



UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Decreto Ejecutivo 575 del 21 de julio de 2004
Acreditada mediante Resolución N°15 de 31 de octubre de 2012

Facultad de Ciencias, Económicas y Administrativas
Especialización en Creación e Implementación de Pequeñas y Medianas Empresas.

REALIDAD ACTUAL Y PERSPECTIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PANAMÁ

Autor

De Toma Márquez, Henry

Panamá, Julio 2017.



UNIVERSIDAD METROPOLITANA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Decreto Ejecutivo 575 del 21 de julio de 2004
Acreditada mediante Resolución N°15 de 31 de octubre de 2012

Facultad de Ciencias, Económicas y Administrativas

REALIDAD ACTUAL Y PERSPECTIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PANAMÁ

Ensayo científico para optar por el título de Especialización en Creación e
Implementación de Pequeñas y Medianas Empresas

Autor

De Toma Márquez, Henry

Panamá, Julio 2017.

REALIDAD ACTUAL Y PERSPECTIVA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PANAMÁ

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define el Turismo como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo.

Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo., por ello la creación de empresas de servicios turísticos es el factor primordial en la promoción de un destino.

En Panamá la asociación Panameña de Agencias de Viajes (APAVIT) se encarga de englobar a los actores en materia de viajes turísticos organizados, los cuales cuentan con acreditación por parte de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP).

La APAVIT fue fundada el 23 de julio de 1954 por ocho empresas pioneras en la oferta de servicios turísticos y de viajes, constituyéndose en la primera asociación gremial de turismo establecida en el país; entre quienes se mencionan: Viajes Boyd Brothers(Panama Tours), Viajes Balboa Express, Agencia Blok, Viajes Persons, Panamá Travel Service, Viajes Fidanque, Viajes Colón y Viajes Tivoli; en ese entonces bajo el auspicio de las líneas aéreas, y entre los servicios que ofrecían estaban las reservaciones de cupos en los vuelos, reservaciones de hoteles y automóviles así como excursiones al extranjero.

Con el paso de los años el número de agencias de viajes ha ido aumentando paulatinamente, teniendo como característica primordial el perfeccionamiento en alguna o varias ramas específicas del turismo y los servicios tales como: cuentas comerciales, excursiones, pago con tarjetas de crédito, grupos de jubilados, y convencionistas, entre otros.

Anualmente se ha registrado un crecimiento de alrededor del 15% en la cantidad de agencias de viajes nuevas que se establecen. Asimismo, se han ido formando otras asociaciones con mayor orientación a la atención de las necesidades específicas de sus agremiados. En este sentido, APAVIT es miembro fundador de la Cámara de Turismo de Panamá y ocupó en varias ocasiones posiciones en su Junta Directiva.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Las agencias de viajes son empresas de servicios turísticos que actúan como intermediario entre personas que requieren desplazarse y prestatarios, proporcionando orientación y asesoría. Góngora, M. (1997), se clasifican según las funciones en asesoras, mediadoras y productos, por lo cual se nota que abarcan más que la venta de tiquetes aéreos, tienen clasificación por reglamentación, minoristas, mayoristas y mixtas, lo que nos hace notar que pueden ser más que una empresa con interés de lucrar. Estas organizaciones a nivel mundial pueden ser virtuales, por franquicias y muchas veces *“in plant”*, es decir, que están dentro de otra empresa.

En Panamá el negocio de las agencias de viajes está regulado bajo la Ley 73 de 1976 que dicta disposiciones al respecto.

La creciente economía panameña, ha obligado a las empresas de turismo a reestructurarse debido a que los países emisores de turismo están en un cambio constante, por lo que se ha hecho necesaria la creación de novedosas propuestas de negocios que atraigan turistas a sus empresas. Un ejemplo son las agencias de viajes que debido al internet se han visto amenazadas. Aunado a esto los diferentes centros educativos han actualizarse en materia turística, siendo el turismo una de las principales fuentes de ingreso para Panamá.

El turismo en la historia a pesar de no ser estudiado como un fenómeno socio – económico se viajaba y estos viajes fueron incentivando el interés de aquellos que de una forma u otra darían los primeros pasos para la comprensión del Turismo como lo que es hoy un fenómeno complejo motivo de atención de muchos en el mundo intelectual y de los negocios. (Krapf Kart. 1953; J. Norval 1936).

El trabajar y concebir toda la actividad turística como un sistema integrado, permitirá brindar un producto-servicio de calidad a los clientes, razón de ser del sector del Turismo. En este sentido las Agencias juegan un papel importante en el proceso de distribución el cual definen Ayala (2001), Martín (2001) y Rodríguez (2003) como el proceso de transacciones comerciales entre entidades del sector turístico y entre éstas y los clientes finales, para efectuar este proceso existen dos canales de distribución definidos por los mismos autores: la intermediación tradicional y la info-mediación turística en la actualidad.

Según información de la ATP, el turismo en Panamá ha disminuido por lo que se crea una pregunta ¿Es necesario enfocarse en promocionar el turismo en una alianza Gobierno-Empresa privada?

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la realidad actual y perspectiva de las agencias de turismo en Panamá.

Objetivos Específicos:

Describir las estadísticas relacionadas a las agencias de viajes de Panamá.

Caracterizar los tipos de agencias en su rol de asesores de turismo en Panamá.

Determinar la realidad de las agencias de viajes en Panamá, como promotoras de turismo.

Integrar los procesos en las Agencias de Viajes con la organización del trabajo y la dirección, la toma, ejecución y control de las decisiones de dirección y las exigencias.

JUSTIFICACIÓN

El turismo de Panamá, se ha convertido en una de las principales actividades comerciales, cuyos principales actores son los turistas que según cifras de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) provienen de Estados Unidos de América con un total de 309, 358 visitantes a diciembre 2016. Pero según estas mismas estadísticas al país solo ingresaron 2, 435, 641 visitantes dando como resultado una disminución de 4.6 %.

Las estadísticas de la ATP, notifican que los visitantes se mantienen en Panamá por un periodo de 8 días, lo cual favorece a las agencias de viajes en cuanto a la promoción del país, logrando que visiten más lugares y el gasto del turista aumente, ya que al momento se mantiene en 329 balboas diarios, según cifras de la ATP.

