*indicar si llega vía aéreo o marítimo

*solicitud a cuarentena (demora 30 días) razón por la que deberá hacerse - previo al envío de la mercadería, aplica a productos terminados de madera. (EL CORREDOR DE ADUANA SE ENCARGA)

* Sacar un permiso de ANAM QUE LO HACE EL CORREDOR

Resumen de la nuevas reglamentaciones para ingreso de madera a Panamá.

“REPÚBLICA DE PANAMÁ MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO DIRECCIÓN NACIONAL DE SANIDAD VEGETAL

RESOLUCIÓN DNSV MA N°002, 10 DE ENERO DE 2018

“Por medio del cual se aprueban los Requisitos Fitosanitarios de Importación de Madera en Todas sus modalidades, subproductos y/o derivados.

EL DIRECTOR NACIONAL DE SANIDAD VEGETAL, En uso de sus facultades legales,

CONSIDERANDO:

Que producto de la consulta a literatura científica especializada, bases de datos y otras fuentes, la Dirección Nacional de Sanidad Vegetal ha convenido en actualizar los Requisitos Fitosanitarios para la importación de madera en todas sus modalidades, subproductos y/o derivados.

Que luego de las condiciones antes expuestas:

RESUELVE:

PRIMERO: Basados el Artículo 20, Capítulo I de las Importaciones Transito y Exportaciones Título III De la Protección Fitosanitaria de la 47 del 9 de julio de 1996 Protección Fitosanitaria. La Dirección Nacional de Sanidad Vegetal Modifica los Requisitos específicos de importación que deberán cumplir los envíos de Madera en todas sus modalidades, subproductos y/o derivados.

SEGUNDO: Modificar los requisitos específicos de la Resolución DNSV-MA-N°002, 026 de enero 2010

TERCERO: Los requisitos fitosanitarios generales y específicos, que debe cumplir el usuario al importar el envío, son los siguientes:

Este documento es solo para consulta. Si necesita un original, solicitarlos en las oficinas de Vigilancia en la Dirección Nacional de Sanidad Vegetal.

Requisitos Generales:

Los requisitos fitosanitarios generales, son los siguientes:

1. El envío a su arribo al territorio nacional debe estar acompañado por un permiso de importación (Licencia Fito-zoosanitaria de Importación) vigente, emitida por la Dirección Ejecutiva de Cuarentena Agropecuaria con fundamento en los requisitos fitosanitarios de importación establecidos por la Dirección Nacional de Sanidad Vegetal.

2. El producto básico recibió tratamiento cuarentenario contra insectos barrenadores de la madera, en su origen. El certificado fitosanitario debe indicar el tratamiento utilizado, así como el tiempo, humedad presente durante el tratamiento.
3. El contenedor, previo al embarque de la mercancía, fue lavado y desinfectado internamente.
4. En el punto de ingreso, los inspectores de la Dirección Ejecutiva de Cuarentena Agropecuaria realizarán la inspección del envío, a fin de verificar su condición fitosanitaria y el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios.
5. El producto básico debe venir libre de suelo y de corteza u otro residuo vegetal de cualquier tipo susceptible de transportar plagas.

II - Requisitos Específicos:

Los requisitos específicos que deben cumplir los envíos de maderas en todas sus modalidades, subproductos o derivados son los siguientes:

MADERA EN TUCA EN ROLLO SIN TRATAR

Originario de Chile

Pino *Pinus spp*

Certificado fitosanitario debe indicar que el envío está libre de: *Dinoderus minutus* *Sirex noctilio* *Xyleborinus saxesenii*

MADERA ASERRADA, CEPILLADA SIN TRATAR

Originaria de Chile

Pino *patula* *Pinus patula*

Pino *radiata* *Pinus radiata*

Pino de incienso *Pinus taeda*

Certificado fitosanitario debe indicar que el envío **está libre de plaga** *Pissodes castaneus* *Xyleborinus saxesenii*

MADERA ASERRADA CEPILLA, TRATADA DE

Originaria de Chile

Arce *saccharinum* *Acer saccharinum*

Este envío debe estar acompañado de un Certificado Fitosanitario de Exportación y/o Reexportación Inspección en el punto de ingreso

