



**INFORME DE PASANTIA "EL TURISMO EN PANAMA"**

**TORRES MOLINA DIANA MARCELA  
ZAPATA CARDONA JULIANA  
ZAPATA VALENCIA CAROLINA**

**ANDRES FELIPE URIBE ACOSTA**

**INFORME DE PASANTIA PARAN ADOPTAR TITULO DE GRADO EN  
ADMINISTRACION COMERCIAL Y MERCADEO**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE MERCADEO  
MEDELLIN  
2015**



**"EL TURISMO EN PANAMA"**

**TORRES MOLINA DIANA MARCELA  
ZAPATA CARDONA JULIANA  
ZAPATA VALENCIA CAROLINA**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION COMERCIAL Y DE MERCADEO  
MEDELLIN  
2015**

## **AGRADECIMIENTOS.**

Queremos agradecer a la universidad por implementar este tipo de estrategias de internacionalización permitiendo así ampliar nuestra formación práctica-teórica y a los profesores por brindarnos su acompañamiento en este viaje a Panamá a través del cual se nos dio la oportunidad de conocer el gran potencial turístico que este tiene, la gran historia que se esconde en los muros de este país y los lugares paradisiacos que tiene que mostrar.

A nuestro asesor Andrés Uribe por su ayuda y guía durante todo el desarrollo del informe y por ultimo aquellas personas residentes allí que con mucho gusto compartieron sus conocimientos e hicieron de esta experiencia enriquecedora.

## **DEDICATORIA.**

Dedicamos este informe a las personas que han hecho posible alcanzar este objetivo, como nuestras familias, aquellas de alguna manera multiplicaron sus esfuerzos por hacer de nosotras personas de valores y nos han brindado la fortaleza para llegar aquí.

A los compañeros y profesores por su paciencia y dedicación, por sus horas de traspasar y dolores de cabeza, por acompañarnos en este recorrido aportando nuevos conocimientos y experiencias las cuales se verán reflejadas en nuestro caminar.

## TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE ILUSTRACIONES.....	6
INTRODUCCION .....	7
1. TITULO.....	8
2. IDEA.....	8
3. OBJETO DE ESTUDIO .....	8
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
4.1. SÍNTOMAS DEL PROBLEMA:.....	9
4.2. CAUSAS DEL PROBLEMA: .....	9
4.3. CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA: .....	10
4.4. FORMULACIÓN: .....	10
5. JUSTIFICACIÓN .....	11
6. OBJETIVOS.....	11
6.1. OBJETIVO GENERAL: .....	11
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	11
7. MARCO REFERENCIAL .....	12
8. MARCO METODOLOGICO .....	12
9. RESULTADOS .....	13
10. ANALISIS RESULTADOS .....	25
11. CONCLUSIONES .....	26
12. BIBLIOGRAFÍA .....	27

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Imagen N°1 Entrada canal de Panamá

Imagen N°2 Casco antiguo

Imagen N°3 Transporte Multi-modal

Imagen N°4 Puerto de Panamá

Imagen N°5 Buque pasando canal

Imagen N°6 Buceo

Imagen N°7 Casa ubicada en el casco antiguo

Imagen N°8 Proyecto zona libre

Imagen N°9 Murales de la construcción canal de Panamá

Imagen N°10 Entrada instalaciones oficinal administrativas canal de Panamá

Imagen N°11 Ciudad de Panamá

Imagen N°12 Hard Rock Hotel Panamá Megapolis

## **INTRODUCCION**

A continuación se presenta un informe de la pasantía realizada al país de Panamá la cual es válida como trabajo de grados donde se analizaran los factores críticos y estratégicos del turismo en este país, con el fin de cambiar la perspectiva que tienen las personas del destino principal de comercio y/o logística.

En conjunto de la investigación y trabajo de campo realizado por las estudiantes y acompañado por guías residentes de Panamá y profesores de la universidad ESUMER se pretende dar a conocer el alto potencial por explotar a través del turismo, gran fuente de empleo e ingresos significativos a la economía del país, permitiéndole abrir las puertas de este y venderle al mundo todo su atractivo tropical y cultural.

