
	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 1 de 31



**ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE
COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL**
Consulta Pública en Paso Canoas
PROYECTO DE MODERNIZACIÓN DE LOS PASOS DE FRONTERA TERRESTRES DE PANAMÁ
(Operación PN-L1107)

Periodo de Ejecución: Septiembre, 2017

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 2 de 31

ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL

Septiembre, 2017

Cliente

AUTORIDAD NACIONAL DE ADUANAS


Consultora BID

Amelia Landau

www.alcglobal.net

gerencia@alcglobal.net

Tel: (507) 730-9182 (507) 6611-7232


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 3 de 31

ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN	5
I.0 INTRODUCCIÓN	7
2.0 OBJETIVO, ALCANCE Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	8
2.1 Objetivo	8
2.2 Alcance	8
2.3 Metodología	8
2.3.1 Aspectos Generales	8
2.3.2 Metodología de Consulta	9
3.0 MARCO CONCEPTUAL	10
4.0 RESULTADOS	11
5.0 CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE GESTIÓN	24
ANEXOS	25
Anexo 1.0 Modelo de Encuesta	
Anexo 2.0 Registro Fotográfico	

ÍNDICE DE GRÁFICAS Y CUADROS

Gráfica 1.0	Nacionalidad de los Encuestados	12
Gráfica 2.0	Tipo de Trámite Migratorio (Ingreso-Egreso)	12
Gráfica 3.0	Motivo principal de Viaje	13
Gráfica 4.0	Medio de transporte hasta Paso Canoas	13
Gráfica 5.0	Regularidad de visitas a través del Paso Fronterizo de Paso Canoas	14
Gráfica 6.0	Tiempo de permanencia en Paso Canoas	14
Gráfica 7.0	Modalidad de Viaje	15
Gráfica 8.0	Ruta de Salida del País	15
Gráfica 9.0	Sexo de los encuestados	16
Gráfica 10.0	Grupo etario de los encuestados	17
Gráfica 11.0	Estado civil de los encuestados	18
Gráfica 12.0	Nivel educativo de los encuestados	18
Gráfica 13.0	Ocupación/Profesión de los encuestados	19
Gráfica 14.0	Intención de compra en Paso Canoas de los encuestados	20
Gráfica 15.0	Decisión de compra de los encuestados	22
Gráfica 16.0	Tiempo dedicado a la compra o consumo de bienes y servicios	22
Gráfica 17.0	Volvería a comprar o consumir bienes y servicios en Paso Canoas	23
Gráfica 18.0	Gasto aproximado en la compra o consumo por día	24


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 4 de 31

Página

Cuadro 1.0	Tipo de establecimientos comerciales a visitar/visitados por los encuestados	20
Cuadro 2.0	Tipo de artículos adquiridos por los encuestados	21
Cuadro 3.0	Tipo de comida que prefieren los encuestados en Paso Canoas	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.0	Localización de Paso Canoas Internacional	6
-------------------	--	----------

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 5 de 31

PRESENTACIÓN

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el marco del proyecto de Modernización de los Pasos de Frontera Terrestres de Panamá (Operación PN-L1107), que será desarrollado por la Autoridad Nacional de Aduanas (ANA), bajo el modelo de Gestión Coordinada de Fronteras (GCF), encargó a la Consultora llevar a cabo un proceso de Consulta Pública con partes interesadas en el paso fronterizo de Paso Canoas, localizado en la provincia de Chiriquí, distrito de Barú, corregimiento de Progreso, localidad de Paso Canoas Internacional.


El propósito de la Consulta Pública era conocer la percepción de partes interesadas sobre el Proyecto, que implica el traslado de la ANA y entidades asociadas, a un Centro de Control Integrado, a construirse en la localidad de Quebrada Grande, a aproximadamente, 3 kilómetros del puesto fronterizo actual. Esta Consulta se realizó el día 22 de julio de 2017, en un hangar de la ANA, ubicado frente a las actuales instalaciones de la institución, en el paso fronterizo de Paso Canoas. A la convocatoria asistieron 55 actores sociales, representativos de los sectores empresariales, gremiales, artesanales, trabajadores y transportistas.

Como resultado de la consulta, se identificaron inquietudes específicas emitidas por los participantes relacionados al probable impacto negativo a las actividades económicas del paso fronterizo, una vez sea reinstalada la ANA e instituciones asociadas a la actividad aduanera (como Migración), fuera del sector, tanto por la eliminación del requisito de que los transeúntes transfronterizos que se movilizan en vehículos (particulares, colectivos y de carga), se detengan en el sitio, como por el potencial desarrollo de la futura zona donde se ubicarán los servicios.