Tepa *Laureliopsis philippiana*

Este envío debe estar acompañado de un Certificado Fitosanitario de Exportación y/o Reexportación Inspección en el punto de ingreso

Mora Roja *Morus rubra*

Este envío debe estar acompañado de un Certificado Fitosanitario de Exportación y/o Reexportación Inspección en el punto de ingreso

Roble de henequén *Nothofagus obliqua*

Este envío debe estar acompañado de un Certificado Fitosanitario de Exportación y/o Reexportación Inspección en el punto de ingreso

MADERA DENSIFICADA EN BLOQUES, CHIAPAS TABLONES, TABLAS, TIRAS LISTONES O PERFILES TRATADA

Originaria de Chile

Pino *patula* *Pinus patula*

Certificado fitosanitario debe indicar que el envío está **libre de plaga** *Sirex noctilio*

REFERENCIAS:

- NIMF 15 de la Convención Internacional de Medidas Fitosanitarias de la FAO. (Resuelto DAI. N° 006 ADM-05 del 17 de enero 2005)

PLANT PROTECTION AND QUARANTINE TREATMENT MANUAL, 1976. United States Department of Agriculture Animal and Plant Health Inspection Service.

- Manual de Tratamiento Cuarentenarios de OIRSA

POR ING. AGR. ARMANDO LÓPEZ SAN SALVADOR,”

Link para información completa: https://www.mida.gob.pa/direcciones/direcciones_nacionales/direcci-n-nacional-de-sanidad-vegetal/requisitos-fitosanitarios-para-importaci-n.html

<https://www.mida.gob.pa/upload/documentos/madera%281%29.pdf>

III. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)

1. Producción local y consumo

Panamá cuenta con leyes de incentivo para las actividades forestales con el fin de disminuir la presión que existe sobre los bosques nativos del país. Los bosques naturales comerciales se concentran en las Provincias de Darién, Colón y Bocas del Toro. Las especies más solicitadas del bosque natural, para la actividad comercial son: Caoba, Cedro Espino, Cedro, Espavé, Cativo y Bálsamo. En segundo plano de uso se encuentran las especies Tangaré, Roble, Laurel, Zapatero, Nazareno, Pino Amarillo y Cocobolo. En las áreas reforestadas las especies con mayor volumen son: Teca, Pino, Cedro Espino, Acacia Mangium, Caoba Africana y otras.

La oferta local es de alto valor por lo que prefieren exportarla, procede de bosques nativos del Darién y con certificaciones, a tal grado que La Red de Comercio Forestal Amazonas Norte & Chocó Darién (GFTN NACD), es una iniciativa de WWF para eliminar la tala ilegal y convertir al mercado global de madera en una fuerza que conserve los bosques más amenazados y valiosos del mundo. Dentro de sus acciones en Panamá estuvo realizar la 2da Rueda Internacional de Negocios Forestales Responsable en Panamá y un Seminario, que se llevó a cabo en julio del 2014, Ciudad de Panamá, estas acciones se realizaron en asociación con el Ministerio de Comercio e Industria, la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM), la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), y el Programa de las Naciones Unidas de FAO-FLEGT.

2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país. Principales competidores y participación de Chile en el mercado.

4407, Madera Aserrada O Desbastada Longitudinalmente, Cortada O Desenrollada, Incluso Cepillada, Lijada O Unida Por Los Extremos, De Espesor Superior A 6 Mm										
Año calendario: 2014 - 2016										
País Socio	Cantidad KG			Dólar Estadounidense			% de participación			% de cambio
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2016/2015
El Mundo	13,710,709	14,956,215	16,777,707	8,741,673	9,400,444	10,673,147	100.00	100.00	100.00	13.54
Estados Unidos	11,187,754	11,931,547	13,142,722	6,926,124	7,242,852	8,059,829	79.23	77.05	75.52	11.28
Honduras	1,069,498	1,452,652	1,812,507	773,338	1,037,382	1,261,768	8.85	11.04	11.82	21.63
Chile	866,149	832,485	1,019,017	477,534	495,016	626,526	5.46	5.27	5.87	26.57
Canadá	431,000	409,547	466,062	430,936	377,299	468,364	4.93	4.01	4.39	24.14
Brasil	0	0	287,434	0	0	215,433	0.00	0.00	2.02	0.00
Costa Rica	2,275	35,274	28,543	910	8,619	17,009	0.01	0.09	0.16	97.34
Francia	0	11,250	7,100	0	14,832	10,397	0.00	0.16	0.10	-29.90
Venezuela	0	0	9,848	0	0	5,166	0.00	0.00	0.05	0.00
Grecia	0	0	2,266	0	0	3,500	0.00	0.00	0.03	0.00
Italia	0	0	727	0	0	3,040	0.00	0.00	0.03	0.00
Sub Total	13,556,676	14,672,755	16,776,226	8,608,842	9,176,000	10,671,032	98.48	97.61	99.98	16.3
Resto del Mundo	154,033	283,460	1,481	132,830	224,444	2,115	1.52	2.39	0.02	-99.06

