

RELATORÍA PROPANAMA (2019-2024)



TABLA DE CONTENIDO

MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS	3
1 CREACIÓN Y ANTECEDENTES	5
2 PRINCIPALES HITOS Y RESULTADOS CLAVE PARA PANAMÁ	7
3 CONCLUSIONES	12



PROPANAMA

MISIÓN

Promover las oportunidades y ventajas competitivas de Panamá y la oferta exportable panameña en los mercados internacionales.

VISIÓN

Contribuir en la construcción de un país productivo, inclusivo, digital y sostenible a través de la atracción de inversión extranjera directa y la promoción de las exportaciones.

OBJETIVO GENERAL

Promover el crecimiento productivo, competitivo, inclusivo y sostenible de Panamá, mediante la implementación de una estrategia nacional, desarrollada en coordinación con todos los sectores, aplicando prácticas innovadoras y nuevas tecnologías para la atracción de inversiones, que sean sostenibles y con un impacto social, y la promoción de exportaciones que contribuyan a la generación de empleo digno y al mejoramiento de la calidad de vida de todos los panameños y panameñas.



1. CREACIÓN Y ANTECEDENTES



En fecha 27 de agosto de 2019, mediante el Decreto Ejecutivo No. 181-A, se creó la Agencia para la Atracción de Inversiones y Promoción de Exportaciones PROPANAMA, como un organismo adscrito al Ministerio de Relaciones Exteriores.

Casi un año y medio después, la Ley 207 de 5 de abril de 2021 crea la Autoridad para la Atracción de Inversiones y Promoción de Exportaciones de Panamá, dándole el carácter de persona jurídica autónoma de derecho público, con patrimonio propio, autonomía e independencia en el ejercicio de sus funciones. El artículo 2 de la referida ley establece que la Autoridad estará sujeta a la política y orientación del Órgano Ejecutivo, a través del Ministerio de Comercio e Industrias, así como a la fiscalización de la Contraloría General de la República.

El objetivo de esa transformación fue dotar a este organismo de una estructura más moderna y eficaz para promover las políticas y estrategias de atracción de la inversión extranjera a Panamá, así como promover la oferta exportable de los productos nacionales, para contribuir al desarrollo económico y social del país.

Por otra parte, según el artículo 3 de la Ley 207, PROPANAMA tiene a su cargo las siguientes funciones específicas en temas de atracción de inversiones y promoción de exportaciones:

Inversiones:

- 📍 Promover las políticas y estrategias de inversión extranjera directa (IED).
- 📍 Coordinar con el MIRE el apoyo del servicio exterior panameño como agente promotor.
- 📍 Administrar, optimizar, publicar y dar mantenimiento a un sistema de información actualizada sobre las ventajas, oportunidades e incentivos para la atracción de IED.
- 📍 Facilitar la inversión en nuevos motores de desarrollo (industrias creativas).
- 📍 Investigar el entorno internacional para asesorar al Órgano Ejecutivo en materia de IED.
- 📍 Promover la IED al sector turístico.

Exportaciones:

- 📍 Apoyar políticas y estrategias de promoción de exportaciones.
- 📍 Coadyuvar en promover la oferta exportable panameña, en colaboración con el MICI, el MIRE y las demás entidades relacionadas.
- 📍 Desarrollar acuerdos de colaboración con aliados estratégicos para la promoción de las exportaciones.
- 📍 Administrar las herramientas para la promoción de exportaciones (ruedas y ferias virtuales, etc.).
- 📍 Participar en ferias y misiones comerciales.

RELATORÍA PROPANAMA (2019-2024)

Desde su creación y hasta la presente fecha, PROPANAMA ha llevado a cabo las funciones que le fueron asignadas por la mencionada ley respondiendo a un plan estratégico. Como Autoridad para la Atracción de Inversiones y Promoción de Exportaciones de Panamá, entre el año 2022 y el primer semestre del 2024, ha realizado las siguientes actividades y obtenido los siguientes resultados:



Los resultados pormenorizados de la gestión de PROPANAMA durante estos cinco años de existencia se encuentran reflejados en los informes de los años 2019, 2020 y 2021, así como en las memorias anuales correspondientes a los años 2022, 2023 y 2024, disponibles en el siguiente enlace:

<https://www.propanama.gob.pa/transparencia/>



2. PRINCIPALES HITOS Y RESULTADOS CLAVE PARA PANAMÁ

Los principales resultados y logros de la gestión de PROPANAMA entre los años 2019 y el primer semestre de 2024 pueden resumirse dividiéndolos entre cuatro áreas sustantivas: inversiones, exportaciones, mercadeo internacional y fortalecimiento institucional.

