

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO		
Turismo de negocios de Panamá y su aporte económico		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Fabio Alexis Vargas Mendez		
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Zuluaga Diaz	Katherine Yolanda	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Negocios Internacionales	Pregrado	<input checked="" type="checkbox"/>
	Especialización	<input type="checkbox"/>
	Maestría	<input type="checkbox"/>
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá	2017	20
PALABRAS CLAVES		
Español		Inglés
ATP		ATP
Economía		Business
Negocios		Economy
Proyección		Projection
Sociedad		Society
Turismo		Tourism
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>Panamá, hoy referente de un turismo internacional, toma impulso para fortalecer su oferta dirigida a miles de turistas que llegan año tras año en busca de negocios, formación académica, capacitación, congreso y que magistralmente se ven seducidos por otros atractivos que brinda ese territorio paradisíaco. El presente artículo se pretende analizar los factores que influyen en el plantamiento y desarrollo de otros tipos de turismo diferentes al corporativo dentro del territorio de Panamá; con lo que se destaca la figura de estado con sus políticas aplicadas que permiten un ambiente dinámico para este sector; además se describe brevemente la evolución del turismo con énfasis en los negocios dentro de Panamá a lo largo de los años.</p>		

LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE  
ESTUDIANTES.

Los suscritos

Fabio Alexis Vargas Méndez con C.C. N° 1020762157

\_\_\_\_\_ con C.C. N° \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ con C.C. N° \_\_\_\_\_

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),  
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título  
Turismo de negocios de Panamá y su aporte económico

elaborada para efectos de opción de grado (optar por el título)  
(participar en el seminario o evento), de  
Negocios Internacionales (Programa académico)

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bta, el año 2017 del mes 03 a los 31 días.

FIRMA

Firma

Firma

Firma

*Stendel*

c.c.

c.c.

c.c.

*1020762157*

**TURISMO DE NEGOCIOS DE PANAMÁ Y SU APORTE ECONÓMICO**  
**PANAMA'S CORPORATIVE TOURISM AND ITS ECONOMICAL APORT**

Nombre del tutor: Katerin Yolanda Zuluaga

Fabio Alexis Vargas Méndez  
Marzo 2017.

Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá Uniempresarial  
Departamento de Economía  
Trabajo de grado

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecimientos a la Autoridad de Turismo de Panamá, a la Cámara de Comercio Industrias y Agriculturas de Panamá, a Quality Leadership University, a la Ciudad del Saber, a la administración de la Zona Libre de Colón, y la Administración del Puerto de Balboa, que nos brindaron información adecuada y precisa para la realización de este artículo, extendiendo mi gratitud a la empresa logística COINCO y la Universidad Uniempresarial quienes fueron los actores principales para la realización de esta actividad.

## RESUMEN

Panamá, hoy referente de un turismo internacional, toma impulso para fortalecer su oferta dirigida a miles de turistas que llegan año tras año en busca de negocios, formación académica, capacitación, congresos, y que mágicamente se ven seducidos por otros atractivos que brinda ese territorio paradisíaco.

En el presente artículo, se pretende analizar los factores que influyen el planteamiento y desarrollo de otros tipos de turismo diferentes al corporativo dentro del territorio de Panamá; con lo que se destaca la figura del Estado con sus políticas aplicadas que permiten un ambiente dinámico para este sector; además, se describe brevemente la evolución del turismo con énfasis en los negocios dentro de Panamá a lo largo de los años.

Palabras clave: ATP, Economía, Negocios, Proyección, Sociedad, Turismo.

## **ABSTRACT**

Panama, today a reference for international tourism, is taking the impulse to strengthen its offer aimed at thousands of tourists who come year after year in search of business, academic training, training, congresses, and who are magically seduced by other attractions offered by that territory heavenly.

In the present article, it is tried to analyze the factors that influence the approach and development of other types of tourism different from the corporate one within the territory of Panama; With which the figure of the State stands out with its applied policies that allow a dynamic environment for this sector; In addition, it briefly describes the evolution of tourism with an emphasis on business within Panama over the years.