Según información de redacción digital La Estrella de Panamá “Panamá subió de la posición 19 a la 10, esto de acuerdo al ranking de Latinoamérica 2016 de la Asociación de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés). Mientras que a nivel internacional subió de la posición 58 a la 51, en comparación con el 2015”

Este informe se encarga de medir los destinos más populares para la celebración de convenciones internacionales basados en el mayor número de eventos realizados.

Him, G. (2015), administrador de Turismo de Panamá, explicó que la ATP está apostando a la construcción de nuevas estructuras con tecnología de avanzada con la intención de atraer la celebración de eventos internacionales para así fortalecer el turismo de congresos.

El departamento de Congresos y Convenciones de la ATP informó que entre los 45 eventos en 2016 destacaron: el Congreso de la Confederación Americana de Urología, el cual contó con 2,272 participantes; “World Congress of the International Academy of Cosmetic Dermatology”, al que asistieron 1,366 participantes y PanAmerican Congress of Rheumatology – PANLAR-, el que reunió en Panamá a 1,350 participantes.

De enero a mayo de 2017 Panamá recibió 43 eventos relevantes, entre los cuales figuran Allergan, Conferencia Global Hard Rock, “Rothans, Benson & Hedes 2017 National Commercial Conference”, Olimpiadas Especiales, US Grain Congress, IPPA Summit, II Congreso de Agricultura en Ambiente Controlado.

Estos eventos reflejan un aproximado de 13 mil noches cuartos sin contar el resto de los 43 captados en el primer semestre de 2017, adelantando que entre mayo y diciembre de este año ya se tiene un aproximado de 41 eventos confirmados para Panamá.

La clasificación de ICCA revela que en toda América, los mejores destinos son Estados Unidos, Canadá y Brasil. Mientras que en a nivel mundial Estados Unidos ocupa el primer puesto con 934 eventos, seguido de Alemania y Reino Unido, al igual que el ranking del 2015.

Existen muchas innovaciones en cuanto al turismo, Apolo 8 fue la segunda misión tripulada del Programa Espacial Apolo de la NASA. La nave, con tres astronautas en su interior, tardó tres días en llegar a la Luna y orbitó diez veces a lo largo de 20 horas que fueron retransmitidas por televisión en la Nochebuena de 1968. Se trató de la primera expedición tripulada en salir de la órbita terrestre, llegar y orbitar alrededor del cuerpo celeste para finalmente regresar a la Tierra. Ahora, casi medio siglo después, SpaceX, la empresa espacial fundada por el emprendedor Elon Musk, se propone comenzar a operar vuelos turísticos espaciales alrededor del satélite y para el próximo año ya cuenta con dos clientes que pagarán por ello.

De llevarse a cabo, se trataría del primer vuelo espacial con fines turísticos y financiado con capital privado que vaya más allá de la órbita de la Estación Espacial Internacional (ISS en sus siglas en inglés). Musk, entre cuyos planes está colonizar Marte, señaló que las misiones lunares podrían servir de práctica para eventuales vuelos humanos al planeta rojo. El verdadero y gran objetivo de SpaceX.

Para el viaje se utilizará una nave que ya se está desarrollando para la NASA, la Dragon 2, y un cohete pesado que aún no ha sido testado. A principios del año pasado, las ambiciones de Musk estuvieron a punto de frustrarse cuando uno de sus cohetes, el Falcon 9, explotó antes de su lanzamiento en Cabo Cañaveral (Florida). Meses más tarde, en abril, la compañía sí que consiguió aterrizar una de estas cápsulas reciclables en el océano tras suministrar equipamiento a los astronautas de la ISS. Ahí radica la clave de la nueva industria espacial. Frente a los costosos cohetes de un sólo uso empleados por la NASA en las décadas pasadas que se destruían después de cada despegue, estas nuevas naves pueden ser reutilizadas en múltiples ocasiones.

El 2018 es también la fecha vaticinada por Jeff Bezos, fundador de Amazon y de la firma Blue Origin, que ensaya el lanzamiento de turistas al espacio para comenzar a ofertar vuelos suborbitales. Un objetivo compartido por otro magnate, en este caso el británico Richard Branson, propietario del conglomerado Virgin Group y que, a través de Virgin Galactic, aspira a liderar la conquista comercial del espacio. Así, mientras la NASA se prepara para volar a asteroides en 2035, las empresas norteamericanas buscan explotar el espacio suborbital y convertirlo en un jugoso negocio.

Dada la importancia de las agencias de viajes como promotoras del turismo de un país, siempre hay que considerarlas a la hora de tomar una decisión en materia de promoción turística, siendo el destino en este caso Panamá lo que ellas venden.

Como es conocido los 8 (ocho) días que aproximadamente pasan los turistas en Panamá, se debe trabajar para que el gasto promedio se eleve y aun cuando menos turistas hayan siga creciendo el dinero que se queda en el país visitado, lo que ahora está en aumento debido a todas las novedades que se dan en la industria como lo es el caso del turismo espacial, siendo Panamá un país receptor de turismo puede lograr que la parte que exporta pueda conocer estas nuevas modalidades en cuanto a cultura general.

Desde esta perspectiva, Panamá se ha caracterizado en ser uno de los países con mayor crecimiento de la región y es el turismo el que ha incrementado esto por ello se sigue enfocando en mejorar este aspecto y es notorio en el incremento en la parte de los congresos que se realizan en Panamá atrayendo nuevos turistas y que siendo ejecutivos logran gastar más y generar divisas en muchos sectores conexos.

MARCO REFENCIAL

Gutiérrez, G. (2014) Teoría y práctica InterSedes: Revista de las Sedes Regionales.

El autor concluye que los programas de formación de formadores deben ocuparse de los nuevos retos que la sociedad impone, caracterizados por el cambio, la incertidumbre y la complejidad. Además nos indica que se debe conocer la importancia de la implementación de actividades de viajes o recreativas, como estrategia metodológica en la educación.

Al respecto, Scandizzo, D. (2007) Redes de cooperación: interacción de empresas y gobiernos para la creación de valor regional.

La investigación tuvo como objetivo general de esta presentación consiste en formular las bases de un modelo de cooperación y alianzas estratégicas entre gobiernos orientado a mejorar la competitividad del tejido productivo de la región y a fortalecer las posibilidades de inserción en la economía internacional.

