



REPÚBLICA DE PANAMÁ
— GOBIERNO NACIONAL —

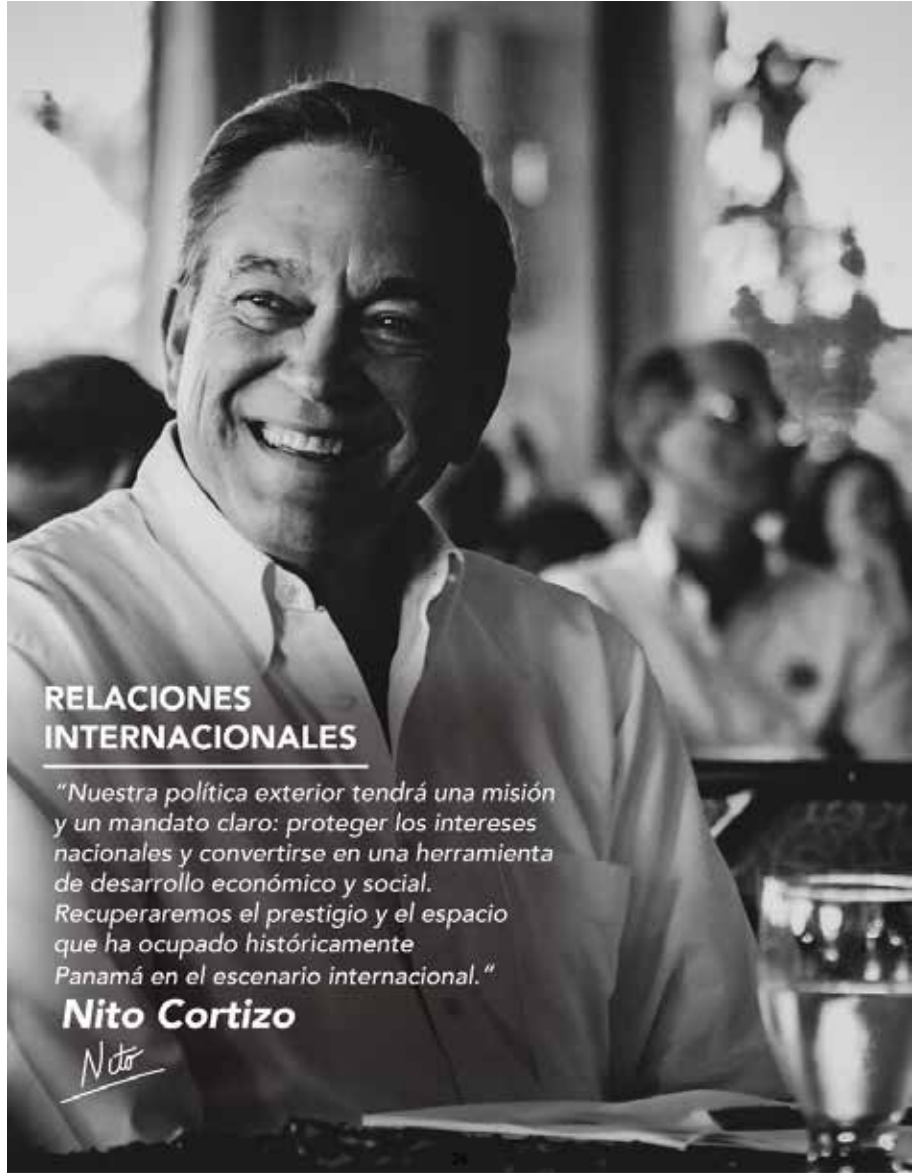
PROPANAMA

AUTORIDAD PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES
Y LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

PROGRAMA INTEGRADO DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y DESARROLLO DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN

2022-2024





RELACIONES INTERNACIONALES

"Nuestra política exterior tendrá una misión y un mandato claro: proteger los intereses nacionales y convertirse en una herramienta de desarrollo económico y social. Recuperaremos el prestigio y el espacio que ha ocupado históricamente Panamá en el escenario internacional."