Key words: ATP, Business, Economy, Projection, Society, Tourism

# **Contenido** 5

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>II. TURISMO.....</b>	<b>7</b>
<b>III. TURISMO DE NEGOCIOS.....</b>	<b>9</b>
<b>IV. TURISMO DE NEGOCIOS EN PANAMÁ.....</b>	<b>11</b>
<b>V. EVOLUCION DEL TURISMO DE NEGOCIOS PANAMÁ.....</b>	<b>12</b>
<b>VI. CONSIDERACIONES ECONOMICAS PANAMÁ.....</b>	<b>16</b>
<b>VII. CONCLUSIONES.....</b>	<b>17</b>
<b>VIII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>19</b>
<b>IX. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>20</b>

En este artículo se analiza el impacto económico del turismo de negocios en Panamá motivando al lector a reflexionar y concluir frente al siguiente cuestionamiento: ¿Por qué la ATP (autoridad de Turismo de Panamá) implementa el turismo de negocios como medio de diversificación económica y crecimiento, para atraer inversores extranjeros en la actualidad?

De otro lado, se brinda herramientas para identificar que un alto porcentaje de los ingresos de este país se debe al resultado de esta actividad económica posicionando a Panamá como referente internacional para este tipo de negocios, con gran potencial turístico corporativo y su extensión al ocio y al entretenimiento gracias a su ubicación geográfica estratégica y a su clima tropical.

Se tendrá un acercamiento teórico al impacto que producen los resultados del turismo de negocios, sus aportes económicos y el crecimiento que éste ofrece al PIB de Panamá, destacando los atractivos turísticos de esta región y que invita a que las empresas internacionales inviertan en este país motivadas por un crecimiento con beneficios económicos fundamentados en la proyección que puede tener este país centroamericano frontera con Sur y Centro América..

Se tomaron como fuentes de consulta algunos como los de la ATP (Autoridad de Turismo de Panamá), opiniones de expertos en la web, especialistas en el tema, revistas técnicas, columnas de opinión y estudios de turismo y economía.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “...el turismo comprende las actividades de personas viajando y permaneciendo en lugares fuera de su ambiente común por no más de un año por razones de ocio, negocios y otros propósitos”; de tal manera que el hombre desde sus orígenes siempre ha tendido a trasladarse de un sitio a otro, ya sea por motivos de caza, pesca, agricultura, religión, comercio, guerras, entre otros; pero no es hasta la segunda mitad del siglo que se transforma en todo un fenómeno que moviliza masas y que se intensifica esta acción en los años 50's dadas las condiciones económicas adecuadas, como por ejemplo, mayor renta disponible de las familias, bajo precio del petróleo y la aparición en algunos países de la reglamentación de vacaciones pagadas.

Otro factor que contribuyó a la masificación del turismo fue efectivamente un mayor desarrollo de la infraestructura, las telecomunicaciones y el transporte, ya que ampliaron las posibilidades de visitar regiones más lejanas; por otro lado, otro factor determinante fue el mayor auge de las relaciones comerciales que trajo consigo un incremento del turismo, ya no por motivos de ocio, sino por motivos de negocio o estudios profesionales. (OMT,1998)

Sin embargo, la definición que va en sentido de este artículo es la que se dictó en la conferencia mundial de turismo celebrada en Manila (Filipinas) en 1980, donde se abordó la importancia del turismo y sus amplios efectos dentro de la sociedad, dichos apuntes quedaron consignados en la declaración de Manila sobre el turismo mundial, la cual consideraron al turismo como:

“Actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los 8 sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo. Su auge está vinculado al desarrollo socioeconómico de las naciones y estriba en el acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya. Su existencia misma y su desarrollo están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera, al cual el turismo, por su parte, está llamado a contribuir”. (OMT, 1980)

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia la importancia del turismo dentro de la sociedad y la economía mundial, tanto así, que según algunos autores (Machin, 1993) consideran al turismo como la segunda actividad económica tras en su momento la industria del petróleo. Aunque un poco atrevida dicha afirmación, las cifras demuestran que no es tan equívoco, ya que para el 2015 según los datos que recoge anualmente la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2016), el turismo mundial significaba un 10% del producto interno bruto mundial, 1 de cada 11 empleos en el mundo es relacionado con el turismo, más de 1.5 billones de dólares en ingresos generados y más de 1.186 millones de turistas en el mundo. Pero eso no es todo, la proyección de este organismo internacional prevé que entre el 2010 y el 2030, cada año crezca la llegada de turistas 3.3% hasta alcanzar los 1.800 millones en el 2030, dentro de éstas, las llegadas a destinos emergentes duplicarán a la de las economías avanzadas.