Los antecedentes anteriormente señalados muestran la importancia del turismo y por ello la necesidad de practicarlo con responsabilidad y guiados de la mano de profesionales, de manera cooperativa y enfocada a que la empresa privada y el gobierno logren un mayor crecimiento económico para el país.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Atendiendo a la información recopilada en diferentes bibliografías se tiene constancia que el pionero en la organización de viajes fue Thomas Cook , en el año 1841 al organizar una conferencia de antialcohólicos al precio de 1 Chelín por persona, entre Loughborough y Leicester, el 5 de julio del año 1841. Como consecuencia del éxito de su actividad, la Midland Railway Company le encargó planificar y realizar excursiones para los miembros de las sociedades antialcohólicas y para los niños de la Sundayschool durante los meses de verano de 1842, 1843 y 1844. Viajes que trajeron como consecuencia el nacimiento de la primera agencia de viajes, cuyo nombre fue Thomas Cook and Son. La labor de Cook es ampliamente reconocida en el ámbito turístico, por lo que se le considera en el ámbito turístico como el padre del Turismo Organizado.

Como lo señala, Cabarcos, N. (2006) “El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares al del entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos”.

Dadas las diferentes actividades que se realizan en el turismo podemos notar que el turismo siempre implica desplazarse del lugar de origen a otro.

En actualidad la creación de empresas turísticas va en aumento, en Panamá las mismas se enfocan en su mayoría a viajes de negocios, turismo familiar incluyendo los cruceros.

La oferta de viajes organizados suele ser muy variada y se anuncia en folletos publicitarios. En ellos se pueden encontrar desde visitas guiadas a ciudades hasta excursiones a lugares exóticos. Junto a estas líneas, excursión turística con trineos en Groenlandia. Por lo que pueden ofrecer diversos planes en muchos casos.

Según Domínguez, A. (2017) los viajes se clasifican de varias maneras: Organizados, con guía y sin guía, a continuación se mencionan:

Viajes organizados: Son aquellos que intentan ajustarse a los acondicionamientos de un grupo de viajeros en particular, muchos de estos viajes se dirigen a grupos con un determinado interés, como: los gastrónomos, contables, estudiantes o amantes del arte. Estos viajes pueden llevar guía o no y por lo general se anuncian en folletos que especifican el precio, las condiciones y las fechas en que se pueden realizar.

Según esta clasificación los viajes organizados son utilizados por personas que llevan una agenda y les interesa ocupar su tiempo en conocer la mayor cantidad de áreas posibles.

Viajes con guía: El guía del viaje es esencial y cuida de todos los detalles básicos (reservas de hoteles, traslados, visitas, maletas, aduanas, traducción de otro idioma cuando sea necesario, etcétera) además es responsable de mantener en conjunto el horario previsto del viaje.

Por lo general, los viajes con guías son del tipo de viajes con "todo incluido". Un tipo de viaje generalmente escogido por personas que han panificado con mucho tiempo su viaje, quienes en la mayoría de los casos no dominan el idioma oficial del país visitado.

Viajes organizados sin guía: Estos viajes más flexibles permiten que el viajero compre un viaje organizado con transporte, traslado, visitas, alojamiento en hotel y normalmente algunas comidas de acuerdo con las costumbres del país, pero el grupo no viaja con un guía fijo. Se puede ir a las visitas programas o no.

El precio fijado de antemano permite al viajero que haga el presupuesto de la mayor parte de los gastos con antelación. Uno de los viajes más utilizados, ya que permite ahorrar el uso de guías y poder conocer en el tiempo que así desee el visitante.

Tipología del turismo

Al respecto, Arosemena, E. (2015) nos reúne el turismo en diferentes formas, de acuerdo al origen de los viajeros y de acuerdo a las motivaciones.

Origen del Viajero

Turismo interno: aquel que realiza un habitante en su propio país.

Turismo Receptivo: Todo aquel turismo que llega al destino donde la empresa está afinada y presta sus servicios.

Turismo Emisivo: El que realizan los residentes de un país, fuera de ese país.

Motivaciones del Viajero

Turismo de Negocios: Realizar determinadas reuniones con fines comerciales, de incentivos, de reuniones y congresos o de fam trip realizado por las agencias de viajes para conocer los destinos que planean promocionar.

Ecoturismo: Aquel que tienen contacto con la naturaleza sin alterarla negativamente, por ejemplo de aventuras, agroturismo, rural, observación de aves y el científico.

Turismo Cultura/Histórico: Uno de los primeros turismo en la vasta tipología turística, que contempla visitar sitios históricos, donde se encuentren edificaciones completas en ruinas, o simples estigios de una civilización existente o extinta. Incluye además las visitas a iglesias como religioso, el Etnoturismo y la gastronomía.

Turismo Deportivo: Uno de los turismos que más placer provee que consiste en visitar lugares para observar cualquier tupo de deporte.

Turismo de Sol y Playa: Cuyo objetivo es visitar sitios de playa como hoteles, bungalows, etc.

Turismo de Compra: Se programa la visita a un destino para realizar compras de cualquier tipo.

Turismo Educativo: El que atañe a que el turista tiene sus fines en la educación como parte del placer de aprender.

Turismo Alternativo: Un turismo que incluye lo rural, ecológico y la aventura de conocer y practicar deportes extremos.

En este mismo orden, Pons, J. (2004) señala un nuevo tipo de turismo:

Turismo Espacial: Aquel turismo en el que solo se viaja por ahora, más allá de las capas de la atmósfera de nuestro Planeta Tierra, tanto para ver la curvatura del planeta como la oscuridad del inmenso espacio que apenas lo rodea.

Con estos conceptos de turismo se quiere dar un aporte a la promoción de un destino para así lograr capacitar al personal dedicado a satisfacer a los turistas, como en este caso las agencias de viajes que manejan personal para cada tipo de actividades, por lo que promocionar los paquetes turísticos basándose en lo que tiene el país para ofrecer.

