

# FERIAS CCIAP 2026

## Facilitación Estratégica en el Ecosistema Ferial



QR code linking to Ferias CCIAP

@ferias\_cciap @expocomer in expocomer  
expocomer@panacamara.org

ES TU OPORTUNIDAD DE HACER NEGOCIOS CON

MÁS de **30 PAÍSES**  
EUROPA | ASIA | AMÉRICA

Panama Convention Center  
Amador

**10 al 12  
de marzo 2026**

EXPO TURISMO INTERNACIONAL  
EXPO LOGÍSTICA PANAMA  
expocomer  
30th Expo Eléctrica INTERNACIONAL PANAMA  
EXPO TECH

Organiza:

[www.expocomer.com](http://www.expocomer.com)

Logo of the Panama Convention Center

---

# 1. El ecosistema ferial empresarial en Panamá

Las ferias empresariales organizadas por la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP) constituyen uno de los principales puntos de encuentro comercial del continente.

En 2026, EXPOCOMER PANAMÁ y EXPO LOGÍSTICA se desarrollan simultáneamente junto con Expo Turismo, Expo Eléctrica y Expo Tech, generando un entorno donde convergen fabricantes, proveedores, distribuidores, compradores, operadores logísticos, empresas tecnológicas, inversionistas y ejecutivos de decisión.

Por un lado, EXPOCOMER es una feria multisectorial con rueda internacional de negocios y exhibición de mercancías como alimentos y bebidas, belleza y cosméticos, cuidado personal, salud y bienestar, textiles, moda y accesorios y bienes de consumo.

Por otro lado, en EXPO LOGÍSTICA participan navieras, líneas aéreas, transporte terrestre, operadores logísticos y proveedores de infraestructura y tecnología vinculados a la cadena de suministro.

**Tras más de una década participando activamente en este ecosistema ferial, comprendemos que el valor real no está en la tarjeta intercambiada durante la feria, sino en la estructura que permite cerrar y ejecutar el negocio después del contacto inicial.**

## 2. Diferenciación sectorial del ecosistema ferial

Para interpretar correctamente el ecosistema, conviene distinguir el núcleo de cada plataforma:

EXPOCOMER PANAMÁ — conexión proveedor ↔ distribuidor / comprador / vendedor.

EXPO LOGÍSTICA — plataforma de servicios logísticos para mover productos o servicios hasta el consumidor final.

Desde una perspectiva estratégica, el valor del ecosistema ferial surge cuando ambas dimensiones se articulan: conexión comercial + plataforma logística.

Cuando estas dos dimensiones no se integran adecuadamente, la oportunidad generada en la feria puede quedar únicamente en intención. Esa integración es la que transforma un contacto inicial en una operación ejecutable.

### 3. Conexión estratégica del ecosistema ferial

Las ferias organizadas por la CCIAP no deben interpretarse como eventos aislados, sino como **componentes de un mismo ecosistema empresarial** que articula distintas dimensiones de la actividad económica internacional.

Cada una de las cinco ferias aporta una capa estratégica dentro de ese sistema:

#### **EXPOCOMER**

La Vitrina del Comercio Mundial. Motor de la conexión comercial entre proveedores, distribuidores y compradores internacionales.

#### **EXPO LOGÍSTICA**

Infraestructura operativa que permite el movimiento eficiente de mercancías y la gestión de la cadena de suministro; donde Panamá es uno de los facilitadores logísticos más importantes de la región.

#### **EXPO TECH**

Capa tecnológica que impulsa la transformación digital, la automatización y la competitividad empresarial; donde la tecnología inspira, los negocios evolucionan y el futuro se exhibe.

#### **EXPO ELÉCTRICA**

Base energética e infraestructura crítica que sostiene la operación industrial y tecnológica.

#### **EXPO TURISMO**

Panamá: Donde los Negocios se encuentran con el Placer. Plataforma de movilidad empresarial y **Industria de Reuniones** (convenciones y encuentros internacionales) que facilitan el intercambio de negocios.

Desde esta perspectiva, el rol de **CHIEL'S PA** consiste en articular estas dimensiones para facilitar que empresarios e inversionistas **puedan desarrollar negocios en Panamá con una organización clara, segura y ejecutable.**

### 4. El punto crítico del negocio después de las ferias

Las ferias generan contactos estratégicos, interés comercial inicial, evaluación de productos y servicios y conversaciones preliminares de distribución o inversión.