En el informe se determina la importancia y los beneficios que traerá para panamá invertir en este sector lo que generara el cambio de pensamiento en las personas y así volverse un fuerte atractivo turístico.

## **1. TITULO**

¿El turismo en panamá tiene un futuro prometedor?

## **2. IDEA**

Con la pasantía a Panamá se pretende ampliar nuestro conocimiento de una manera práctica sobre la realidad actual del turismo en este país para que, apoyadas en información verídica se pueda emitir un juicio u opinión con verdaderos argumentos que definan la diferencia entre la perspectiva o la realidad del pensamiento en general.

## **3. OBJETO DE ESTUDIO**

Se pretende dar a conocer y resaltar las características de Panamá como destino potencial turístico, cambiando la percepción que tienen las personas de este país como destino principal únicamente de comercio y/o logística.

## **4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Panamá es un país que tiene otros atractivos diferentes al comercio y la logística los cuales no están siendo aprovechados al máximo y generan una percepción limitada sobre la realidad que por algún motivo no se está dando a conocer.

#### **4.1. SÍNTOMAS DEL PROBLEMA:**

Panamá tiene una ubicación privilegiada la cual le permite tener la única conexión marítima entre el océano pacífico y el mar caribe, dispone de unas 1500 islas, durante todo el año en sus tierras bajas tienen un clima tropical y en las altas un clima templado. En su topografía se incluye desde extensas planicies hasta grandes montañas con hermosos ríos y selvas tropicales con gran variedad de fauna y flora (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008).

Aunque panamá tiene un potencial alto para el turismo gracias a todas estas maravillosas características que posee, es un país que se mueve principalmente por sus actividades comerciales y logísticas en el canal, sus puertos y zonas libres, enfocándose así en la ubicación de hoteles para empresarios y lugares para eventos restando prioridad a la venta del país como destino turístico paradisíaco y sus puntos de interés (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008).

#### **4.2. CAUSAS DEL PROBLEMA:**

La economía de Panamá actualmente posee un crecimiento del PIBT 9,4% la cual deja al país dentro de los países de mayor avance económico de América Latina, esta se sustenta en un 75 % en el sector de servicios, 15% en el sector industrial y un 10% en el

sector agricultor (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008) (UNWTO, 2011).

El turismo como servicio en panamá en los últimos años ha mostrado un crecimiento muy relevante, el cual aporta unos ingresos significativos a la economía del país, es importante resaltar que se están haciendo altas inversiones en la construcción de hoteles y en la reconstrucción de su patrimonio nacional pero, carece de estrategias mercadológicas que permitan abrirle las puertas del país y venderle al mundo todo su atractivo tropical y cultural (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008).

#### **4.3. CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA:**

La principal consecuencia es la cantidad de dinero que se está dejando de ganar. El turismo atenúa la pobreza y en su ejecución genera empleos directos e indirectos y es la principal fuente de entrada de divisas al país. El turismo hace que se mejore la infraestructura nacional ya que debe adaptarse para cubrir las necesidades internacionales. Elimina los prejuicios del país, ya que permite interactuar y conocer la realidad, dinamiza la economía y destina parte de los beneficios a la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos entre otros.

Al no explotar todo el potencial que tiene el país en este sector, estaría dejando de obtener todos estos beneficios los cuales aportan significativamente para su desarrollo (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008).

#### **4.4. FORMULACIÓN:**

¿Qué es lo que le falta a Panamá para potencializar el turismo?

¿A qué se debe la falta de interés al crecimiento turístico?

¿Por qué solo es visto como un destino comercial?

#### **5. JUSTIFICACIÓN**

Con la realización de esta pasantía se pretende determinar y resaltar los factores críticos del turismo en Panamá apoyados en la visita que se realizó entre el 11 de noviembre al 15 de noviembre del 2015 a dicho país, en la cual se logró recoger evidencia significativa para sustentar este informe y así luego de determinar estos factores críticos generar recomendaciones y propuestas para el mejoramiento a nivel país del turismo, también cabe agregar que se resaltarán las variables estratégicas del turismo en Panamá como una fuente para generar modelos del potencial del turismo en otros países en vía de desarrollo turístico.