Panamá es un destino de contrastes y diversidad de ecosistemas de selvas, playas y montaña. Más allá de la modernidad de su capital, hacia el interior emergen imponentes paisajes idóneos para el turismo activo y los deportes de aventura al aire libre. A la vez, existen parajes cercanos a la costa y espacios marinos que permiten la práctica de deportes acuáticos y en contacto con la naturaleza. En ese sentido, Panamá desarrolla una agresiva campaña internacional de promoción para atraer turistas. Ascenso a la cima del Volcán Barú Alcanzar la cima del Barú es una gran aventura que permite pernoctar en la parte más alta del volcán. Con una altura de 3.475 metros, el ascenso al punto más elevado de Panamá no implica dificultad y puede realizarse desde las poblaciones de Volcán o desde Boquete. Desde lo más elevado del Barú, en los días más claros, se divisan el Océano Pacífico y el Mar Caribe. El volcán se encuentra inactivo desde hace siglos. Las laderas del monte son ideales para caminatas y senderismo, pues están cubiertas de exuberante bosque nuboso formado por grandes árboles cubiertos de musgos y líquenes. Durante la caminata de ascenso, de un poco más de cuatro horas, se tiene la oportunidad de observar especies de aves únicas, como el quetzal. Los poblados aledaños al volcán son muy pintorescos y la agradable temperatura, así como el exquisito paisaje de montaña, forman un escenario perfecto para la actividad. Senderismo por parques naturales Panamá brinda la oportunidad de adentrarse en entornos silvestres, practicando senderismo dentro de áreas naturales protegidas en las que se puede apreciar de cerca la rica biodiversidad del destino centroamericano.

En todo el país se encuentran varios parques naturales dotados de senderos delimitados y miradores para el disfrute del senderismo de naturaleza. Muy cerca de la capital son posibles las caminatas por los senderos de vida silvestre del Parque Soberanía, que cuenta con el Camino de Cruces, el Camino Oleoducto y los senderos Plantación y El Charco.

Otra de las opciones para el ecoturismo se localiza en la Ribera del Canal, entre los poblados Paraíso y Gamboa, y en el Parque Nacional Summit.

También es posible combinar playas y senderismo en Taboga. Subir a la parte más alta de la isla por el Camino de las Tres Cruces es una opción que permite extraordinarias vistas del pueblo, de los barcos que acceden al canal y de la vecina isla de Urabá. Rafting, deporte extremo en ríos. Panamá es un país con cientos de ríos que desembocan en las costas del Caribe y del Pacífico, algunos muy caudalosos y de fuertes corrientes. En algunos de ellos se practica el river rafting, un deporte extremo consistente en la navegación corriente abajo sobre balsas inflables y sorteando los rápidos de aguas espumosas. En la zona de Chiriquí es posible practicar este deporte de aventura en numerosos ríos como el Sereno, Dolega, Esti o Majagua. El río Chiriquí Viejo cuenta con tramos para experimentados en Las Vueltas-Salsipuedes, de espectaculares caídas de agua y cañones, abruptos saltos y fuertes corrientes, y en la sección Palón, que presenta además una imponente cascada de casi 10 metros de altura. En las cercanías de la ciudad de Panamá se encuentran los rápidos del río Chagres, en el Parque Nacional del mismo nombre situado en la región del Canal de Panamá. Paraíso del avistamiento de aves Más del 35% del territorio panameño está protegido en parques nacionales o reservas naturales. Estas áreas de valor ecológico constituyen el hábitat de 220 especies de mamíferos, 240 de reptiles, cerca de mil de aves y más de diez mil de plantas vasculares.

En numerosos espacios y parques naturales del país, algunos de ellos hábitat de especies endémicas o en extinción, puede practicarse el avistamiento de aves. El quetzal, la guacamaya y el tucán constituyen las especies más exóticas. En general, se trata de espacios naturales de fácil acceso que ofrecen además visitas guiadas y caminatas por senderos delimitados entre vegetación tropical. Los parques Nacionales de Soberanía, Volcán Barú, Pila, Chagres o Valle de Antón son algunos.

Además, existen otros cercanos a la capital como el Parque Natural Metropolitano, el Sendero del Oleoducto y el Jardín Botánico Summit, donde se puede conocer el águila harpía.

De acuerdo, Carrera, J. (2017) la administración del presidente de la República de Panamá, Juan Varela invierte \$20 millones en la campaña de promoción turística internacional. La promoción internacional del país, a través de los medios digitales, está a cargo de la agencia extranjera VML, Inc. y la local, de la agencia Grupo Team Turismo 16-17, a través de los medios digitales y televisivos. Adicional se invierte 4.5 millones de dólares en la promoción nacional para incentivar el turismo interno.

La primera promoción está enfocada en promocionar los atractivos turísticos de Panamá en los mercados de Estados Unidos, Canadá y Europa; mientras que la segunda, en mostrar los destinos de la ciudad capital, Colón, las playas del Pacífico, la región de Azuero, Veraguas, Boca Chica, Tierras Altas, Bocas del Toro y otros destinos del país. Esto con el objetivo de atraer más a los turistas para que visiten el país. Bocas del Toro, Boquete, Azuero y la ciudad son las áreas que se recomiendan para visitar.

En presencia del administrador de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Gustavo Him, y directivos de las asociaciones de este ramo del país fue sancionada el 14 de marzo de 2017 por el presidente de la República, Juan Carlos Varela, la Ley 454 que crea el Fondo de Promoción Turística Internacional.

El evento surge, luego de que el pasado 16 de febrero el Pleno de la Asamblea Nacional aprobara de forma unánime la creación de este fondo, propuesto por los gremios turísticos y avalados por la ATP.

Esta nueva ley permitirá darle continuidad a la campaña de promoción turística internacional del país, la cual estuvo rezagada desde el año 2012.

Además, la norma crea un fideicomiso cuyos fondos se utilizarán para promocionar en el extranjero a Panamá como destino turístico, a través de una fórmula público-privada que tendrá aportes del Gobierno central, municipios y sectores privados.

Para, Him, G. (2017) al respecto al beneficio que están trayendo las campañas de promoción turísticas, “los resultados han sido positivos durante el primer trimestre del año 2017, con la campaña tenemos números muy positivos. La estrategia digital (por ejemplo) ha tenido resultados importantes”.