Chile ocupa el tercer puesto en las importaciones de madera aserrada o desbastada longitudinalmente de espesor superior a 6 mm, con el 5,87% del mercado para el año 2016. Su principal competencia son Estados Unidos con un 77,05%, seguido de Honduras con 11,82 y en un cuarto puesto Canadá con un 4,39%.

Panamá importa desde Chile madera aserrada de coníferas por un total de USD\$ 626.526 para el año 2016 derivando en un incremento de 26% en comparación al año anterior, este incremento se puede observar desde el año 2014.

Dado lo extenso de esta partida, hemos identificado con los Gerentes de compras de las empresas que la mayor importación de Chile no es para la construcción, sino más bien para confeccionar muebles y subproductos.

IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

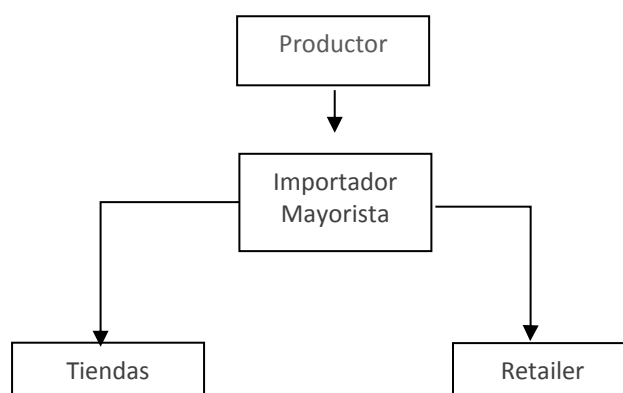
Con respecto a la madera importada, existen muchos importadores/distribuidores (ver cuadro) en el cual hemos colocado los 7 principales importadores de todas las partidas anteriormente mencionadas, existen empresas que importan volúmenes interesantes, pero de partidas específicas como es el caso de los tableros de MDF.

Los importadores que colocan sus productos con distribuidores importantes lograr una mejor comercialización de los mismos ya que estas empresas han logrado establecer a nivel nacional puntos de ventas en sectores estratégicos cuyo desarrollo urbano y rural va en aumento. A su vez estas empresas brindan una variedad de productos para la construcción y un buen servicio de entrega a domicilio, la cual brinda más comodidad al cliente.

Podemos mencionar empresas como Tandor Comercial, Almacenes Comasa, de Melo, las cadenas Doit Center, Novey Cochez y Cía., La Casa de Materiales, entre otros. De igual manera estos productos se comercializan en pequeños establecimientos de asiáticos junto con materiales de construcción. También se realizan importaciones directas para licitaciones y proyectos específicos tanto inmobiliarios como proyectos del sector turístico.

Empresa		Sitio Web
Empresas Melo S.A.	Retail Mayorista	www.grupomelo.com.pa
COMASA	Retail Mayorista	www.comasa.com.pa
Compañía Goly S.A.	Retail Mayorista	www.machetazo.com
Materiales Ibañez S.A.	Retail Mayorista	
Cochez y Cia.	Retail Mayorista	www.cochezycia.com
Komex Internacional S.A.	Retail Mayorista	www.tandor.com.pa
Industrias Fernández S.A:	Retail Mayorista	www.ginfesa.com
Selloro S.A.	Retail Mayorista	www.decolosal.com
Grupo Moreno	Retail interior del país	www.grupomoreno.com.pa

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s). Se encuentra generalmente en el área de materiales para la construcción en la parte exterior de los establecimientos y en los catálogos por internet.