Nito Cortizo

Nito



ÍNDICE

I.	PRESENTACIÓN	04
II.	DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN MATERIA DE EXPORTACIONES	05
III.	ALCANCE DEL PROGRAMA 2022-2024	07
IV.	ESTRATEGIAS DE GESTIÓN	08
V.	ESTRATEGIA DE TRABAJO CON EL SERVICIO EXTERIOR PANAMEÑO	08
VI.	ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA	09
VII.	BASES DEL PROGRAMA INTEGRADO DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y DESARROLLO DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN.	09

I. PRESENTACIÓN

El Programa Integrado De Promoción Comercial y Desarrollo De Mercados De Exportación, cumple con el mandato establecido por el gobierno nacional para el quinquenio 2019-2024 a través del Plan de Acción Uniendo Fuerzas, el cual está reflejado en el Plan Estratégico de PROPANAMA, establecido para el mismo período. En esta versión presentamos el programa bajo los nuevos lineamientos establecido a partir del pronunciamiento de Ley No. 207 del lunes 05 de abril de 2021, en donde se crea la Autoridad Para la Atracción de Inversiones y Promoción de las Exportaciones (PROPANAMA), en la cual se especifica que las funciones de la Autoridad en materia de la promoción de las exportaciones de bienes y servicios panameños son las siguientes:

- Promover y coordinar la participación de empresarios en eventos internacionales tanto en Panamá como en el extranjero.
- Apoyar las políticas y estrategias de promoción de exportaciones que contribuyan a mejorar los niveles productivos de los diferentes sectores del país.
- Coadyuvar en promover la comercialización internacional de la oferta exportable panameña, en coordinación con el Ministerio de Comercio e Industrias, el servicio exterior panameño y el apoyo de las demás instituciones locales encargadas de su desarrollo.

Por lo que, a fin de cumplir con las funciones establecidas, se reestructura el programa a desarrollar del 2022 al 2024, el cual contempla las acciones a desarrollar para cumplir con la razón de ser institucional.

El presidente de la República en su Plan Uniendo Fuerzas estableció la creación de PROPANAMA y por ello PROPANAMA es parte de las 125 acciones para transformar al país. Estas acciones apuntan a mejorar la calidad de vida de las familias panameñas. Para ello se establece que se debe revitalizar los motores tradicionales de crecimiento y desarrollo y el surgimiento de nuevos sectores.

El referido plan instruye a PROPANAMA en materia de promoción de las exportaciones en los siguientes dos pilares:

Pilar No.1 - El Buen Gobierno

Promover la exportación de productos panameños a través del servicio exterior panameño, a fin de que nuestra red de embajadas y oficinas consulares tengan un claro mandato y responsabilidad en este esfuerzo nacional de promover de las exportaciones.

Pilar No.2 - Economía Competitiva que genere empleos

- Creación de una estrategia definida para la promoción de las exportaciones.
- Impulsaremos con fuerza y facilitaremos las exportaciones de productos panameños, que igualmente contribuirán a la generación de nuevos empleos.

En este sentido se establecieron los siguientes compromisos:

PROPANAMA coordinará el esfuerzo nacional para impulsar la participación de Panamá en la economía internacional, en la atracción de inversiones y la promoción de exportaciones, a fin de que nuestra red de Embajadas y Consulados se convierta en una herramienta de desarrollo económico y social.

En materia de Exportaciones:

- Diseño de una estrategia del país en materia de producción, incorporación de valor agregado en la cadena logística y exportación de bienes y servicios.
- Identificación y desarrollo de mercados para los productos panameños será una prioridad. Es necesario establecer directrices para que se realice un trabajo interinstitucional coordinado, en conjunto con el sector privado, para la promoción y ejecución de la política para la exportación, a través de un equipo de alto nivel que se encargue del seguimiento y coordinación de estos esfuerzos.
- Rediseño de la institucionalidad. El servicio exterior panameño debe ser reorientado, a fin de que nuestra red de embajadas y oficinas consulares tengan un claro mandato y responsabilidad en este esfuerzo nacional de promover las exportaciones.

Con estos antecedentes procedemos a desarrollar el presente documento.

II. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN MATERIA DE EXPORTACIONES

A pesar de la Pandemia del COVID-19 al cierre del año 2019, Panamá reflejó un crecimiento de sus exportaciones de 6.1%, incluso sin tomar en cuenta el aporte del concentrado de cobre con el cual se espera romper la barrera de los \$1,000 millones anuales. Los rubros destacados fueron, banano con 29.9%; harina y aceite de pescado con 56.6%; café con 41.5%; carne de ganado con 62.3% y sandía con 33.9%.