Sin embargo, las ferias no generan automáticamente arquitectura jurídica adecuada, contratos balanceados y ejecutables, protección marcaria preventiva, registros sanitarios oportunos, estructura fiscal eficiente ni coordinación logística y aduanera.

El punto crítico aparece después del contacto, cuando las partes intentan convertir una conversación comercial en una operación real, sin haber estructurado previamente los elementos estratégicos del negocio.

**Las ferias generan la oportunidad. La estructura estratégica es la que permite ejecutarla.**

## 5. La tríada crítica del negocio post-feria

En la práctica del ecosistema ferial suelen concentrarse tres decisiones estratégicas que determinan la viabilidad del negocio: **Distribuidor – Registro de Marca – Registro Sanitario.**

### Distribuidor o estructura propia:

- ✚ Una de las primeras decisiones consiste en determinar si el ingreso al mercado se realizará a través de un distribuidor local, mediante una operación propia en Panamá o mediante una estructura híbrida.
- ✚ Un error frecuente consiste en otorgar exclusividad inmediata al primer distribuidor encontrado en la feria sin establecer metas de desempeño, criterios de evaluación ni condiciones de terminación.

### Registro de Marca (RM):

Muchos empresarios llegan a las ferias **sin haber protegido previamente su marca en Panamá**, lo que puede generar conflictos de titularidad, debilidad en la negociación con potenciales distribuidores o la necesidad de modificar el nombre del producto.

### Registro Sanitario (RS):

Para ciertos productos —especialmente alimentos, cosméticos y fármacos— el registro sanitario es indispensable para su comercialización. Para lograr una protección integral del producto en el mercado panameño suele ser recomendable **anticipar el registro de la marca antes de iniciar los trámites sanitarios.**

Este tipo de decisiones tomadas bajo presión durante una feria suele ser el punto de partida de problemas posteriores que pudieron haberse evitado con una evaluación estructural adecuada.

## 6. Estructuración de acuerdos comerciales

Cuando una conversación comercial avanza después de la feria, suele derivar en acuerdos como **distribución, representación, fabricación, suministro, compraventa o franquicia.**

Con frecuencia estos acuerdos se negocian con prisa durante o inmediatamente después de la feria, lo que puede generar exclusividades sin metas claras, cláusulas contractuales desbalanceadas, ausencia de mecanismos de terminación o obligaciones que no reflejan la realidad operativa del mercado.

Por esta razón resulta fundamental **definir previamente las reglas del juego del negocio** antes de formalizar cualquier acuerdo comercial. Este enfoque forma parte del servicio Reglas del Juego para los Negocios de CHIEL'S PA, orientado a estructurar acuerdos claros, equilibrados y ejecutables.

---

## 7. Casos típicos del entorno ferial

### **Caso A — Distribución internacional:**

Una empresa extranjera otorga exclusividad a un distribuidor encontrado en feria sin metas de desempeño. El producto no logra posicionarse y la exclusividad bloquea nuevas oportunidades.

### **Caso B — Producto regulado:**

Un fabricante negocia distribución sin evaluar previamente requisitos regulatorios. El producto no puede comercializarse hasta completar registros sanitarios.

### **Caso C — Expansión regional:**

Una empresa negocia suministro o representación sin considerar logística, aduanas y estructura fiscal, dejando el contrato desconectado de la realidad operativa.

### **Cierre estratégico**

Las ferias empresariales abren oportunidades de contacto y colaboración. Sin embargo, la diferencia entre una oportunidad pasajera y un negocio sostenible suele depender de la estructura estratégica que se construya después del primer contacto.

**La feria abre la puerta.**

**La improvisación la cierra.**

**La dirección estratégica la convierte en operación sostenible.**



## **Facilitador Estratégico de Negocios desde y hacia Panamá**

### **Información de Contacto:**

(Atención exclusivamente bajo cita previa, presencial o virtual).

Ciudad de Panamá, República de Panamá

Tel: +507 297-4747

WhatsApp empresarial: +507 6609-0352

Correo: [info@chielspanamaconnection.com](mailto:info@chielspanamaconnection.com)

Sitio web: [chielspanamaconnection.com](http://chielspanamaconnection.com)

*(acceso al público a partir del 3 de abril de 2026)*

© Panamá, 9 de marzo de 2026

CHIEL'S PA. Todos los derechos reservados.

Dirección Estratégica: **Elvis Anthony Ureña N.**