Por lo tanto, la ANA, con el apoyo del BID, decidió realizar un estudio con el propósito de obtener información específica sobre prácticas de consumo y preferencias de compra de visitantes que utilizan servicios migratorios en Paso Canoas, específicamente aquellos que se movilizan en buses transfronterizos, vehículos particulares y en forma peatonal, para lo cual se procedió a la aplicación de una encuesta en el paso fronterizo de Paso Canoas.

Este estudio presenta los resultados del instrumento aplicado a 180 visitantes transfronterizos, durante los días 13, 14 y 16 de septiembre de 2017, en horario de 9 am a 4 pm.

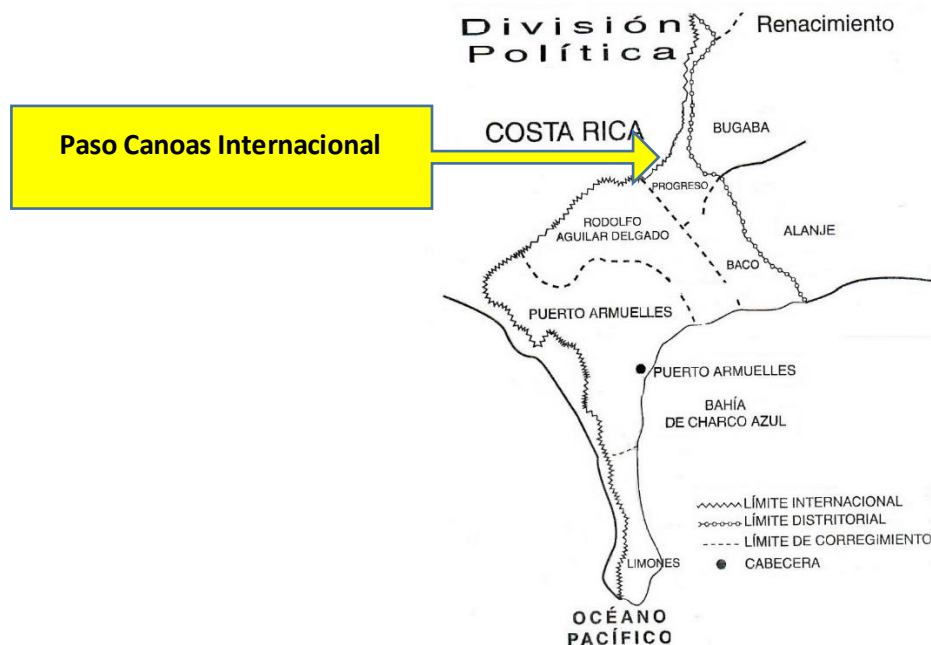
Se espera que estos datos contribuyan a generar oportunidades de gestión que sean de beneficio para las partes interesadas, con relación al Proyecto.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 6 de 31

1.0 INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge los resultados del estudio sobre Prácticas de Consumo y Preferencias de Compra de Visitantes en Paso Canoas Internacional, cuyo objetivo ha sido determinar si estas prácticas y preferencias realizadas por estos viajeros transfronterizos que hacen uso de servicios migratorios y se movilizan en auto particular, buses transfronterizos o en forma peatonal, inciden en la economía de esta localidad.


El Paso Fronterizo de Paso Canoas es uno de los tres pasos oficiales que conecta por vía terrestre a Panamá y Costa Rica. Se ubica en la localidad de Paso Canoas Internacional, que forma parte del corregimiento de Progreso, en el distrito de Barú, al extremo occidental de la provincia de Chiriquí, en la República de Panamá.



Fuente: distritodebaru.blogspot.com

Figura 1.0 Localización de Paso Canoas Internacional

De acuerdo a la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), Paso Canoas es el principal puerto terrestre de entrada al país y el segundo de mayor número de entradas al territorio nacional. En 2016 registró un movimiento migratorio de 146,144 personas. De igual manera, diversas fuentes señalan que la actividad comercial en Paso Canoas reúne, anualmente, a más de un cuarto de millón de clientes.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 7 de 31

Paso Canoas Internacional es un centro de comercio transfronterizo, caracterizado por la presencia de negocios bajo la modalidad “venta libre” y otros que, a precios competitivos ofrecen diversos productos y servicios. Se estima en más de 2,000 personas las que laboran en los diferentes tipos de empresas locales que van, desde puestos ambulantes hasta centros comerciales. En el área también se ubican servicios asociados con las actividades institucionales (ej. corredores de aduana, copiadoras, tramitadores independientes); así mismo, se ofrecen servicios varios, algunos asociados al tráfico transfronterizo (talleres vehiculares, reparación de equipos y otros).