Para diciembre del 2020, las exportaciones acumuladas reflejaron un monto de B/. 1,725.5 millones, las cuales comparativamente con el año 2019 presentan un crecimiento en términos relativos de 14.7%. Sin embargo, si se excluye el cobre, las exportaciones totales cayeron 7.3% (totalizando 659.9M, cifra idéntica a la del año 2017). Las exportaciones de mineral de cobre, banano y aceite de pescado siguen liderando y representaron, respectivamente, un 61.8%, 8.8% y 1.8% del total acumulado .

Para los primeros 9 meses del año 2021 las exportaciones ascendieron a B/. 2,586.1 millones, si incluimos cobre, se tiene un desempeño récord (para el período 2010-2021) para los primeros 9 meses del año comparado con 2020 que fue de B/. 1,303.5M (aumento de 98.4%), pero al excluir cobre tenemos este período con valores similares a los de los años más recientes (en torno a los B/. 540M), aunque con poco más del 13% de incremento en el valor FOB exportado, comparado con el mismo período de 2020, por lo que es importante promover nuestros bienes y también los servicios para lograr un aumento en estos sectores que favorecen el desarrollado económico local a través de la creación de empleos y por ende aportan al desarrollo económico del país .

Otro de los aspectos notables que representan un reto en cuanto a las exportaciones es que a pesar de que Panamá ha firmado 20 tratados comerciales, de los cuales se mantienen vigentes acuerdos con Canadá, México, Costa Rica, Chile, China (Taiwán), El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Singapur, Perú y República Dominicana. También se incluye el Tratado de Promoción Comercial (TPC) con Estados Unidos; así como el tratado que se firmó con la Asociación Europea

de Libre Comercio (EFTA, por sus siglas en inglés), Tratado de Libre Comercio con Centroamérica y con la Unión Europea. Y a que en este período se ratificó el Tratado de Libre Comercio con el estado de Israel y el Tratado Comercial con Corea del Sur, las exportaciones bajo tratado no han logrado superar el 10% del total de las exportaciones en los últimos 10 años, esto nos indica que es importante establecer estrategias que permitan al sector exportador panameño sacar mejor provecho de los TLC, el TPC y demás Acuerdos Comerciales o de Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones.

Esto se reafirma por parte del sector privado en las palabras Jose Ramón Icaza, presidente de la Cámara de Comercio Industrias y Agricultura de Panamá: "Se deben elevar las competencias logísticas, de monitoreo, seguimiento y búsqueda de oportunidades en los tratados de libre comercio ya suscritos por el país. Así como, incorporar como indicador de desempeño la efectividad de cada uno de los acuerdos comerciales, medido a través del volumen de exportaciones" .

Otro de los grandes retos es superar los efectos en la economía de los países debido a la propagación del COVID-19; en este sentido el Banco Latinoamericano de Desarrollo - BID ha propuesto: "La región debe poner el desarrollo exportador al centro de la estrategia", al considerar que el año pasado, durante la primera ola de la pandemia del COVID-19, el impacto económico fue "abrumador en América Latina y el Caribe" por la parálisis de tres flujos fundamentales para el desarrollo: los de las finanzas, de las personas y de las mercancías, de manera brusca y simultánea.

Las líneas de productos que tienen mayores espacios para aumentar su calidad en el rubro de alimentos: café, cacao, azúcar, cereales o pescado y el de materiales crudos: madera, pieles o cueros, entre otros. Por ejemplo, se pueden exportar granos de café o cacao de mayor calidad y cueros con mayor grado de elaboración.

Adicional a los rubros tradicionales, tenemos una oferta de servicios que debemos cuantificar y nuevos sectores de crecimiento, como son: el marítimo, la industria de alta tecnología, la producción de agua y el turismo sustentable, la Industria Creativa; entre otros.