El mismo autor, en el marco del Expoturismo (2017) indicó que “en cuanto al comportamiento de llegada de turistas en el primer trimestre, todavía no se tienen los resultados oficiales, pero se ha visto un crecimiento sustancial, al parecer todo está marchando bien con la promoción internacional”.

Con respecto a esta información se ha conocido que las cifras siguen siendo menores a los años anteriores pero se estima que el gasto por turista haya aumentado.

El mismo autor señala que la informo con respecto a los cruceros “se han retomado y se han puesto en positivo nuevamente, (Con la campaña) lo que buscamos es que el turismo siga el crecimiento que venía trayendo anteriormente y que se reafirme todo el trabajo que se está haciendo en conjunto con el sector privado”.

Asimismo, Him, G (2017) aseguró que las expectativas del sector turismo para el cierre de este año 2017 serán ‘positivas’ y el 2018 será ‘muy bueno’.

En este sentido las agencias de viajes juegan un rol muy importante para que los visitantes se sientan a gusto y decidan regresar y aumentar el número de visitas, en conjunto con las empresas hoteleras, arrendadoras de autos entre otras que juntas conforman la planta turística.

Al momento se han tomado algunas agencias de viajes, hoteles y otros operadores turísticos quienes acompañan a la Autoridad de Turismo en ferias internacionales.

La Asociación Panameña de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) es miembro fundador de la Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina (COTAL). Por lo que se debe aprovechar el aporte que hace en el país. En esta organización la Asociación Panameña ha ocupado, en distintos períodos, los cargos de mayor importancia dentro de la Junta Directiva, entre los que se destacan: la Presidencia, la Vicepresidencia, la Tesorería y la dirección del Area Norte. Forma parte también de la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes con sede en el Principado de Mónaco. Fue la primera Asociación de un país latinoamericano con la responsabilidad de representar y velar por los intereses de las demás Asociaciones y sus agremiados de la región hispanohablante, función que hoy cumple COTAL.

La misión de APAVIT, una asociación privada y sin fines de lucro, es contribuir a la intensificación de las corrientes turísticas y de los viajes dentro y fuera del país. Dado este interés en común el gobierno nacional puede exponer los destinos de mejor manera siendo favorable para ambos sectores, público y privado.

La parte pública siempre se verá afectada por todas las actividades que se realicen, la economía de Panamá crecerá 5.8% en el año 2017, dio a conocer el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). En este escenario, el crecimiento de la economía panameña seguirá superando al promedio de América Latina.

Según el autor Rentería, A. (2016) La APAVIT ha cambiado de mando luego de que el Sr. Ernesto Reina luego de 10 años dejara la presidencia de la organización, dando paso a Michelle de Guizado que cuenta con más de 35 años de experiencia en el campo.

Según Guizado, M, (2016) el relevo generacional es necesario para adaptarse al mundo en el que el internet toma ventaja. Desde que en 2003 las aerolíneas disminuyeron el 10% al 1% la comisión por boleto vendido, muchas empresas tuvieron que hacer cambios.

La Contraloría General de la República informó que el Producto Interno Bruto real (PIB) de Panamá creció 4.9% en 2016, según el informe oficial, el PIB real se ubicó en un valor de \$37,471.8 millones en 2016. Con respecto al año anterior, el PIB se incrementó \$1,740.2 millones.

En su informe sobre el crecimiento de la economía de 2016, la Contraloría General destaca la expansión del sector de suministro de electricidad, gas y agua (10.6%), la construcción (8.3%) y la enseñanza privada (10.9%).

Otros sectores que también presentaron crecimiento económico el año pasado fueron la explotación de minas y canteras (8.4%), el transporte, almacenamiento y comunicaciones (1.8%), la actividad de bienes raíces (5.8%) y la intermediación financiera (6.6%). Asimismo, crecieron el comercio (3.3%), los hoteles y restaurantes (2.2%) y las actividades de servicios sociales y salud (3.6%). Según el MEF, “en el 2017 el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) estará impulsado por el dinamismo de los sectores de la construcción, la explotación de minas y canteras, la intermediación financiera y el suministro de electricidad, gas y agua.

En este aspecto no se menciona directamente al turismo por lo cual es una de las pocas veces que no se le da participación en el aumento del PIB en Panamá, razón por la cual los actores del turismo deben crear conciencia del efecto que han tenido diferentes acciones en la imagen del país, dando así paso a que las agencias de viajes y el gobierno central junten esfuerzos en crear una promoción internacional robusta que conlleve al aumento de los visitantes y el gasto que realizan en el país.

Al respecto, Moreira, R. (2017) quien es director de Análisis Económico y Social del MEF, la estimación del PIB para 2017 coincide con las previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI), que lo sitúa en 5.8%. Por su parte, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) proyecta una expansión de la economía de Panamá por el orden de 5.9%, y el Banco Mundial, de 5.4%.

De igual manera, este autor tienen una estimación del crecimiento económico para este año se fundamenta en la recuperación de la actividad del Canal de Panamá y en un agresivo programa de inversión, tanto pública como privada. El MEF incluyó también, como base para su previsión, una recuperación de las economías de América Latina, así como un dinamismo positivo en la economía global.

En este sentido se mencionan los servicios turísticos en el aumento del PIB de Panamá, de allí entonces la importancia de las actividades turísticas en el país y el impacto que pueden tener las agencias de viajes en la economía de Panamá como promotoras del turismo.

En Panamá existen algunos requisitos básicos para tener una Licencia de Funcionamiento para operar una Agencia de Viajes. Los cuales son:

- Hacer la solicitud escrita dirigida al Sr. Ministro de Turismo en papel simple adjuntando timbres fiscales por un valor de B/.4.00
- Tener un capital invertido que no será menor de B/.5.000.00
- Mantener un local en planta baja para ofrecer sus servicios de intermediación entre los usuarios y los servicios a prestar
- Consignar una fianza de garantía una Compañía de Seguros o un Banco aceptable al IPAT.
- Poseer un Aviso de Operación (en el MICI)
- Certificación académica de la especialidad de turismo, empresa turística o referencia laboral en el negocio de viajes mínimo (3) años a nivel ejecutivo de quien ocupará el cargo de Gerente General.