4. Estrategia comercial de precio. Se colocan de acuerdo a las condiciones existentes al momento de su puesta en punto de venta.

5. Política comercial de proveedores. Pagos 60 días después de la fecha del conocimiento de embarque. Y deben llenar formulario para la creación de Proveedor.

6. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail. Dado que es materia prima no es necesario marca propia.

V. Consumidor/Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

La madera para la construcción se compra en las grandes tiendas especializadas en Hogar y Construcción, de igual manera existen muchas tiendas pequeñas de asiáticos que se especializan en venta de materiales para construcción, pero ellos no importan directo.

2. Influencias en decisiones de compra de tendencias (sustentabilidad, etc.)

La única influencia que puede existir en la decisión de compra es que la madera sea durable y tenga un precio competitivo.

VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

Plywood y MDF

Diferentes tipos de láminas de plywood para distintos tipos de uso. Tanto para formaleta como para ebanistería.



Plywood Okume fabricado con una especie de madera semi dura nativa de Africa llamada Okume. Ha sido utilizado en la industria del mueble en Europa desde el siglo pasado. Posee un color rosa, a veces brillante con variedad en el grano, y su panel del corte permite acabados de diferentes tonalidades. Esta especie de madera puede ser preservada para toda la vida, con tratamientos apropiados disponibles en el mercado.



El **Plywood o contra enchapado marino de pino** es producido con madera de pino seleccionada y los aglutinantes utilizados en su fabricación la protegen contra la humedad y el agua, su uso es recomendado en la construcción como encofrado o formaleta, también tiene alto uso en la industria del embalaje y fabricación de contenedores.



HDO, es un tablero de alta densidad fabricados con las maderas más duras de pino y Douglas fir del Norte Americano, revestido con un papel químicamente tratado, que le permite máxima durabilidad y re uso en la construcción. Sus aglutinantes lo convierten en un material a prueba de agua y sol en ambientes adversos.

<https://comasa.com.pa/madera-puertas-y-plywood/>



MADERA
PINOTEA

Descripción
Madera Pinotea Americana para la construcción:
Madera muy resinosa, color castaño, casi sin nudos.
Trabajable, compacta y de elevada densidad.

Ventajas

- Madera seca, liviana, derecha y de dimensiones estables
- Cepillada 4 caras
- Retención de fijaciones disminuyendo clavos y tornillos en revestimientos de muros y cielo.
- Excelentes resultados al ser cepillada y barnizada
- Se puede lijar, cepillar, cortar, perforar, perfilar, calar o modular etc.
- Se puede pegar con todo tipo de adhesivos para madera o de uso corriente en carpintería.
- Ahorro de tiempo y dinero en sus reparaciones.

Aplicaciones

- Construcción en General
- Escaleras
- Entarimados
- Travesaños
- Postes
- Formas, etc

Presentaciones

Códigos	Tamaños
30201001	1"x2"x8'
30201002	1"x2"x12'
30201003	1"x3"x8'
30201004	1"x3"x12'
30201005	1"x2"x8'
30201006	1"x4"x8'
30201007	1"x4"x12'
30201012	1"x12"x8'
30201013	1"x12"x12'
30201016	2"x2"x8'
30201018	2"x2"x12'
30201022	2"x4"x8'
30201023	2"x4"x12'
30201040	2"x12"x8'
30201041	2"x12"x12'
30201024	2"x6"x12'








Las dimensiones utilizadas para identificar las piezas de madera son nominales y suelen corresponder a las dimensiones de la pieza en estado verde.
Las discrepancias entre las medidas nominales y las medidas reales dependen de la forma de aserrado, del acabado de la pieza (cepillada o simplemente aserrada) y de la contracción por secado.


www.hopsa.com

HOPSA

Link: <http://www.hopsa.com/madera/>


Departamentos
Promociones
Pedidos Recurrentes
Mesa de Regalos
Servicios generales
Servicios financieros
RedPro
Sucursales
Mi cuenta

Productos similares




Pinotea Americana Cepillada
25mm x 152mm x 3.66m (1in x 6in x 12ft)

Código # AA500578

★★★★★

B/. 8.25




Pinotea Americana Cepillada -
25mm x 305mm x 3.66m (1in x 12in x 12ft)