2.1 INVERSIONES

Se realizaron **62 misiones internacionales**, en conjunto con el sector público y privado, en América del Norte, Europa, Oriente y América Central. Estas actividades generaron contacto con más de 4000 empresas, las cuales derivaron en 1925 leads generados. De estos resultaron 321 leads interesados y 58 cartas de interés que suman inversiones potenciales por aproximadamente 2000 millones de dólares, en áreas como logística, tecnología, energía renovable, agricultura y el área farmacéutica.

Se organizó el primer **Foro de Inversiones Sostenibles de Panamá**, con la finalidad de promover la atracción de inversión extranjera directa sostenible de alto impacto. El foro contó con la asistencia de más de 400 invitados locales e internacionales y se generaron oportunidades de inversión por el orden de 6.2 millones de dólares.

Se puso en marcha el **Explorador de Panamá**, un proyecto clave para orientar a los potenciales inversionistas sobre las

oportunidades de inversión, a través de una herramienta virtual con información georreferenciada sobre infraestructura, demografía y negocios en Panamá y sus provincias.

“Panama Beautiful” fue una iniciativa liderada por PROPANAMA, con el apoyo del sector privado e inmobiliario, USPA y ACOBIR. Este evento, que se celebró en Panamá a principios del 2023, tuvo como objetivo principal posicionar al país como destino ideal para los retirados y pensionados de los Estados Unidos, además de promocionar el programa de residencia para inversionistas calificados. En el evento se logró reunir aproximadamente a 100 agentes de bienes raíces de los Estados Unidos para promover propiedades panameñas entre los compradores estadounidenses.

2.2 EXPORTACIONES

Se realizaron **47 eventos** internacionales en exportaciones que impactaron positivamente a 613 empresas panameñas de 10 sectores productivos del país.





Durante los años de pandemia del COVID-19, tuvieron especial relevancia las **nueve ferias y ruedas virtuales de negocios** que se celebraron con países de Europa y América, en las que participaron más de 1759 empresas que sostuvieron unas 1114 reuniones virtuales, permitiendo a las empresas panameñas mantenerse activas durante esa época difícil para el comercio.

En el 2020 se celebró la **Feria ExpoVirtual Panamá**, la primera feria de exportación multisectorial, que permitió a compradores y vendedores conectarse de una manera sencilla y dinámica a través de esta plataforma virtual, generando leads de compradores interesados en los productos y servicios promocionados, con 68 países y 8250 visitantes alcanzados.

En el año 2021 se realizó el lanzamiento oficial de la **“Experiencia Discover Chiriquí”**, un espacio virtual que buscaba potenciar la gama exportable de productos y servicios de la región, llevado a cabo en conjunto con la Cámara de Comercio de Chiriquí. Con esta iniciativa se lograron más de 7800 visitas a la feria por IP y un número de 13 países alcanzados.

Se logró la apertura de **25 nuevos mercados** internacionales, como lo son Emiratos Árabes, Inglaterra, Australia, Estados Unidos (New York), Italia, Portugal, Suiza, Francia, Turquía, República Dominicana y México, para los sectores de alimentación, bebidas, frutícola, industrial, café, madera y moda.

Se efectuaron más de **42,706 nuevos contactos de negocios** y alrededor de 750 con potencial entre las empresas participantes.

Como resultado directo de los eventos internacionales en los que se participó, se cuentan más de **35** casos de éxito de exportaciones, tales como:

- 📍 En Expo 2020 Dubái: la venta de 2200 artículos de empresas panameñas, con un valor aproximado de US\$ 22 500.



- 📍 **En el Panamá-Texas Business Summit:** el acuerdo firmado por US\$ 10 000 000 por Urban Market, para la venta de licores y cervezas artesanales panameñas.