- La referencia académica Acreditada por Certificación Académica debidamente refrendada por autoridades competentes. Referencia Laboral comprobadas a través de documento ó cartas de empresas dedicadas al negocio de viajes ó Líneas aéreas en los cuales hubiese trabajado por lo menos durante(3) años a nivel ejecutivo.
- Tres referencias comerciales y tres(3) personales del Propietario o Representante Legal.
- Certificado de un Contador Público autorizado del capital inicial invertido, pagado y asignado a la empresa.
- Lista de personal que laborará en la Agencia de Viajes, definiendo el cargo que ocupará.. Firmada por el Representante Legal.
- Curriculum Vitae y referencia laborales del personal que a nivel ejecutivo laborará en la Agencia de Viajes.

3. Aspecto Metodológico

Según las características del estudio en referencia, se implementó el tipo de investigación documental; el cual según, Arias, F (2012) , Define como “Un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” (p.27). En tal sentido la investigación documental representa una etapa ineludible en todo proceso investigativo, lo cual conlleva a la búsqueda y análisis de todo tipo de material informativo, incluyendo la revisión bibliográfica obtenida, toda esta información de tipo documental, se obtienen los datos necesarios para abordar el problema planteado y a su vez desarrollar un análisis sobre la información recolectada e interpretada por el investigador.

En función de los objetivos desarrollados, la investigación se ubica además en un nivel descriptivo, que según Hernández (1998), define que “los mismos buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

En este sentido, se describió la participación de las agencias de turismo en todo el territorio panameño, pero con poca posibilidad de subsistencia a largo plazo; es por ello, que la política que promueva el gobierno nacional influye positiva o negativamente en el funcionamiento adecuado al servicio de los visitantes y en efecto el incremento de la economía del país.

Por su parte Sierra (1991) se considera que “constituye la determinación de las características de un evento de estudio, este nivel describe, codifica, enumera, diagnostica, define y caracteriza las variables sujetas a estudio.” (p. 35). Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar los factores que influyen en el desempeño de las agencias de turismo y el alcance que tuvo en el 2015-2016, en cuanto a población de visitantes.

La técnica utilizada se ubica en un diseño bibliográfico, la cual es definida por Palella (2010) señala que “se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase....” (p.87). Además, la presente investigación está centrada en la modalidad de estilo monográfico, el cual es definido por Larousse (1998) como el estudio sobre un asunto particular y de tema generalmente muy concreto y limitado, en cuanto a la naturaleza de la investigación. En este mismo orden, se adoptó el método cualitativo (holístico – inductivo); el cual para Muñoz (1998), “es un razonamiento que una posición de un todo, partiendo de lo particular a lo general, de lo individual a lo universal, para extraer de los hechos particulares una conclusión general y de forma holística, explicarse el comportamiento particular del fenómeno de un todo.” (p.12).

CONCLUSIONES

Las estadísticas de la asociación panameña de agencias de viajes refleja que las empresas dedicadas a vender los paquetes turísticos van en aumento, lo cual indica que se debe considerar la unión del sector público y privado encaminados a promover el país y así aumentar los ingresos de las agencias de viajes y sus proveedores, siendo estos mayoristas o minoristas de turismo.

Adicional la falta de políticas públicas encaminadas a incentivar a las agencias de viajes, empresas que venden la mayoría de los servicios turísticos hace inevitable que muchas de ellas cierren sus puertas y en ocasiones vendan paquetes turísticos a menor costo del que en realidad se debería.

Al momento se han tomado algunas agencias de viajes, hoteles y otros operadores turísticos para que acompañan a la Autoridad de Turismo en ferias internacionales y así lograr que cumplan con su rol de promotoras, sin embargo, se necesita que sean más empresas las que puedan asistir a estos eventos, lo cual se puede lograr minimizando los costos en la participación por parte de las empresas turísticas.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, Miguel Ángel. Agencias de Viajes. Organización y Operación. Editorial Trillas. S.A. de C.V. México, 1997.

Revista OIKOS. Año 11, No. 24, diciembre de 2007. ISSN 0717-327. Pág. 131 – 144.

Infografía

http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/presentacion_estadisticas_enero_a_diciembre_2016_0.pdf

<http://laestrella.com.pa/economia/varela-designa-junta-directiva-fondo-turismo/24005050panameño>.

<http://laestrella.com.pa/panama/nacional/panama-entre-10-mejores-destinos-para-realizar-convenciones/24001775>

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

<http://www.expansion.com/directivos/2017/03/01/58b6b948e5fdea7b488b4679.html>

<https://www.diariodelviajero.com/tendencias/turismo-educativo>

https://www.clarin.com/todoviajes/tendencias/turismo-educativo-destinos-preferidos-tendencias_0_rJt37nTqe.html

<http://www.vix.com/es/imj/familia/6853/ventajas-y-desventajas-de-las-excursiones-escolares>

<http://laestrella.com.pa/economia/economia-panama-crecera-58-2017-segun/23987420>

<http://laestrella.com.pa/economia/varela-designa-junta-directiva-fondo-turismo/24005050>

<http://www.apavit.org/miembros.html>

<http://laestrella.com.pa/panama/nacional/panama-entre-10-mejores-destinos-para-realizar-convenciones/24001775>

<http://www.atp.gob.pa/estadisticas-de-turismo-en-panama>

[http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/presentacion estadisticas enero a diciembre 2016 0.pdf](http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/presentacion_estadisticas_enero_a_diciembre_2016_0.pdf)

http://cultura.elpais.com/cultura/2013/08/31/actualidad/1377975393_397283.html

[http://tuaregviatges.es/clasificacion viaje.html](http://tuaregviatges.es/clasificacion_viaje.html)

<http://elsiglo.com.pa/economia/promocion-panama-exterior-tendra-20-millones/23990782>

<http://www.caribbeannewsdigital.com/panama/noticia/panama-promociona-turismo-de-aventuras-en-mercados-internacionales>

<https://worldtravelers2017.wordpress.com/2017/02/08/requisitos-para-abrir-un-agencia-de-viaje-en-panama/>

[https://impresa.prensa.com/economia/Agencias-viaje-deben-reinventarse 0 4638286195.html](https://impresa.prensa.com/economia/Agencias-viaje-deben-reinventarse_0_4638286195.html)