Desde la perspectiva del BID, para superar con éxito el gran reto de Panamá, es necesario abordar cuatro desafíos fundamentales:

- Competitividad y transformación productiva
- Educación
- Capacidad institucional
- Cohesión social y territorial

Considerando todos estos retos la Autoridad a través del Programa Integrado De Promoción Comercial Y Desarrollo De Mercados De Exportación se enfocará en:

- Impulsar el aumento de las exportaciones de bienes y servicios de todos los sectores productivos de la economía nacional en valor, volumen y calidad a través de la promoción comercial y el desarrollo de mercados de exportación.
- Trabajar con eficiencia operativa, para hacer más con menos.

Las exportaciones tienen relevancia en tres niveles:

- A nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular.
- A nivel microeconómico las exportaciones son importantes porque contribuyen con las empresas en lo que son sus ventas, utilidades, reputación, imagen, calidad del producto y del servicio mejorara cuando se adapte a los estándares internacionales, capacitaciones de personal, adquisición de mejor tecnología, mejores instalaciones, mejores procesos de producción, etc.
- Ambos aspectos tienen un efecto en el crecimiento económico, la productividad y el empleo del país que viene de la mano con mayor bienestar para nuestra gente; si se refleja en más y mejores empleos, más productividad, mayor calidad, nuevos productos, crecimiento sostenido y respetuoso con el ambiente; a esto le llamamos "Exportación para el desarrollo".

De acuerdo al Centro de Comercio Internacional ITC, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), por cada \$1.00 invertido en promoción de Exportaciones, hay \$87.00 adicionales en exportaciones y un incremento del PIB de \$384.00

Adicional es importante señalar que la promoción que realiza PROPANAMA abarca todos los sectores tanto de bienes, como de servicios que se producen en Panamá: Alimentos frescos, crudos y procesados, industrias creativas funcionales (artesanías, diseño, moda), industrias creativas digitales y audiovisuales y servicios, por lo que se requiere una programación de actividades amplia y sectorizada para lograr los resultados esperados. En algunos casos se debe participar en eventos específicos para un subsector a fin de lograr poseer los productos en un mercado específico.

III. ALCANCE DEL PROGRAMA 2022-2024

Al terminar la gestión 2022 - 2024, aspiramos:

1. Haber aumentado las exportaciones de bienes y servicios, mínimo en un 75%, para llegar a los niveles de exportación del 2008.
2. Contar con una estrategia de exportaciones interinstitucional aprobada y validada por el Ministerio de Comercio e Industrias, el servicio exterior panameño y el apoyo de las demás instituciones locales encargadas de su desarrollo del sector público y privado.
3. Haber incorporado exitosamente al servicio exterior panameño, como herramienta de desarrollo económico y social para el país.

IV. ESTRATEGIAS DE GESTIÓN

Objetivos estratégicos para los Servicios a los exportadores.

Objetivos Generales.

“Promover la oferta exportable panameña de bienes y servicios a fin de contribuir a la generación de empleo digno y al mejoramiento de la calidad de vida de los panameños.”

Objetivos Específicos:

- Promover y coordinar la participación de empresarios en eventos internacionales tanto en Panamá como en el extranjero,
- Apoyar políticas y estrategias de promoción de exportaciones que contribuyan a mejorar los niveles productivos de los diferentes sectores del país,
- Coadyuvar en promover la comercialización internacional de la oferta exportable panameña, en coordinación con el Ministerio de Comercio e Industrias, el servicio exterior panameño y el apoyo de las demás instituciones locales encargadas de su desarrollo.

V. ESTRATEGIA DE TRABAJO CON EL SERVICIO EXTERIOR PANAMEÑO

El Plan de Acción “Uniendo Fuerzas 2019-2024” señala que:

“PROPANAMA coordinará el esfuerzo nacional para impulsar la participación de Panamá en la economía internacional, en la atracción de inversiones y la promoción de exportaciones, a fin de que nuestra red de embajadas y consulados se convierta en una herramienta de desarrollo económico y social”.