- 📍 **En Fruit Atraction 2023:** las ventas de empresas exportadoras panameñas por el orden de US\$ 3 600 000.

- 📍 **En McFruit 2021:** la venta directa de piña panameña MD2, con un pedido inicial de dos contenedores de 40 pies cada uno, además de recibir otros pedidos importantes de papaya y sandía.

Según encuestas realizadas a las empresas panameñas participantes, de los eventos de exportaciones resultaron, aproximadamente, 495 intenciones de compra por un valor de más de 55 millones de dólares.



Premio a la Mejor Agencia de Promoción de Inversiones de América - 11ª edición del AIM

2.3 MERCADEO INTERNACIONAL

Durante el período de la pandemia del COVID-19, se realizaron más de **22 webinarios** con la asistencia de más de 1500 participantes internacionales, para promover la inversión y el comercio entre ellos.

Igualmente, se organizó la **Primera Feria Virtual Expo Latinoamericana de Servicios** con la participación de 200 empresas inscritas y la asistencia de 9259 visitantes.

Se realizaron **557 publicaciones internacionales** digitales e impresas, entre publrreportajes, artículos y entrevistas, en más de 256 medios internacionales, alcanzando a más de 64 millones de usuarios únicos.

También se realizaron **21 campañas en medios digitales y 8 pautas publicitarias** en revistas internacionales, alcanzando a más de 19.2 millones de usuarios únicos.

Se llevó a cabo la producción de **164 videos** para pautas digitales a nivel nacional e internacional. Entre estos podemos destacar el realizado para Discovery Channel <https://youtu.be/VbIBNhNTiu8> y la campaña "Hub digital" <https://youtu.be/TjsR83BHbwM>

Se creó la revista bimestral digital **PROPANAMA Conecta** con un alcance de más de 2365 lectores.

Durante el año 2022 en el sitio web <https://www.propanama.gob.pa/es> se recibieron en total 89 000 visitas, lo que representa un crecimiento del 1159 % en comparación con el año 2021; se contabilizó igualmente una participación de 63 000 usuarios (*user engagement*), de los cuales 32 000 correspondieron a nuevos usuarios. Se generaron 271 609 interacciones y 5109 descargas.

En el primer semestre del 2024 se realizó la **modernización de la página web**, lográndose obtener un 63 % más de visitas y un aumento superior al 100 % en cantidad de interacciones.

La plataforma **Panamá Explorer** <https://www.panamaexplorer.pa/>, que permite al inversionista acceder a una gran cantidad de información sobre infraestructura, demografía y negocios en Panamá y sus provincias, recibió 21 198 visitas entre el año 2022 y el 30 de abril de 2024.

Asimismo, el **Tablero Interactivo de Oferta Exportable** <https://propanama.gob.pa/es/Dashexport>, que permite dar a conocer la oferta exportable panameña a los mercados internacionales, contaba, al 30 de abril de 2024, con 273 empresas registradas y obtuvo 2211 visitas.

La plataforma **PROPANAMA Conecta** <https://propanamaconecta.com/>, que permite a la pymes panameñas explorar nuevas oportunidades para hacer negocios en la región, registró, entre el año 2022 y el 30 de abril de 2024, 11 655 usuarios con 14 706 sesiones y 46 540 vistas. Existen 1521 empresas panameñas inscritas en la plataforma.



En relación con las **redes sociales**, se destaca que, a finales del 2021, PROPANAMA contaba con 12 555 seguidores, llegando a 19 434 seguidores para el 30 de abril de 2024, lo que significó un incremento del 55 %. Asimismo, entre el 2022 y el 30 de abril de 2024 se generaron más de 2000 publicaciones en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn.

2.4 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Una de las primeras acciones de PROPANAMA fue la capacitación de los embajadores y cónsules que asumirían sus funciones en los distintos países con los que Panamá ha desarrollado relaciones diplomáticas y comerciales, en las áreas de promoción de exportaciones y atracción de inversiones a nuestro país.

En el mismo sentido, PROPANAMA ha estrechado los lazos entre las diferentes cámaras binacionales establecidas en Panamá y nuestras embajadas, realizando acuerdos de colaboración e intercambio de experiencias a fin de conectar con las redes empresariales de diversos países.