<http://www.panamaon.com/noticias/de-tu-interes/17935-cinco-profesiones-que-desaparecen-con-la-tecnologia.html>

ANEXOS

Anexo No.1

Agencias de Viajes miembro de la Asociación panameña de agencias de viajes (APAVIT)



AGENCIA DE VIAJES 2000



AIDA TOURS

Teléfono: (507) 227-1820
Dirección: Cl 44 Bella Vista
E-Mail: aidatours@cwpanama.net



**Ancon
Expeditions
of Panama**

ANCON EXPEDITIONS

Teléfono: (507) 269-9415
Fax: (507) 264-3713
Dirección: Calle Elvira Méndez, Edificio Dorado, # 3
E-Mail: info@anconexpeditions.com
Web: www.anconexpeditions.com



ASI VIAJO

Teléfono: (507) 393-2901

Fax: (507)

Dirección: Vía España Calle 57, Obarrio Edif. International Furniture local #4

E-Mail: info@asiviajo.com

Web: www.asiviajo.com



COLUMBIA TOURS

Teléfono: (507) 301-3300

Fax: (507) 301-3337

Dirección: Urbanización Marbella, Calle 54, Duplex 4-B.

E-Mail: info@columbiatours.com.pa

Web: www.columbiatours.com.pa



DESTINY TRAVEL
Destinos para sus viajes

DESTINY TRAVEL

Teléfono: (507) 395-0651

Fax: (507) 395-9365

Dirección: Urb. Los ángeles, Calle 2, Edificio Caprice, Planta Baja, Panamá,
Ciudad de Panamá.

E-Mail: info@destinytravelpanama.com

Web: www.destinytravelpanama.com



FANTASY TOURS L'ALIANXA

Teléfono: (507) 229-3380

Fax: (507) 229-3380

Dirección: Calle 50, Edificio Global Bank, PISO 13, OFICINA 1308.

E-Mail: mercadeo@fantasytourspty.com

Web: www.fantasytourspty.com/



GEM'S TRAVEL

Teléfono: (507) 236-8093/(507) 236-5653

Fax: (507) 236-7674

Dirección: Avenida Miguel. Edificio Torres El Dorado, Local 1 Planta Baja
(Frente al Do It Center del Dorado)

E-Mail: gemstvl@cableonda.net



GRAND TOURS CRT INC.

Teléfono: (507) 322-2345

Fax: (507) 322-2344

Dirección: Calle 50 y 67 San Francisco, Panamá. Edificio P.H. CALLE 50
MALL, planta baja, local #4

E-Mail: ecaballero@grandtours.com.pa

Web: www.grandtours.com.pa



GRUPO MARGO TOURS



INTERTRADE L'ALIANXA

Teléfono: (507) 441-1980

Fax: (507) 441-5345

Dirección: Calle 10, Avenida Santa Isabel, Local No 4. Edificio Parvani No 9069

E-Mail: vkam@intertrade.travel

Web: www.intertrade.travel



KLASSIC TRAVEL

Teléfono: (507) 229-4490



MAGNA TOURS

Teléfono: (507) 209-5388 / 209-5389 / 209-5488 / 209-5613

Dirección: CALLE 55, OBARRIO, TORRE SFC, OFICINA 18 C

E-Mail: anny@magnatours.com



MUNDIAL DE VIAJES

Teléfono: (507) 395-7171

Fax: (507) 395-7175

Dirección: Calle 66 San Francisco, Ave. Israel, Edificio Plaza Pacific, Local 3B

E-Mail: info@mundialdeviajespanama.com

Web: www.mundialdeviajespanama.com



Viajes El Corte Inglés

Teléfono: (507) 830 5992/93

Fax: (507)

Dirección: Calle 77 este con avenida 5 Sur / San Francisco, Ciudad de Panamá

E-Mail: ventas@viajeseci.com.pa

Web: www.viajeselcorteingles.com.pa



NICE TOURS, S.A.

Teléfono: (507) 269-8185

Fax: (507)

Dirección:

E-Mail: nuria@nicetoursrevis.com

Web: www.nicetoursrevis.com



NOVA TERRA L'ALIANXA

Teléfono: (507) 269-4746

Fax: (507) 264-1135

Dirección: Calle 50 y Vía Brasil, Edificio Plaza 50, Planta baja.

E-Mail: info@novaterra.travel

Web: www.novaterra.travel



ORIENT TRAVEL

Teléfono: (507) 225-1066

Fax: (507) 209-2593

Dirección: Avenida Justo Arosemena, Calle 41, Unicentro Bella Vista, Local #3, Panamá, Ciudad de Panamá.

E-Mail: info@orienttravel.com.pa

Web: www.orienttravel.com.pa



PANAMA BEST TRAVEL

Teléfono: (507) 394-8202

Dirección: El Dorado, Ave. Boulevard, Duplex #14 Panamá, República de Panamá

E-Mail: info@panamabesttravel.com

Web: www.panamabesttravel.com



PAN ALLIANCE LUFTHANSA CITY CENTER

Teléfono: (507) 264-6395

Fax: (507) 264-6358

Dirección: Edif. Galería Balboa, primer plano, Ave. Balboa y C. Aquilino de La Guardia

E-Mail: info@lcc-panalliance.com

Web: www.lcc-panalliance.com



TROPIC TOURS

Teléfono: (507) 264-7460 / 264-7461

Fax: (507) 264-4703

Dirección: El Carmen, Vía Grecia - Ventury Plaza, local #2

E-Mail: reservas@tropictourspanama.net

Web: www.tropictourspanama.net



TURISTA INTERNACIONAL

Teléfono: (507) 222-8200

Fax: (507) 222-8290

Dirección: Avenida 12 de Octubre y Vía España, Centro Comercial Villas
Andalucía, PB

E-Mail: info@turistaintl.com

Web: www.turistaintl.com



UNIVERSAL TRAVEL



VIAJES ANITA

Teléfono: (507) 223-9980

Fax: (507) 264-6349

Dirección: Calle D del Cangrejo, Edificio Franz, Local 1 - Planta Baja, el
Cangrejo

E-Mail: info@viajes-anita.com

Web: www.viajes-anita.com



VIAJES ARCO IRIS

Teléfono: (507) 225-7412 / (507) 227-3321

Fax: (507) 264-1135

Dirección: Ave. Justo Arosemena y Calle 45 Este. PH Dollar, Local 1, 2 PB

E-Mail: info@@arcoirispanama.com

Web: www.arcoirispanama.com.pa



VIAJES BLOK L'ALIANXA

Teléfono: (507) 236-5522

Fax: (507) 236-5513

Dirección: El Paical, Plaza Edison, Planta Baja, Local 21

E-Mail: reservas@viajesblok.travel

Web: www.viajesblok.travel



VIAJES CARIBE

Teléfono: (507) 269-3011

Fax: (507) 269-4016

Dirección: Calle 52 Bella Vista, No 18 Local 4. Panamá, Ciudad de Panamá.