Al no tener Panamá oficinas de promoción comercial a nivel internacional, necesitamos que el servicio exterior panameño cuente con un equipo preparado y empoderado para que trabaje coordinadamente con la Dirección de Exportaciones de PROPANAMA y se convierta en grandes promotores, facilitadores y vendedores de los intereses del país. Entre los principales ejes de trabajo tenemos:

- Promover las exportaciones nacionales.
- Ubicar potenciales mercados de exportación.
- Coordinar y organizar misiones comerciales, ferias, ruedas de negocios, etc.
- Desarrollar las fichas de acuerdo con la ficha técnica establecida por PROPANAMA de cada uno de los países donde prestan sus servicios.
- Apoyar con investigaciones requeridas para los exportadores, (información que oriente y facilite el ingreso al mercado de destino donde están acreditados).
- Asesorar y asistir a los exportadores en las ciudades de destino y en su ausencia representarlos principalmente en las revisiones de carga.
- Informar sobre nuevos requerimientos de los países para la importación de productos.
- Fomentar la diversificación de los mercados de exportación.
- Apoyar en la organización de misiones inversas.
- Mapeo de las oportunidades con mayor potencial para la oferta exportable.
- Ayudar a construir redes de contactos internacionales.
- Conseguir y coordinar cursos, seminarios y capacitaciones en el área.

Estas acciones serán debidamente coordinadas con PROPANAMA y tendrán como base los mandatos establecidos por la Junta Directiva de Autoridad de la cual el Ministerio de Relaciones Exteriores forma parte.

VI. AMBITO DE INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA

A través del Programa Integrado de Promoción Comercial y Desarrollo de Mercados de Exportación, PROPANAMA promoverá las exportaciones de productos y servicios panameños de empresas que se encuentren en las siguientes condiciones:

- Empresas preparadas para exportar: empresas que han pasado por un proceso de exportación a través del MICI, MIDA, AMPYME, ATP, ARAP, entre otras instituciones o Asociaciones Empresariales y que cumplan con los requerimientos para exportar o están exportando en forma indirecta.
- Empresas exportadoras A: empresas que han exportado al menos en una ocasión o están exportando a un solo país y no a más de tres clientes.
- Empresas exportadoras AA: empresas que exportan a más de un país y a más de tres clientes.
- Empresas exportadoras AAA: empresas que han invertido en una planta o centro de distribución en el exterior.

Para inicios del 2022 se contará con el levantamiento de la oferta exportable panameña de bienes y servicios con apoyo de los diferentes actores públicos y privados, la cual servirá de guía para el desarrollo de la estrategia y posicionamiento de los productos y servicios panameños.

PROPANAMA se apoyará en las Instituciones del estado responsables de generar la oferta exportable a través del desarrollo de políticas públicas que apoyen al sector exportador y de la preparación de la oferta con las empresas.

Para lograr este propósito es fundamental el trabajo interinstitucional coordinado, en conjunto con el sector privado, para la promoción y ejecución de la política para la exportación, a través de un equipo de alto nivel que se encargue del seguimiento y coordinación de estos esfuerzos.

VII. BASES DEL PROGRAMA INTEGRADO DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y DESARROLLO DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN.

Es importante indicar que las acciones, estrategias y servicios que se presentan en este cuadro no son ejecutadas únicamente por PROPANAMA, son parte de una estrategia conjunta que debe ser desarrollada, coordinada y ejecutada de forma interinstitucional y a través de todo el ecosistema exportador, de acuerdo con los mandatos establecidos para cada institución, cumpliendo así con que se convierta en un Programa Integrado de Promoción Comercial y Desarrollo de Mercados de Exportación.