#### **6. OBJETIVOS.**

##### **6.1. OBJETIVO GENERAL:**

Realizar un análisis de los factores críticos y estratégicos del turismo en Panamá

## **6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar las características principales del turismo en Panamá
- Determinar la evolución del turismo en panamá
- Resaltar los sectores y actividades turísticas que ofrece Panamá

## **7. MARCO REFERENCIAL**

El marketing son técnicas para mejorar la comercialización de productos y servicios, entre ellas se encuentra el marketing turístico que es promocionar los productos y servicios que ofrece un país en materia de turismo que puede ofrecer el país, con esto se muestra la cultura que tiene con las tradiciones, los ideales y la historia que tiene el país sobre su crecimiento tanto económico, en la riqueza del país, sus recursos y los niveles de escases o pobreza en ciertas zonas del ; la infraestructura que está manejando en las diferentes industrias como en las zonas libres de los países donde se maneja la producción de mercancía o insumos en tránsito de importación y exportación sin pagar impuestos o en los puertos donde se reciben flujos de barcos con mercancía o personas, todos estos ítems generan reconocimientos de las grandes virtudes que tiene el país o el potencial en las diferentes áreas de servicio o turismo que puede tener el país.

## **8. MARCO METODOLOGICO**

Para este informe se realizó un viaje a la ciudad de Panamá en el cual se tomaron evidencia fotográficas, testimonios, se realizaron visitas guiadas por residentes quienes nos dieron a conocer la historia, la cultura, nos brindaron información sobre la actualidad turística, puntos de interés, los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar y zonas paradisíacas que se pueden visitar, encontrando en estos el punto fuerte que se debe explotar y sacar provecho definiendo los factores críticos del turismo descubriendo la verdadera importancia de este.

## **9. RESULTADOS**

Analizando la información recopilada se hallaron los siguientes resultados:

Panamá cuenta con un "Plan maestro de turismo sostenible de Panamá 2007-2020" en el cual se puede encontrar ampliamente toda la información donde se describen los diferentes tipos de estrategias y planes de acción para cada uno de estos tipos de turismo:

Turismo de crucero, turismo de negocios/MICE, turismo de shopping, turismo de sol y playa, ecoturismo/naturaleza, turismo activo/aventura, turismo náutico/pequeños cruceros, turismo de pesca deportiva, turismo científico, turismo Wellness/médico, turismo cultural, agroturismo, turismo comunitario, producto de cartera: turismo de golf, producto de cartera turismo lúdico de parques temáticos.

Este plan permite la potencialización del turismo al 2020, funciona como una estrategia básica de ordenamiento del sector turístico, articula el equilibrio territorial, genera empleos e ingresos a la economía del país y es eficaz en la lucha contra la pobreza

Se debe realizar inversión en infraestructura que mejore la movilidad la y accesibilidad a puntos históricos, turísticos, y de alta rotación, que facilite y vuelva más amena los recorridos en el país tanto para los residentes como para los visitantes.

- Diseñar y ejecutar un plan en el que se estudien los recursos con los que cuentan para aplicar las estrategias adecuadas que permitan la explotación de los recursos sacando el mayor provecho de estos sin que se sobrepase su capacidad viéndose afectados momentáneamente o definitivamente.

Se debe informar la gran diversidad turística con la que cuenta Panamá y todos los planes que pueden ofrecer a extranjeros para disfrutar y dar a conocer de manera diferente a la de negocios este país, logrando así cambiar la percepción y el fin de viaje de las personas (Autoridad de turismo Panamá, 2015) (Plan maestro de turismo sostenible de panamá, 2008).