Por otra parte, la importancia del turismo en la economía es de suma consideración, ya que se ven involucrados distintos sectores económicos; siendo el turismo también considerado desde una posición económica como:

“una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial” (OMT, 1998, p.17).

De todas maneras, y desde el ángulo que se mire, en esta misión a Panamá pudimos constatar de forma presencial la gran actividad turística que tiene este país; su aeropuerto Tocumen, galardonado como el mejor aeropuerto de Centro América recibe al año más de 13 millones de personas; indicador efectivo para demostrar y comprobar que esta región del Caribe tiene potencial para el turismo de todo tipo.

### **III. TURISMO DE NEGOCIOS**

El turismo de negocios, si bien es una de las formas convencionales de hacer turismo, ésta ha venido cobrando importancia en las últimas décadas no sólo al generar ingreso por conceptos como alojamiento, transporte, entre otros, sino además por generar oportunidades de inversión para el territorio panameño.

Nosotros como estudiantes del programa de Negocios Internacionales, y conforme a lo que hemos recibido en las diferentes clases, cada vez somos más conscientes que la globalización ha marcado sin duda una apertura hacia una nueva economía donde Panamá no es ajena a ese abanico de países que pone a disposición su territorio para que los inversionistas del mundo desarrollen proyectos que generen utilidades desde este destino mágico que es Panamá.

Como menciona Cravero (2013) el turismo de negocios lo ostentan aquellos individuos que llegan a un destino con razones de trabajo con el fin de fortalecer relaciones con otras empresas; esta actividad turística se dirige al segmento empresarial generando un movimiento interesante de empresarios, funcionarios y ejecutivos para visitar una ciudad por motivo de negocios. Pero una de las mejores aproximaciones la aporta la Organización mundial del Turismo (OMT, 1998), que define el turismo de negocios como “aquel que se realiza fuera del lugar habitual de trabajo, pero sin obtener ninguna remuneración extra en el lugar de destino, y se realiza para asistir a ferias; congresos y convenciones; actividades comerciales; prestación de servicios empresariales”

Los orígenes del turismo de negocios como actividad económica se remontan a finales del siglo XIX cuando el británico Thomas Cook realizaba las primeras convenciones; por aquella época, se empezó a dar todo un movimiento de personas con la razón de alcanzar metas académicas y formativas; desde entonces se presentó un crecimiento en el segmento turístico de negocios con eventos como congresos y convenciones. (Revista Lider empresarial, 2007).

Esta tipología o motivación turística tiene enormes efectos económicos en los lugares que se desarrolla, derivado del hecho que las personas que lo realizan cuentan, en general, con viáticos elevados que les permiten realizar gastos muy por encima de los desembolsos que se pueden permitir otro tipo de turistas (Roda, s.f.). Adicionalmente, según la Organización Mundial del Turismo (2007) citado por Cravero (2013), el turismo de negocios hasta el 2006 generó un 39% del flujo total de las divisas que competen a la actividad turística mundial. Es tan rentable dicha actividad que algunos países destinan recursos propios para fomentar la iniciativa de privados en inversión de esta clase de servicios turísticos y también se logra otras formas de fomento como los estímulos fiscales.

Igualmente, es interesante anexar el aporte de Kessler (2000) con respecto a la relación del viajero de negocios con el paisaje, en el que expresa que: “el turista de negocios no es una persona que, exclusivamente, consume paisaje y contempla la estética del mismo, sino que más bien se trata de un oportunista interesado en la adquisición de conocimientos y bienes; y en el intercambio de los mismos”. Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo principal de dicho viajero es la agenda que ya ha sido preestablecida por la empresa o corporación con la que trabaja. De tal manera que el espacio y territorio no son con fines de consumo sino con fines a unos intereses de carácter corporativo; el disfrute del lugar y el paisaje es solo un complemento adicional a los motivos del viaje.