La oferta existente atrae a una gran cantidad de residentes de Costa Rica, que aprovechan las ventajas de la venta libre (duty free) para realizar sus compras, sin necesidad de ingresar formalmente al territorio panameño. Los precios y la oportunidad de adquirir algunos productos puntuales del “lado tico” también son un atractivo para los panameños. Esta circunstancia hace difícil detectar si la dinámica comercial en esta localidad se produce, principalmente, por causa de estos usuarios o existe una incidencia significativa del gasto de visitantes transfronterizos que viajan a través de este paso y, durante el periodo que duran los trámites migratorios para transitar hacia y desde Panamá, utilizan parte de su tiempo en Paso Canoas Internacional para realizar compras en el sitio.

Ante el potencial traslado de las instalaciones y servicios de la ANA y entidades asociadas a otro sitio, los empresarios locales han mostrado su preocupación ya que consideran que esta reubicación a alrededor de 3 kilómetros del sitio actual, afectará las actividades económicas que se desarrollan en el actual paso fronterizo. Al no contar con estadísticas precisas sobre la participación de visitantes transfronterizos en la economía local, se decidió realizar este estudio, con el propósito de generar datos que pudieran servir como línea de base para un análisis sobre esta percepción emitida por los empresarios locales.

Para efectos de este estudio, se considera un visitante transfronterizo a la persona que se moviliza a través del paso fronterizo de Paso Canoas, para viajar hacia/desde Panamá, con diversos fines y, por lo tanto, requiere del uso de servicio migratorio. La única restricción a participar de la encuesta obedece a la condición de que todo viajero transfronterizo a encuestar debe, además, movilizarse utilizando auto particular, bus transfronterizo o cruzar el paso peatonalmente.

El informe se estructura en los siguientes bloques:

- Objetivos, alcance y metodología del Estudio
- Marco conceptual
- Resultados de la Encuesta
- Conclusiones y Oportunidades de Gestión, en el marco del Proyecto

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 8 de 31

2.0 OBJETIVO, ALCANCE Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

2.1 Objetivo

El objetivo de este estudio es establecer las características de las prácticas de consumo y preferencias de compra de visitantes transfronterizos que utilizan servicios migratorios, en Paso Canoas Internacional.

2.2 Alcance

Este estudio se circunscribe a visitantes transfronterizos que hacen uso de los servicios migratorios en el paso fronterizo de Paso Canoas y que se movilizan en auto particular, buses transfronterizos o en forma peatonal para cruzar la frontera.

No se incluye en este estudio transeúntes transfronterizos que se movilizan en vehículos de carga o por cualquier otro medio no especificado en este alcance o aquellos que llegan hasta el paso fronterizo para realizar diversas actividades, pero no ingresan formalmente al país, por lo que no utilizan los servicios migratorios.

Este análisis se refiere a los visitantes transfronterizos que, durante un periodo de tres días, durante el mes de septiembre, 2017, aceptaron responder la encuesta aplicada.

2.3 Metodología


2.3.1 Aspectos Generales

Con el propósito de obtener información sobre prácticas de consumo y preferencias de compras de visitantes transfronterizos que utilizan servicios migratorios en el paso fronterizo de Paso Canoas, se decidió aplicar una estrategia metodológica que facilitara recoger la información requerida para el estudio.

Para ello, se contó con el apoyo de la ANA y el Servicio Nacional de Migración, quienes facilitaron un espacio dentro del recinto institucional para que promotoras sociales, debidamente instruidas, pudieran interactuar con los viajeros.

Se decidió, además, que el instrumento debía ser elaborado, de forma tal que, en un corto tiempo de interacción, se pudiese generar los datos que otorgaran insumos pertinentes al objeto de estudio.

De igual manera, el abordaje metodológico respondió a los siguientes principios básicos:

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 9 de 31

- **Derechos, equidad e igualdad de género:** todas las personas tienen los mismos derechos inherentes a su condición humana, por lo que se garantizaron los espacios, oportunidades y condiciones necesarias para que las personas encuestadas hicieran pleno uso de sus derechos durante el proceso participativo, considerando sus particularidades, en un marco de respeto.
- **Inclusión:** se reconoce la validez de los aportes que los diferentes actores encuestados pueden proporcionar.
- **Diversidad:** se reconoció la heterogeneidad de los actores a encuestar, por lo que el instrumento de consulta se elaboró en un lenguaje claro, sencillo y apropiado culturalmente.
- **Participación:** durante la aplicación del instrumento, se garantizó el derecho de los interlocutores a participar y expresarse de manera activa y propositiva.