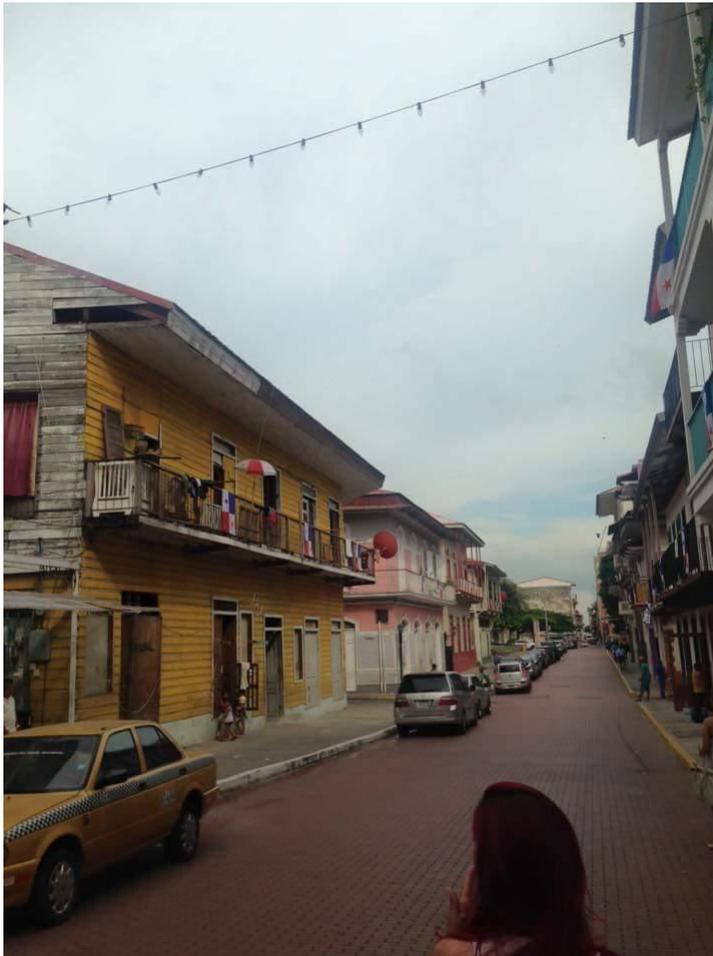
Imagen N°1 Entrada canal de Panamá



Fuente Propia (2015)

El canal de Panamá es una vía interoceánica, la cual permite acortar tiempo y distancia permitiendo el intercambio comercial y económico entre países y la expansión económica de los principales usuarios del canal.

Imagen N°2 Casco antiguo



Fuente Propia (2015)

Chorrillos o el casco antiguo se ha convertido en un lugar turístico en el cual su historia se ve reflejada en sus balcones y en el diseño de sus fachadas. Actualmente se

encuentra en restauración como parte de la inversión que se está haciendo por conservar la historia y sitios turísticos del país.

Imagen N°3 Transporte Multi-modal



Fuente Propia (2015)

Panamá es considerado un centro multimodal y logístico para el mundo, ya que cuenta con una plataforma moderna de infraestructura portuaria, el canal, un ferrocarril interoceánico y el Hub de las Américas para transporte aéreo, promoviendo el comercio por aire, tierra y mar.

Imagen N°4 Puerto de Panamá



Fuente Propia (2015)

Los puertos proveen una amplia variedad de servicios a la carga en contenedores, a granel, líquida y general, así como a los pasajeros en las terminales de cruceros. Estos puertos pueden ser estatales o privados.

Imagen N°5 Buque pasando canal



Fuente Propia (2015)

El canal de Panamá es una parte vital de la economía del país, se puede ver de primera mano cómo entran y salen los buques, cual es el apoyo que se da en este lugar para el paso de estos barcos y cuál es el funcionamiento del canal como tal.

Imagen N°6 Buceo



Fuente Propia (2015)

Panamá cuenta con lugares y una biodiversidad increíble, con accesibilidad para sumergirse y practicar buceo durante todo el año, tiene un delicioso clima tropical y un fácil acceso permitiendo disfrutar desde no buceadores hasta avanzados.

Imagen N°7 Casa ubicada en el casco antiguo



Fuente Propia (2015)

Esta imagen es de una casa construida en la época del renacimiento la cual fue considerada parte del patrimonio y ha sido restaurada y convertida en un hotel. En ella se puede observar el diseño francés y el status que poseían sus antiguos dueños.

Imagen N°8 Proyecto zona libre



Fuente Propia (2015)

Proyecto diseñado para empresas e inversionistas con fines económicos.