Acciones	Estrategias	Servicios
<p>Impulsar la apertura de nuevos mercados para los sectores exportadores.</p>	<p>Implementar el “Programa Integrado de Promoción Comercial y Desarrollo de Mercados de Exportación”, a través de las embajadas y los consulados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer y poner al servicio del sector exportador y los diferentes actores los servicios que se ofrecen a través del Programa Integrado de Promoción Comercial y Desarrollo de Mercados de Exportación. • Análisis de los TLC y Acuerdos Comerciales identificando los aspectos claves para su mejor aprovechamiento y convertir esta información en información de fácil acceso para los exportadores, con apoyo de la Dirección de Tratados, la Dirección Nacional de Promoción de las Exportaciones del Ministerio de Comercio e Industrias e INTELCOM. • Identificación y selección de las ferias de exportación en las que se debe participar física o virtualmente en conjunto con los sectores productivos a fin de que se logren los mejores resultados. • Desarrollo de las plataformas digitales para el desarrollo de las ferias y ruedas de negocios virtuales. • Desarrollar en conjunto con el sector privado las misiones inversas sectoriales que se desarrollan cada año en Panamá. • Establecer vitrinas y show room en mercados estratégicos y de interés para la entrada de nuestros productos en los mismos.
	<p>Implementar una Estrategia Nacional de Aprovechamiento de los actuales TLC, con apoyo de la Dirección de Tratados y la Dirección Nacional de Promoción de Exportaciones del Ministerio de Comercio e Industrias.</p>	
	<p>Desarrollar ferias y ruedas de negocios físicas y virtuales con mercados de interés. Estas misiones comerciales pueden realizarse en el exterior o como misiones inversas en la búsqueda de los mejores resultados.</p>	
	<p>Fomentar, promover y facilitar la participación de empresarios en eventos internacionales tanto en Panamá como en el extranjero.</p>	
	<p>Desarrollar programas que permitan visibilizar y acercar la oferta exportable panameña a los compradores.</p>	
	<p>Desarrollar mecanismos virtuales que permitan a la oferta encontrarse con la demanda.</p>	
	<p>Elaborar y formular acuerdos de colaboración y coordinación en materia de comercio exterior con organismos internacionales que faciliten la apertura de nuevos mercados.</p>	

Acciones	Estrategias	Servicios
		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de misiones empresariales virtuales del tipo Matchmaking. • Acompañamiento a nuestro sector productivo, en sus misiones al exterior con apoyo del Servicio Exterior Panameño. • Vinculación con clientes potenciales en el extranjero, con apoyo de Cámaras Empresariales binacionales y en el exterior y del Servicio Exterior Panameño. • Acompañamiento en la agenda de negocios en el exterior, con apoyo del Servicio Exterior Panameño.
<p>Apoyar el desarrollo de programas que incentiven el fortalecimiento de capacidades y especializaciones en los sectores productivos.</p>	<p>Apoyar en el diseño y ejecución de la estrategia país en materia de producción, incorporación de valor agregado en la cadena logística y exportación de bienes y servicios. Identificar las áreas de oportunidad para desarrollar propuestas que contribuyan al desarrollo de las exportaciones.</p> <p>Contribuir a la transformación productiva (innovación, tecnología) con énfasis en nuevas actividades y mercados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ser parte del equipo que desarrolle la Estrategia País en Materia de producción, validada por todos los sectores (públicos y privada), a través de la cual se ha mejorado la producción con valor agregado para la exportación de bienes y servicios. • Facilitar en coordinación con las instancias correspondientes acceso a certificaciones, Análisis de Riesgos de Plagas, normas ambientales, seguro para las exportaciones, financiamiento, innovación, tecnología y demás herramientas que permitan el acceso a los mercados internacionales. • Acompañamiento a nuestro sector productivo, entre otras cosas, en el cumplimiento de los requisitos para el acceso a los mercados

Acciones	Estrategias	Servicios
		<p>internacionales y fortaleciendo su competitividad. En coordinación con las instancias nacionales correspondientes, y con la Unidad De Inteligencia Comercial Y Fortalecimiento De Las Capacidades Comerciales – INTELCOM.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar asesoría en materia de digitalización, innovación y nuevas tecnologías que mejoren la competitividad y la productividad de las empresas exportadoras. • Desarrollo de misiones empresariales virtuales del tipo Matchmaking. • Acompañamiento a nuestro sector productivo, en sus misiones al exterior con apoyo del Servicio Exterior Panameño. • Vinculación con clientes potenciales en el extranjero, con apoyo de Cámaras Empresariales binacionales y en el exterior y del Servicio Exterior Panameño. • Acompañamiento en la agenda de negocios en el exterior, con apoyo del Servicio Exterior Panameño.
<p>Potenciar el crecimiento de los encadenamientos productivos.</p>	<p>Diseño de una estrategia del país en materia de producción, incorporación de valor agregado en la cadena logística y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Desarrollar cadenas de valor en las unidades productivas exportables para robustecer la economía nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer e implementar la estrategia. • Fortalecimiento de la propuesta de valor de las empresas exportadoras. • Asesoría especializada para desarrollar las Cadenas de Valor de los productos exportables. • Participación en el desarrollo