Código # AA500573

★★★★★

B/. 16.95




Pinotea Americana Cepillada -
51mm x 153mm x 3.66m (2in x 6in x 12ft)

Código # AA500581

★★★★★

B/. 11.95




Pinotea Americana Cepillada -
51mm x 153mm x 3.05m (2in x 6in x 10ft)

Código # AA500581

★★★★★

B/. 9.95



Pinotea Americana Cepillada -
25mm x 102mm x 2.44m (1in x 4in x 8ft)

Código # AA500600

★★★★★

B/. 3.50

<https://www.novey.com.pa/catalogo/construccion-madera?department=construccion-madera>

2. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas* comparativas e imágenes en lo posible).

No existe oferta chilena

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).

Las distintas empresas que venden el producto lo promocionan desde sus páginas web, anuncios en revistas, desplegados en prensa, y tv, no lo hacen individual sino por catálogo. <https://www.komexpma.com/>
El tema de acumular puntos por compra es muy atractivo para los compradores, también existen promociones de llenar libritos con estampas y al final se cambian por productos específicos.

The screenshot shows the website www.komexpma.com with a navigation menu on the left and a central banner for a promotion. The banner features a worker in a blue shirt and safety gear, and a red box with the text "5 cortes GRATIS" (5 free cuts) for the purchase of Duratex panels. The promotion is valid from October 1st to 31st, 2018. The website also includes social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and YouTube, and a contact number 305-5600.



Plywood Marino B/C WBP F-0056-0033

B/.50.70

Disponibilidad: En Inventario

Plywood Marino B/C WBP. Tamaño: 1220 x 2440 x 18 mm

Cod.: F-0056-0033 Categoría: Plywood Tags: Ebanisteria, Plywood



VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Respuestas Gerente de compra tienda de Retail: En general los compradores de madera indican que el Plywood para formalate es el más utilizado en Panamá, y que los países envían madera para la construcción son USA (pino) Brazil y China en Plywood y que en temas de costo, los tres son favorables.

Respuestas de Gerente de Proyectos: Por lo elevado del costo de la madera se prefiere trabajar hoy día con plywood HDO o MDO según sea el uso. Los países a los que más le compran son Chile y Brasil

El plywood HDO o MDO y similares ha dado muy buenos resultados en temas de costos por su reutilización, resistencia a la humedad y la calidad de acabados en encofrados.

La madera se ha convertido para la construcción panameña en un tema de acabados. Para el proceso constructivo el plywood ha desplazado inclusive las maderas de baja calidad que antes se utilizaban para tales fines.

VIII. Fuentes de información (*Links*)

SISTEMA E COMPRAS PANAMA, www.panamacompra.gob.pa

Información sobre los procesos de Licitaciones y la Oferta en Panamá

ASAMBLEA NACIONAL DE PANAMA www.asamblea.gob.pa Se encuentran las Leyes de Panamá.

Autoridad del Canal de Panamá www.pancanal.com Contiene Informes sobre los avances de la ampliación del Canal

Ministerio de Economía y Finanzas: www.mef.gob.pa Contiene información sobre e-compras y sistema electrónico de Contrataciones Públicas de la República de Panamá, en este sitio se ubica la

Dirección General de Aduanas, www.ana.gob.pa Contiene información sobre ingreso de mercaderías, y leyes. Tel (507) 2326273(clasificación)

Ministerio de Comercio e Industrias: <https://www.mici.gob.pa>

Este website tiene toda la información arancelaria y las partidas correspondientes de cada producto.

Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá www.panacamara.com

Contienen reportes económicos

Cámara Panameña de Construcción –CAPAC- www.capac.org

Contraloría General de Panamá: <http://www.contraloria.gob.pa> Índices económicos del país, situación fiscal. Estadísticas

VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR –VICOMEX-. www.vicomex.gob.pa Entidad homóloga a Prochile. El sitio contiene toda la información relacionada con el comercio exterior

FERIAS DEL SECTOR EN PANAMA

- EXPOCOMER, Web: www.expocomer.com
- CAPAC EXOPHABITAT Web: www.capac.org
- EXPO INMOBILIARIA ACOBIR Web: www.expoinmobiliariapanama.org

Sin Anexos.

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.