Imagen N°9 Imagen construcción canal de Panamá



Fuente Propia (2015)

Estos murales describen la historia dantesca de la construcción del canal dividida en 4 escenas en las cuales narran el esfuerzo, el valor y el heroísmo de aquellos que con su fuerza y su trabajo lograron unir los dos océanos más importantes del mundo.

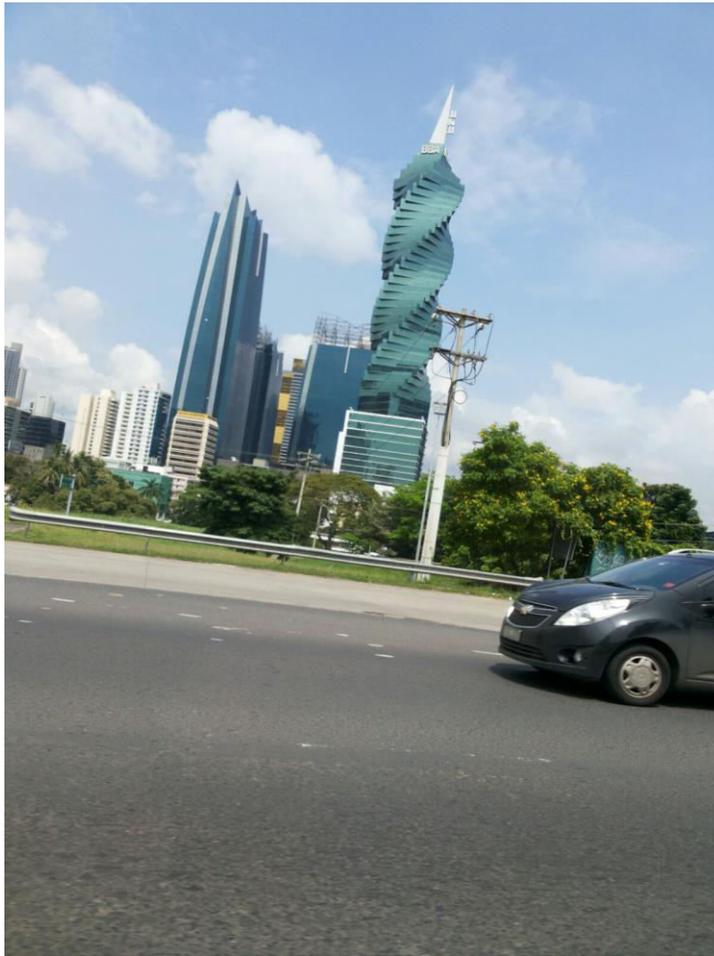
Imagen N°10 Entrada instalaciones oficinal administrativas canal de Panamá



Fuente Propia (2015)

Oficinas creadas con el fin de centralizar todas las actividades relacionadas con la administración del canal de panamá, es un lugar histórico lleno de lujos y belleza inspirado en el estilo italiano del renacimiento.