De igual manera, desde sus inicios, PROPANAMA ha realizado múltiples jornadas de capacitación a su personal en temas variados, como transparencia, inteligencia emocional, marca

país y protocolo de Estado, a través de distintas instituciones educativas de alto nivel, así como mediante la celebración de un importante número de acuerdos de entendimiento para promover el intercambio de experiencias técnico-administrativas con instancias homólogas en el exterior relacionadas con temas de inversión.

PROPANAMA ha realizado otros acuerdos importantes con diversos organismos internacionales, entre los cuales se destaca la alianza estratégica con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con el objeto de abordar los desafíos que enfrentan las mujeres en el ámbito laboral y empresarial, así como desarrollar estrategias conjuntas para fomentar la igualdad de género en el ámbito económico. En virtud de dicha alianza se creó el Comité de Género de PROPANAMA para dar seguimiento al proceso de análisis de las principales dificultades que enfrentan las empresas lideradas por mujeres al momento de exportar.

En materia de comunicaciones, y como resultado del acuerdo suscrito entre PROPANAMA y el Sistema Estatal de Radio y Televisión (SERTV), se han realizado varias ediciones del programa radial Panamá conecta con el objeto de difundir las tareas que realiza PROPANAMA para promocionar al país, apoyando al sector exportador y la atracción de inversión extranjera.





3 CONCLUSIONES

La labor de PROPANAMA se concentra en promover a Panamá como el sitio ideal para el desarrollo de actividades de inversión, por una parte y, por la otra, promover la calidad de la oferta exportable de bienes de Panamá a potenciales compradores de mercados internacionales; sin embargo, la materialización de los negocios que se generan en las misiones y/o en las ferias que realiza PROPANAMA como parte de su gestión de promoción del país son reportadas por entidades como el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de la Presidencia, el Ministerio de Industria y Comercio, el Ministerio de Desarrollo Agropecuario y el AMPYME.

Las actividades de promoción y posicionamiento que realiza PROPANAMA han contribuido a que estas entidades puedan reportar resultados positivos para el país, como, por ejemplo:

- 📍 El régimen de zonas francas, operado por el MICI, generó entre 2019 y 2024 un total de 190.7 millones de dólares de inversión inicial y 169.1 millones de dólares de inversión futura; se establecieron 62 nuevas empresas y 9 zonas francas aprobadas, de las cuales 3 están operativas; se generaron 6249 empleos directos y se esperan generar 20 020 a futuro.
- 📍 Se ha reportado el establecimiento de 64 nuevas sedes regionales de empresas multinacionales (SEM) en Panamá, en los sectores de ingeniería, construcción, seguros y reaseguros, y telecomunicaciones provenientes de Estados Unidos, China, Suiza, Países Bajos, Corea del Sur, Dinamarca, Japón, España, Alemania y Francia, generando una inversión de 92.4 millones de dólares, en el período de 2019 a 2024.
- 📍 El programa de residencia permanente para inversionistas calificados - uno de los más populares entre potenciales inversionistas - generó, desde la promulgación de la ley en 2020 hasta mayo de 2024, un total de 322 certificados, totalizando una inversión de 175.1 millones de dólares.
- 📍 La Zona Libre de Colón registró, desde 2019 hasta abril de 2024, la instalación de 267 nuevas empresas.
- 📍 El Área Económica Especial Panamá Pacífico ha registrado 14 nuevas empresas en el año 2023, con una inversión inicial declarada por 1.2 millones de dólares y reporta un 100 % de ocupación comercial.

De igual manera, se pueden señalar ejemplos específicos de ventas y de intenciones de venta que son el resultado directo de la asistencia a ferias tales como World of Coffee (WOC); Seafood Expo Global (SEG 2023); Specialty Coffee Expo; Americas Food and Beverage Show; Dubai Wood Show, entre otras. Esto demuestra la relación causa-efecto que tiene el esfuerzo conjunto y la gestión de promoción internacional para las exportaciones y la atracción de inversiones extranjeras directas (IED), que permita la construcción de la confianza de los inversionistas y compradores.



www.propanama.gob.pa