#### **IV. TURISMO DE NEGOCIOS EN PANAMÁ**

Evidentemente Panamá es uno de los epicentros del turismo de negocios en América Latina, esto también en parte por su posición geográfica que la convierte en un punto estratégico para hacer este tipo de turismo. De otro lado, Panamá cuenta con una de las mayores infraestructuras dedicadas a la actividad de turismo de negocios, congresos y convenciones que lo convierten en un destino de categoría mundial; adicionalmente, como venía anteriormente comentando, Panamá cuenta con una favorable localización al estar en el centro del continente americano (Viajetipl, 2014).

Actualmente, el turismo de negocios en Panamá mueve un flujo de turistas importante, sin embargo, la oferta en la capital es limitada; por tal motivo se están desarrollando proyectos que buscan cubrir ese vacío. Los principales proveedores de turistas de negocios son: En primer lugar, Estados Unidos, seguido de México, Italia, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica y

Ecuador; sumado a esto, Panamá cuenta con uno de los más modernos centro de convenciones<sup>12</sup> de América Latina, el centro de convenciones Atlántico, más conocido como Atlapa, con una capacidad para albergar 3000 mil personas y un espacio de 10 mil metros cuadrados para exhibiciones (Instituto Panameño de turismo, 2008).

Panamá hasta el momento cuenta con una de las estrategias más agresivas para atraer congresos y convenciones de alta categoría; debido a que el gobierno ofrece gratuitamente el centro de convenciones de la ciudad de Panamá a congresos que ocupen más de 500 habitaciones con estancia mínima de tres noches; en efecto, para los organizadores de dichos congresos supondría un ahorro de hasta 100 mil dólares. Panamá cuenta con una oferta hotelera de 4 y 5 estrellas, con capacidad de albergar miles de visitantes. Dicha estrategia de incentivos, ha sido un enorme atractivo para la inversión inmobiliaria, ya que se encuentran en proceso más de 50 proyectos de este tipo de gran envergadura (Cravero, 2013).

## **V. EVOLUCION DEL TURISMO DE NEGOCIOS PANAMÁ**

Según algunos autores (Andreu & Albert, 2007) “El turismo ha despertado el interés de los gobiernos de países en desarrollo por su capacidad de generar divisas, favorecer la inversión privada, el desarrollo de empresas locales y la creación de empleo”, además, es un sector que mantiene constantes tasas de crecimiento y, por tanto, es una de los principales esfuerzos de la mayoría de las naciones para impulsar sus economías.

En primer lugar, los intentos de formalización turística datan del año 1934, cuando a través<sup>13</sup> del mecanismo de ley, se crea la Comisión Nacional de Turismo, cuyo fin era promover que visitantes extranjeros arribaran al país. Esta Comisión estaba conformada en su mayoría por el sector privado en un principio, sin embargo, posteriormente se fueron involucrando instancias gubernamentales como, el Secretario de Trabajo, Comercio e Industria y el Concejo Municipal. En 1941, aprobada la ley 74 que da origen a una formalización del turismo, ésta derogó leyes anteriores y creó lo que se llamó la “junta nacional de turismo” conformada por el ministro de agricultura y comercio y el presidente de la Cámara de Comercio. En 1951, de nuevo se crea una “Comisión de Turismo”, pero esta vez funcionando adjunto al Ministerio de Comercio e Industria por causas presupuestales. En 1960, se crearía el Instituto Panameño de Turismo con la finalidad de dar incremento al turismo en el país y ya con una autonomía en su régimen interno; de tal manera que este organismo queda como garante del desarrollo, funcionamiento y disfrute del turismo en la república de Panamá. Siendo así, que del periodo de 1970-1979 la imagen del turismo se va consolidando, pero no es hasta el período de 1990 hasta la actualidad que el turismo en Panamá ha alcanzado nuevos niveles llegando a ser un importante atractivo para el turismo internacional (Gobierno de la Republica de Panamá, 2017).

Las cifras actuales del turismo en este país según el Gobierno de la República de Panamá (2016) son:

- Los ingresos de divisas en el periodo de enero a octubre de 2016 por este concepto alcanzaron los 3702 millones de dólares con un incremento del 6.5% en comparación con el 2015.
- Los 10 principales países emisores de turismo ingresados a Panamá durante ese periodo, son: Estados Unidos 271,617, Colombia 233,585, Venezuela 245,834, España 68,041,

Brasil 69,191, Argentina 60,090, México 60,582, Ecuador 60,484, Costa Rica 54,214 y14 Perú con 39,334 visitantes.