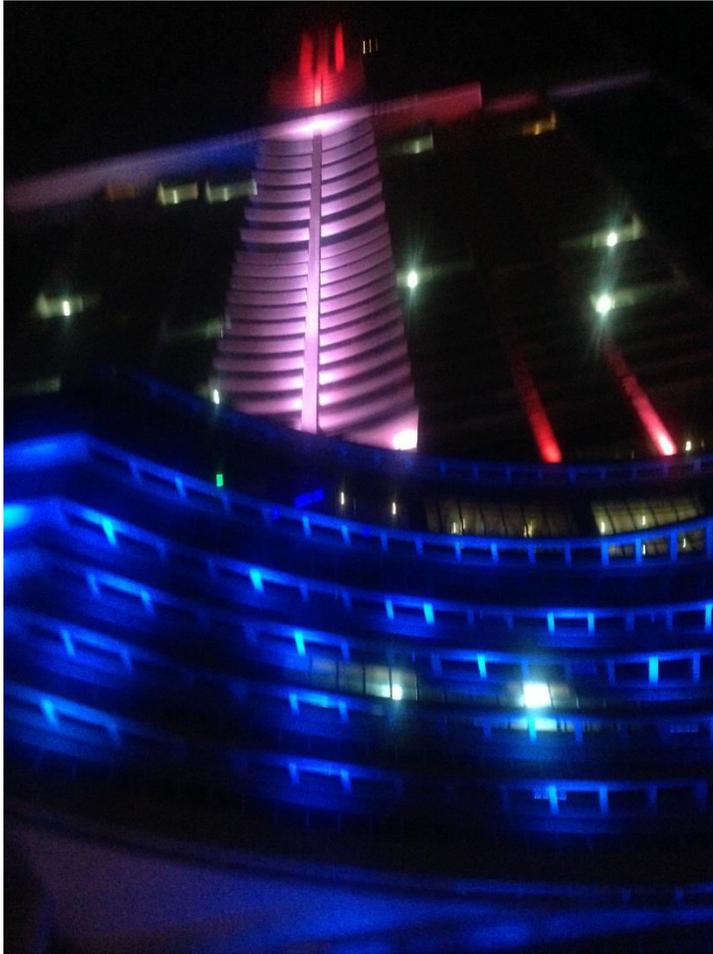
Imagen N°11 Ciudad de Panamá



Fuente Propia (2015)

La ciudad de Panamá es la capital y la ciudad más grande del país, su historia está influenciada por la sociedad, la cultura, la literatura, el arte, la arquitectura y la religión. Y actualmente ocupa uno de los primeros puestos en la clasificación de las ciudades más competitivas de América Latina.

Imagen N°12 Hotel Hard Rock



Fuente Propia (2015)

Panamá ofrece un gran portafolio de hoteles, como este el cual es un lugar perfecto para hospedarse, ya que se encuentra ubicado a 20 minutos del Aeropuerto Internacional de Tocumen y a 15 del canal de Panamá. Ofrece más de 1500 cómodas habitaciones con vista al mar, spa, restaurantes, vida nocturna y entretenimiento. Todo en un solo lugar.

## **10. ANALISIS RESULTADOS**

El resultado de este informe, evidencia la necesidad inmediata de crear un grupo de trabajo con personas expertas que creen y desarrollen un plan de acercamiento acertado, que genere comunicación eficiente al interior y exterior de Panamá, logrando así alcanzar otros públicos y llenar los vacíos que se observaron con respecto a la explotación de los atributos y la diversidad turística con la que cuenta este país, para que con esta se pueda generar otra percepción en las personas y se generen mayores ingresos.

Se puede determinar con la información encontrada que el país va por un buen camino, especialmente al desarrollar e implementar un "plan maestro de turismo sostenible de Panamá 2007-2020" en el cual se encuentra definido y especificado ampliamente toda la información donde se describen los diferentes tipos de estrategias y planes de acción para cada uno de los diferentes tipos de turismo que allí se pueden encontrar.

## 11. CONCLUSIONES

- Actualmente se determina un avance en los diferentes sectores turísticos de Panamá, se puede apreciar la inversión que se está realizando, y los planes de desarrollo con los que seguirán trabajando para ofrecer mayor y mejor turismo.

- Se evidencio que Panamá tiene muchas oportunidades y variedad en el turismo que puede ofrece y que cuenta con un plan para desarrollar cada una de estas.

- La información que se puede encontrar del diferente tipo de turismo con el que cuenta Panamá es muy amplia y completa, muestra la visión que se tiene, las oportunidades y metas a futuro de lo que se quiere lograr.

- La percepción que tienen las personas de Panamá como destino comercial se puede cambiar dando a conocer los diferentes planes turísticos con los que cuenta.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

Autoridad turística de panamá, (2015), Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá, recuperado de <http://www.atp.gob.pa/analisis-diagnostico-general-del-turismo-en-panama>

Plan maestro de turismo sostenible de Panamá, (2008), Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá, recuperado de [http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/Analisis\\_Diagnostico\\_General\\_del\\_Turismo\\_en\\_Panama.pdf](http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/Analisis_Diagnostico_General_del_Turismo_en_Panama.pdf)

UNWTO, (2011), El turismo y la atenuación de la pobreza, recuperado de <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>