Acciones	Estrategias	Servicios
		de Cadenas de Valor Regionales con organismos internacionales como CEPAL, SIECA, SELA, CENPROMYPE y otros.
Elaborar y formular acuerdos de colaboración y coordinación en materia de exportaciones.	Alianzas Estratégicas con organismos nacionales e internacionales que potencialicen programas que incidan en la actividad exportadora.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de organismos internacionales que facilitan la internacionalización. • Firma de Acuerdos de Cooperación con organismos nacionales e internaciones que potencien las exportaciones. • Articulación del ecosistema exportador. • Vincular a universidades, empresas y gobierno. • Fomentar un incremento de la inversión privada en innovación.
	Coordinar la participación de instancias públicas, privadas de diferentes sectores sociales, para la generación de actividades para fomentar el desarrollo productivo.	
Apoyar el desarrollo de programas de capacitación, asesorías e información especializada en tema de exportaciones.	Apoyar a las instancias nacionales públicas y privadas en la implementación de programas que generen las competencias y eleven la competitividad en las unidades exportadoras, para el desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría empresarial especializada y acompañamiento. • Desarrollo de plataformas con información clave para el sector exportador. • Desarrollo de una plataforma e-Learning con temas claves para los exportadores. • Desarrollo de material informativo de fácil acceso y comprensión sobre temas claves para la exportación.
Fortalecer las competencias de los equipos públicos y privados involucrados con el impulso de las exportaciones.	Desarrollar programas para elevar las competencias del personal que trabaja con los exportadores.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones especializadas a personal responsable de impulsar las exportaciones a nivel internacional (embajadas, consulados,

Acciones	Estrategias	Servicios
	<p>Diseñar manuales de procedimientos para la atención y seguimientos a unidades económicas.</p>	<p>agregados comerciales y otros representantes en el exterior que apoyen dicha gestión).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar manuales de procedimientos y plataformas especializadas para la atención y seguimientos a unidades económicas.
<p>Promover la facilitación del comercio en todos los niveles.</p>	<p>Establecer e implementar un “Programa Integrado de Promoción Comercial y Desarrollo de Mercados Externos”, con un protocolo de actuación conjunta y cooperación público-privada con definición de las instituciones responsables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una estrategia para el manejo de la relación con organismos internacionales (GAFI, OCDE, SICA, SIECA, entre otros) mediante el diálogo, el consenso y el respeto mutuo. • Desarrollar propuestas de políticas públicas para la simplificación, la estandarización y la armonización de distintos procedimientos y requerimientos que condicionan el movimiento de los bienes y los servicios conexos en el comercio internacional. • Publicaciones electrónicas: generar documentos informativos relacionados con la tramitología referente a procedimientos aduaneros, transporte marítimo, terrestre, entre otros.
<p>Consolidar la oferta exportable.</p>	<p>Búsqueda de nuevos mercados para diversificar los mercados de destino.</p> <hr/> <p>Afianzar los mercados tradicionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercados potenciales. • Estudio de la oferta exportable por región. • Identificar oportunidades a través de las embajadas,

Acciones	Estrategias	Servicios
	Desarrollar canales tradicionales y no tradicionales.	<p>consulados o agregados comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autodiagnóstico en línea. • Plataforma digital para acercar la oferta y la demanda. • Impulsar productos sostenibles y diferenciados en mercados clave. • Facilitar pruebas de mercado en los mercados de destino. • Misiones Inversas por sectores. • Asesoría en materia de asociatividad empresarial horizontal y vertical por sectores. • Asesoría para la diversificación de la oferta exportable de aquellas empresas que ya están exportando.
	Aportar para que las barreras no arancelarias dejen de ser un impedimento para alcanzar mayor competitividad.	
	Promoción de la asociatividad para alcanzar mayores éxitos en conjunto.	
	Especialización según sector como herramienta para concretar mejores negocios, tener mejor aceptación en mercados internacionales y construir relaciones duraderas con cada cliente más allá de nuestras fronteras.	
Reforzar la promoción turística a través de PROPANAMA.	Coordinar acciones con la Autoridad de Turismo para promover a Panamá como destino turístico a través del servicio exterior panameño.	Incorporar las empresas turísticas a todos los servicios que ofrece PROPANAMA de acuerdo con sus requerimientos.



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)