2.3.2 Metodología de Consulta

La consulta a visitantes transfronterizos que hacen uso de servicios migratorios en Paso Canoas se realizó utilizando la técnica de la encuesta, cuyo cuestionario fue realizado considerando que este instrumento debía obtener información precisa, en un periodo corto disponible para su aplicación.


Las categorías y variables escogidas buscan dar respuesta al objetivo de la investigación y cada sección del cuestionario responde a los siguientes aspectos: el primero, indagaba sobre datos generales del viaje; el segundo, generaba un perfil básico del visitante y, el tercero, consultaba sobre las prácticas de consumo y preferencias de compra de los encuestados (Ver Anexo 1.0-Modelo de Encuesta).

Al no ser posible conocer la cantidad de visitantes que se movilizarían a través del paso fronterizo de Paso Canoas, se determinó la ineficacia de pretender realizar un muestreo estadísticamente representativo de visitantes transfronterizos que utilizan servicios migratorios. Por tal motivo, la consultoría decidió aplicar la encuesta a todos los visitantes transfronterizos que, libremente, aceptaran responderla, durante los días y horas establecidos para su aplicación y que respondieran a los siguientes criterios:

- Movilizarse en auto particular, bus transfronterizo o peatonalmente.
- Hacer uso del servicio de migración para entrar o salir del país.

Se escogieron tres días para la aplicación del instrumento: dos días durante semana y un día durante el fin de semana (13, 14 y 16 de septiembre de 2017), cuando, según los empresarios locales, aumenta la actividad comercial en el sitio. Además, la encuesta se aplicó en un horario usual de circulación vehicular y de buses transfronterizos (de 9:00 am a 4:00 pm).

El levantamiento de información ocurrió en el recinto de migración, paso obligado de quienes utilizan estos servicios y contó con la colaboración del personal de aduanas y de migración presentes. Un total de 180 transeúntes transfronterizos respondieron la encuesta (Ver Anexo 2.0-Registro Fotográfico).

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 10 de 31

3.0 MARCO CONCEPTUAL


Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo se define por las actividades que desarrollan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos, en tanto **visitante**, concepto básico de las estadísticas de turismo, es aquel viajero que se desplaza sin mediar cotidianeidad ni regularidad en el desplazamiento ni el ejercicio de actividad remunerada dentro del lugar visitado. La definición del turista se acota al visitante que pernocta en el lugar, a diferencia del excursionista visitante del día.

Los pasos fronterizos se caracterizan por flujos de población no solo constituidos por turistas/visitantes, sino por residentes de municipios transfronterizos que se movilizan de un lado a otro por razones familiares o comerciales, trabajadores temporales y transmigrantes. Estos flujos se movilizan, usualmente, a través del paso fronterizo formal (que implica documentar la entrada y salida del país) y, en algunos casos, mediante el cruce informal no registrado formalmente. Sobre este último aspecto, es de destacar lo mencionado por Clot (2015): *no sólo existen motivaciones a nivel individual como evadir los diferentes controles o evitar aranceles, sino encontramos otros factores más profundos que orientan dichas lógicas de acción, como la percepción particular de la división político-administrativa que resulta de un contexto histórico y cultural específico, la percepción del desempeño de autoridades a cargo de la administración fronteriza, el grado de familiarización con los trámites burocráticos, y la reproducción social a veces semiconsciente de ciertas conductas inscritas en la cotidianeidad y la costumbre.*¹

El turista/visitante que pasa a través del paso fronterizo de Paso Canoas lo utiliza como sitio de paso y no con la intención de pernoctar o permanecer en el lugar, más del tiempo necesario para realizar sus trámites de ingreso/egreso del país que visita. De manera que, al no existir hasta este momento un proceso que aproveche las potencialidades de desarrollo de la localidad fronteriza, esta percepción de la frontera como un sitio de paso se mantiene. Más aún, el concepto de turismo fronterizo se pierde por el corto periodo que permanece el visitante en el sitio y la falta de facilidades para el turista. Sin embargo, esta percepción no es del todo acertada porque Paso Canoas se ha convertido en un centro de actividades comerciales que beneficia la oferta y demanda de bienes y servicios de los que se movilizan en este sitio.

Un aspecto interesante de la dinámica social que se produce en Paso Canoas es que, además de la posible transacción económica que puede surgir entre visitantes y locales, al adquirir bienes y servicios en el sitio se producen oportunidades de interacción sociocultural que contribuye a la percepción (positiva o negativa) del sitio a visitar o visitado. De allí, la importancia de no ignorar el rol que este paso fronterizo tiene en la imagen y perspectivas económicas de Panamá.