E-Mail: viajecaribe@cwpanama.net

Web:



VIAJES CONTINENTAL

Teléfono: (507) 263-5531

Fax: (507) 263-6493

Dirección: Vía Venetto, Planta Baja del Condominio Del Caribe, Calle 55 El Cangrejo.

E-Mail: viajeswong@cwpanama.net

Web: www.viajescontinentalpanama.com



XPLORA L'ALIANXA

Teléfono: (507) 209-2774 / (507) 209-2775

Fax: (507) 264-1135

Dirección: El Carmen, Vía Grecia - Ventury Plaza, local #2

E-Mail: direccion.comercial@xplora.travel

Web: www.xplora.travel



PanAmerican Travel

Teléfono: (507) 264-4436

Fax: (507) 222-8290

Dirección: Calle Eusebio A. Morales Edificio Luz Maria No.18, El Cangrejo

E-Mail: info@viajescora.com

Web: www.viajescora.com



VIAJES DISCOVERY

Teléfono: (507) 269-9199

Fax: (507)

Dirección:

E-Mail: discoverypty@cwpanama.net

Web:



VIAJES EJECUTIVOS

Teléfono: (507) 322-0230

Fax: (507) 322-0236

Dirección: Calle 74, San Francisco, Edif. La Caleta, Planta Baja.

E-Mail: info@ejecutivos.travel

Web: www.ejecutivos.travel



Fidanque Hermanos e hijos, S.A.

VIAJES FIDANQUE

Teléfono: (507) 265-5599

Fax: (507) 265-3567

Dirección: Centro Comercial Vía Pacífica, Punta Paitilla.

E-Mail: info@fidanquetravel.com

Web: www.fidanquetravel.com



VIAJES GLORIA MENDEZ

Teléfono: (507) 263-6555

Fax: (507) 223-1693

Dirección: Galerías Balboa, Planta Baja, Avenida Balboa

E-Mail: marta@viajesgloriamendez.com

Web: www.viajesgloriamendez.com



VIAJES GLOBAL TOURS, S.A.

Teléfono: (507) 270-1136

Fax: (507) 270-2751

Dirección: Vía Porras y Calle 65, Edif. 1995 PB

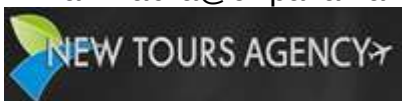
E-Mail: info@globaltours.com.pa

Web: www.globaltours.com.pa



Nabila Travel S.A.
VIAJES NABILA

Teléfono: (507) 269-6416
Fax: (507)
Dirección: Calle 47 Marbella
E-Mail: nabila@cwpanama.net



NEW TOURS AGENCY

Teléfono: (507) 360-2325 / 396-2331
Fax: (507) 396-2330
Dirección: Ave. Primera, Parque Lefevre. Edificio #357 PB Local A. Panamá
E-Mail: info@newtoursagency.com
Web: www.newtoursagency.com



VIAJES OLYMPIC L'ALIANXA

Teléfono: (507) 441-1880
Fax: (507) 441-1990
Dirección: Local D-005, Plaza Millenium, Detras del Multibank en el Pasillo de Cinnabon CORREDOR ZONA LIBRE Colon
E-Mail: info@viajesolympic.travel
Web: www.viajesolympic.travel



NBS Viajes & Convenciones

Teléfono: (507) 260-8200

Dirección: Ave. El Paical, PH Diva, PB Local 4

E-Mail: noris@travelnbs.com

Web: www.travelnbs.com

www.facebook.com/viajesyconvencionesnbs



VIAJES PANAMÁ L'ALIANXA

Teléfono: (507) 229-0660

Fax: (507) 229-0614

Dirección: Urb. Herbruger, Edif. El Paical, Local No.4

E-Mail: info@viajespanama.travel

Web: www.viajespanama.travel



**Viajes
Por El Mundo**
大地国际旅行社
Corporate Travel Agency

VIAJES POR EL MUNDO

Teléfono: (507) 263-1991 / (507) 263-1992

Dirección: P.H. Marquis, Calle Eusebio A. Morales, El Cangrejo.

E-Mail: info@viajesporelmundo.net

Web: www.viajesporelmundo.net



VIAJES REGENCY

Teléfono: (507) 269-1913

Fax: (507) 269-0667

Dirección: Plaza New York local #11, calle 50 y 53 Marbella.

E-Mail: info@viajesregency.com

Web: www.viajesregency.com



VIAJES ROYAL TOURS L'ALIANXA

Teléfono: (507) 223-6805

Fax: (507) 263-8937

Dirección: Vía Argentina Final, Edificio Balmoral PB.

E-Mail: info@vroyaltours.com

Web: www.vroyaltours.com

tivoli

TOUR OPERATOR & WHOLESALER

VIAJES TIVOLI, S.A.

Teléfono: (507) 223-3106

Fax: (507) 269-8656

Dirección: Obarrio, Calle 59 y Abel Bravo, Edificio Deco Plaza, Planta Baja

E-Mail: info@vtivoli.com

Web: www.vtivoli.com

Ver



Grupo BT Travel

Expertos en Viajes!

Grupo BT TRAVEL S.A.

Teléfono: (507) 223-8961 / 223-8962

Fax:

Dirección: Vía Israel Calle 67 este, casa 10, Frente a Courtyard by Marriot Multiplaza, Ciudad

Fuente: <http://www.apavit.org/miembros.html>

Anexo No.2

Esclusa de Miraflores, Canal de Panamá



Fuente: Henry De Toma, mayo 2016