- El porcentaje de ocupación hotelera en el período registro un 47.5%, el cual representa una disminución de 10.1% en comparación con el 2015.
- Durante el periodo de enero a octubre han ingresado al país un total de 2,071,454 visitantes disminuyendo en 0.9 % con respecto al 2015.
- La cuota de mercado en Centroamérica es del 18%
- El turismo en Panamá significa un 3.9% del PIB
- Produce 35.000 empleos directos y 98.000 empleos indirectos.

No obstante, la cifra exacta para la reflexión del impacto económico del turismo de negocios en Panamá tiene un obstáculo, y es que no hay cifras precisas de una fuente oficial que cuantifique y discrimine los turistas de negocios, y por tal motivo, aunque se conoce el impacto de las inversiones para la organización de eventos, congresos y convenciones; no hay cifra certera del conjunto del total de las cifras de turismo cual corresponde a lo generado por los turistas de negocios.

De acuerdo con la autoridad de turismo de Panamá (2013) solo en el año 2012 se han realizado aproximadamente 200 conferencias en dicho país y generaron por este concepto 45 millones de dólares en divisas. Además, en promedio cada persona extranjera que ingresa al país por tal motivo, inyecta a la economía 300 dólares por día, mediante servicios de transportes y alimentos, compras y hospedaje.

Aunque no discrimina el gobierno el impacto de los turistas de negocios, el gobierno de Panamá reconoce que este tipo de eventos y convenciones son un gran motor para la economía y las cifras generales del turismo, por eso desde el gobierno se han creado incentivos para ser atractivo tanto para los desarrolladores de estos tipos de eventos como para los potenciales turistas de negocios, y es que la mayoría de asociaciones y empresas deciden dónde instalar su sede central en función del entorno legal y tributario más conveniente para sus intereses. Es por ello que el gobierno ha gestionado un marco legal para favorecer dichas inversiones que en su mayoría se encuentran en la ley 80 del 8 de noviembre de 2012, que según el Gobierno de la República de Panamá (2017) son:

- Exoneración total, por el término de 15 años, del impuesto sobre la renta derivado de la actividad turística operada.
- A las empresas que construyan y operen centros de convenciones o exhibiciones, se les otorgará, a partir de la fecha en el registro nacional de turismo, la exoneración total del impuesto de importación, por el término de diez años, que recaiga sobre la introducción de materiales, enseres y equipos integrados a la obra, equipos tecnológicos, que sean adquiridos para la construcción, operación y equipamiento de centros de convenciones.
- Exoneración del impuesto sobre la renta de los eventos que asociaciones o empresas hagan, siempre y cuando, el 50% de los visitantes sean extranjeros y sean superior a 100 personas.

En general, Panamá goza de ciertos privilegios que junto con su posición geográfica estratégica ha sumado para que la actividad económica haya sido dinámica en las últimas décadas, según el Banco Mundial (2016) algunas de los componentes económicos más importantes en Panamá son:

- El Producto interno Bruto de Panamá (PIB) al 2015 es de 52.132 millones de dólares.
- Su deuda pública fue de 18.215 millones de euros, correspondientes al 38.77% del PIB
- El PIB per cápita para 2015 fue 11.957 euros
- Panamá se encuentra en el puesto 70 de los 190 dentro de los países con la facilidad para hacer negocios
- Crecimiento del PIB para el 2015 de un 5.8% y con proyecciones para el 2017 similares.
- Panamá en el periodo que comprende el 2008 y 2014, logró reducir la pobreza de un 26.2% a un 18.7%, lo que significa que alrededor de 168000 habitantes salieron de la pobreza extrema.

Las conclusiones de este artículo y conforme a la pregunta expuesta en la introducción del **¿Por qué la ATP (autoridad de Turismo de Panamá) implementa el turismo de negocios como medio de diversificación económica y crecimiento para atraer inversores extranjeros en la actualidad?** Son:

- Sin duda, el sector del turismo de Negocios en Panamá ha presentado un crecimiento importante gracias al planteamiento estratégico que por parte de las autoridades se ha dado, presentando incentivos fiscales y tributarios a las empresas y/o personas que inviertan o desarrollen planes de infraestructura o servicio para atender las necesidades propias de este sector.
- Se necesita un esfuerzo mayor por parte de las autoridades estadísticas de Panamá, para discriminar los aportes de las diferentes tipologías de turismo, para este caso el de turismo de negocios con el fin de poder hacer una reflexión más certera y así generar investigaciones en torno a esta forma de turismo que ha cobrado relevancia en los últimos años.
- Panamá tiene un potencial turístico corporativo increíble todavía por explotar dadas su posición geográfica estratégica y que podrían en el futuro dar una significancia mayor a las cuentas nacionales, y ser un mayor aporte a los excelentes resultados que Panamá año tras año ha venido dando.
- Panamá siempre se ha visualizado como un punto estratégico y de convergencia de diferentes razas, además, su sector financiero, su Canal interoceánico y su puerto libre, le han otorgado un marcado interés a este territorio para inversionistas del mundo.

- La unión de las diferentes instituciones estatales acordes con el sector, el aporte de la Cámara de Comercio de Panamá y el de los diferentes grupos interdisciplinarios llevan a fortalecer y blindar las propuestas y ofertas motivando al turista a elegir este país como una de las mejores opciones para turismo e inversión.

Con respecto a la recolección de las cifras que permitan dar un mejor acercamiento del impacto turístico corporativo a la actividad económica en Panamá, se podrían recolectar a través de:

- Los hoteles deberían aportar información valiosa sobre la diversidad del turismo; se solicita a ellos recopilar información a través de base de datos que permita identificar el perfil del turista y el motivo que lo lleva a estar en Panamá; esto sería de gran ayuda para poder construir estrategias y ofertas acordes a los gustos de los visitantes.
- Diseñar y lograr el diligenciamiento de formatos tipo encuesta que permita saber de primera mano y a manera de calificación, el puntaje que otorga a cada uno de los servicios prestados, permitiendo con esto tener una retroalimentación oportuna que servirá como base para mejorar todos los días y ofrecer un servicio de la más alta calidad para los otros viajeros.
- Por parte de las autoridades migratorias, desarrollar una gestión de tal manera que se puedan discriminar los motivos del viajero para hacer turismo y así dar cifras más concretas con respecto al turismo de negocios o corporativo.

- Andreu, M. N.-I., & Albert, Y. P. (2007). La política turística en panama. Resultados y perspectivas . Panama, Panama.
- Banco Mundial. (19 de septiembre de 2016). <http://www.bancomundial.org/>. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>
- Cravero, C. B. (Noviembre de 2013). Turismo de Negocios. Buenos Aires, Argentina.
- Gobierno de la Republica de Panamá. (2016). Resultado de la Actividad Turística de Panamá. Panama, Panamá.
- Gobierno de la Republica de Panamá. (2017). <https://www.presidencia.gob.pa/>. Obtenido de Reseña Historica: <http://www.atp.gob.pa/resena-historica>
- Gobierno de la Republica de Panamá. (16 de 3 de 2017). <https://www.presidencia.gob.pa/>. Obtenido de <http://www.atp.gob.pa/leyes-de-incentivos-para-inversion-turistica>
- Instituto Panameño de turismo. (Mayo de 2008). Analisis diagnostico general del turismo en panama. panama, Panama.
- Kessler, & Mathieu. (2000). *El paisaje y su sombra*. Barcelona: Idea Books.
- Machin, C. A. (1993). *Marketing y turismo, introduccion al marketing de empresas y destinos turisticos*. Madrid: Sintesis S.A.
- OMT. (1980). Conferencia mundial de turismo. *Declaracion de manila sobre el turismo mundial*, (págs. 1-2). Manila.
- OMT-Organizacion Mundial del Turismo. (1998). *Introduccion al Turismo*. Madrid.
- Organizacion Mundial del Turismo. (2016). *Panorma OMT del turismo internacional*.
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO-OMT. (1994). *Implications of the UN/WTO tourism definitions for the U.S. tourism statistical System*. Madrid.
- Revista Lider empresarial. (2007). Turismo de Negocios, una nueva realidad. *Revista Lider empresarial*. Obtenido de <http://www.liderempresarial.com/>.
- Roda, E. m. (s.f.). El turismo de Negocios: Una actividad en auge. Madrid, España.
- Viajetipl. (27 de Diciembre de 2014). <http://viajetip.com/>. Obtenido de <http://viajetip.com/panama-turismo-de-negocios/>