

Metro de Panamá, S.A Ingresos No tarifarios

38 Congreso Anual
Asamblea General de ALAMYS
16 al 20 de noviembre 2025 - Lima, Perú.

CONTENIDO

- **Introducción**
- **Líneas de negocios**
- **Resilencia durante la Pandemia**
- **Estrategia Postpandemia**
- **Visión hacia el futuro**

INTRODUCCIÓN

- El área de Ingresos No Tarifarios del Metro de Panamá, S.A. (MPSA), tiene como propósito estratégico diversificar y fortalecer las fuentes de ingresos de la empresa, contribuyendo de manera directa a la sostenibilidad financiera del sistema.
- Es el departamento responsable de coordinar, supervisar, gestionar y administrar todos los negocios y contratos que generan ingresos distintos al pasaje, garantizando su alineación con los valores institucionales, la eficiencia operativa y la experiencia positiva del usuario.

LÍNEAS DE NEGOCIOS

- Explotación publicitaria.

- Línea 1:
Concesionada mediante licitación para el desarrollo, comercialización y administración integral de los espacios publicitarios.
- Línea 2: Administrada directamente por MPSA.

- Arrendamiento de espacios comerciales:

- Cajeros automáticos
- Kioscos
- Máquinas expendedoras.

- Conectividad y fibra óptica:

Venta y arrendamiento de servicios de conectividad y fibra óptica, incluyendo proyectos de conectividad subterránea.

- Uso temporal de espacios:

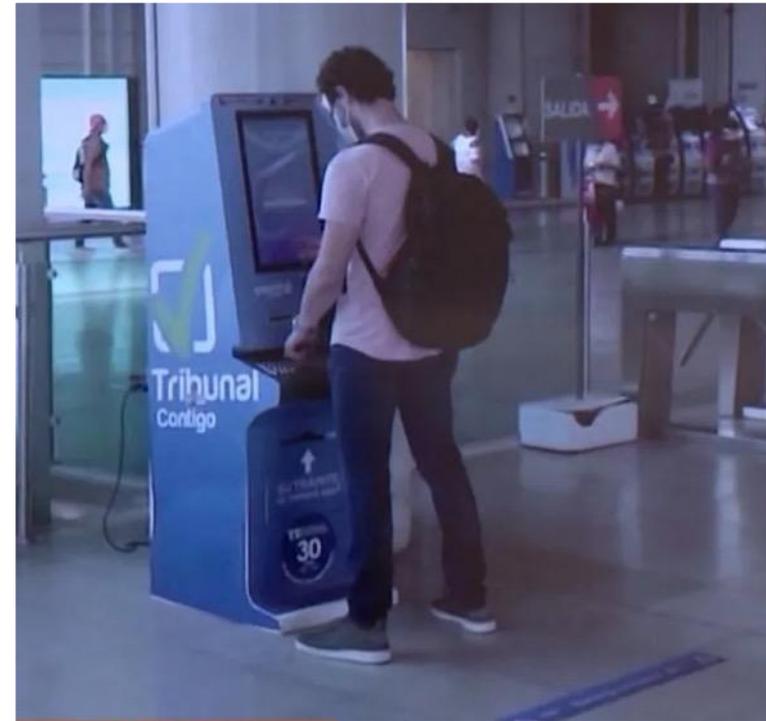
Filmaciones, activaciones y eventos especiales, bajo normativas publicadas oficialmente.

LÍNEAS DE NEGOCIOS

Publicidad Línea 1



Arredamiento espacios



RESILENCIA DURANTE LA PANDEMIA

La pandemia representó un desafío sin precedentes para los ingresos no tarifarios. MPSA adoptó una política de sostenibilidad y apoyo mutuo con sus socios comerciales, buscando mantener la continuidad de los servicios sin comprometer la estabilidad contractual:

1. Con el concesionario de publicidad se ejecutó una extensión de contrato de cuatro años en reconocimiento a la afectación sufrida por la paralización de actividades y la caída drástica del flujo de usuarios.
2. Con las instituciones bancarias con cajeros automáticos en estaciones, se realizaron adendas temporales de ajuste económico, dada la reducción de horarios y cierres parciales.

Estas decisiones fueron guiadas por una visión de largo plazo: proteger los ingresos futuros manteniendo la confianza y sostenibilidad de las relaciones comerciales.

RESILENCIA DURANTE LA PANDEMIA



ESTRATEGIA POSTPANDEMIA

CRECIMIENTO, DIVERSIFICACIÓN Y NUEVOS DESAFÍOS

Los ingresos no tarifarios han retomado una tendencia ascendente, acompañando la recuperación del flujo de pasajeros y el desarrollo urbano que genera el Metro.

Actualmente se trabaja en proyectos de expansión y diversificación, tales como:

- Aprovechamiento de terrenos propiedad del Metro de Panamá, para arrendamiento comercial y a creación de espacios de valor agregado.

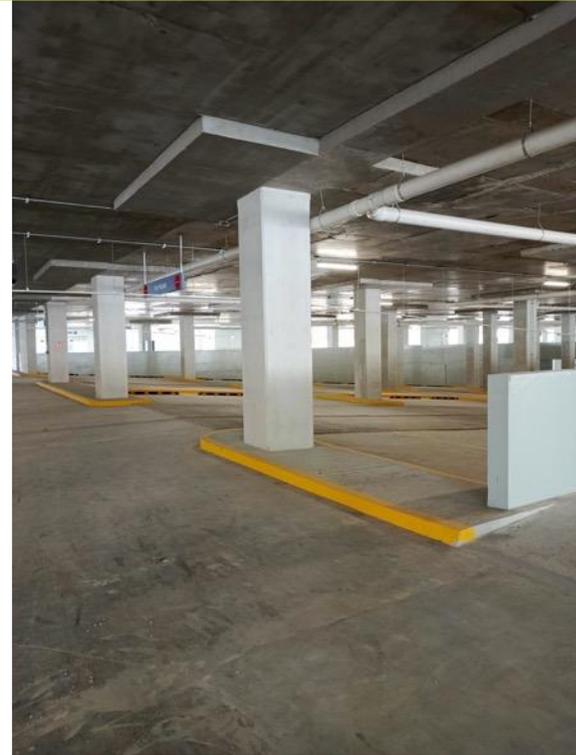
- Proyecto integral en Estación Villa Zaita:
 - Estacionamientos.
 - Áreas explotables comercialmente.
 - Espacios publicitarios en el intercambiador.

- Nuevas máquinas expendedoras *inteligentes*, enfocadas en productos y servicios distintos a alimentos o bebidas.

- Licitación para la explotación publicitaria de la Línea 2 (2026).

ESTRATEGIA POSTPANDEMIA

Estacionamientos e Intercambiador Proyecto Villa Zaita



VISIÓN HACIA EL FUTURO

- El Metro de Panamá avanza hacia un modelo de gestión integral de ingresos no tarifarios que busca equilibrar sostenibilidad económica, innovación tecnológica y beneficio social.
- El compromiso de MPSA es seguir creciendo con una visión moderna, transparente y colaborativa, que permita transformar la movilidad urbana en una plataforma de desarrollo económico y social para Panamá.



GRACIAS!



METRO
DE PANAMA



elmetrodepanama



GOBIERNO NACIONAL
★ CON PASO FIRME ★

SECRETARÍA NACIONAL
DEL FERROCARRIL



Alamys