¹ Clot, J. (2015). Comercio y transporte transfronterizo informal entre las localidades de Ciudad Hidalgo (México) y Tecún Umán (Guatemala). Guatemala-Chiapas: economía y frontera. Descargado de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01432007/document>.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 11 de 31

La mayor parte de visitantes transfronterizos provienen de Centroamérica (se debe recordar que, en este grupo, no se contabiliza los residentes transfronterizos que aprovechan los beneficios del paso).

Según estadística de la ATP, de enero a julio de 2017 ingresaron a través de Paso Canoas, un total de 74,290 personas, lo que representa un descenso del 16% en relación al mismo periodo en 2016. En total, ingresaron en el 2016, 146,144 personas, de los cuales 144,688 eran turistas y 1,456 eran excursionistas (personas que ingresaron para gestión durante el día, pero no pernoctaron), lo que equivale al 6% del ingreso de visitantes a la República de Panamá. Para el 2016, el flujo de visitantes a través de la frontera de Paso Canoas registró una disminución de 9.8%, en comparación al año anterior.² El dato más reciente disponible sobre salida de visitantes a través de Paso Canoas es de 2014 e indica una salida de 166,734 personas en ese año.³

Estos visitantes (tanto los que entran como los que salen del país) deben dedicar algunas horas para la realización de sus trámites migratorios y aduaneros, lo que induce al consumo de bienes y servicios en la zona fronteriza de Paso Canoas. El peso de este consumo en la economía local donde prevalece el intercambio comercial entre Costa Rica y Panamá (sin hacer uso de servicios migratorios), es lo que debe cuantificarse, en este caso, para facilitar la toma de decisiones sobre el traslado de la ANA y sus entidades asociadas fuera del entorno de negocios del paso fronterizo.

4.0 RESULTADOS

Luego de tabular la información proporcionada por los participantes de la encuesta, se procedió a su análisis, a partir de la generación de cuadros y gráficas representativos. Los resultados de este proceso se describen en este acápite.


Sección 1: DATOS GENERALES DEL VIAJE

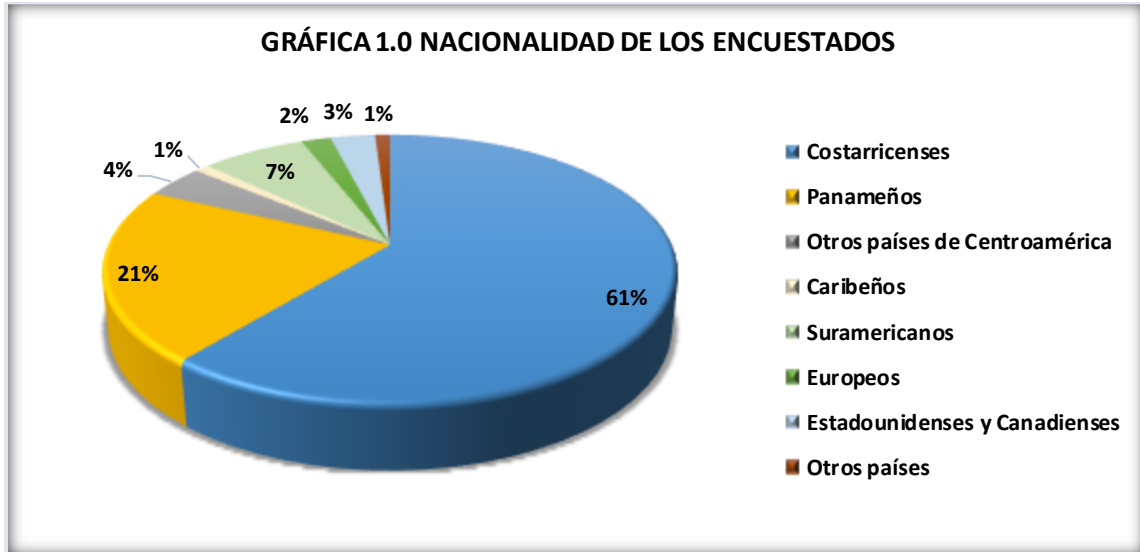
En esta sección se preguntaba a los encuestados sobre su nacionalidad, lugar de residencia, si entraban o salían de Panamá, su motivo de viaje, medio de transporte hasta Paso Canoas, si era su primera visita o era un visitante recurrente, el tiempo que estimaba permanecer en Paso Canoas, si viajaba solo, en familia, con amistades o en excursión y cuál sería su ruta de regreso a su país.

La intención de estas preguntas era definir la modalidad de viaje del transeúnte.

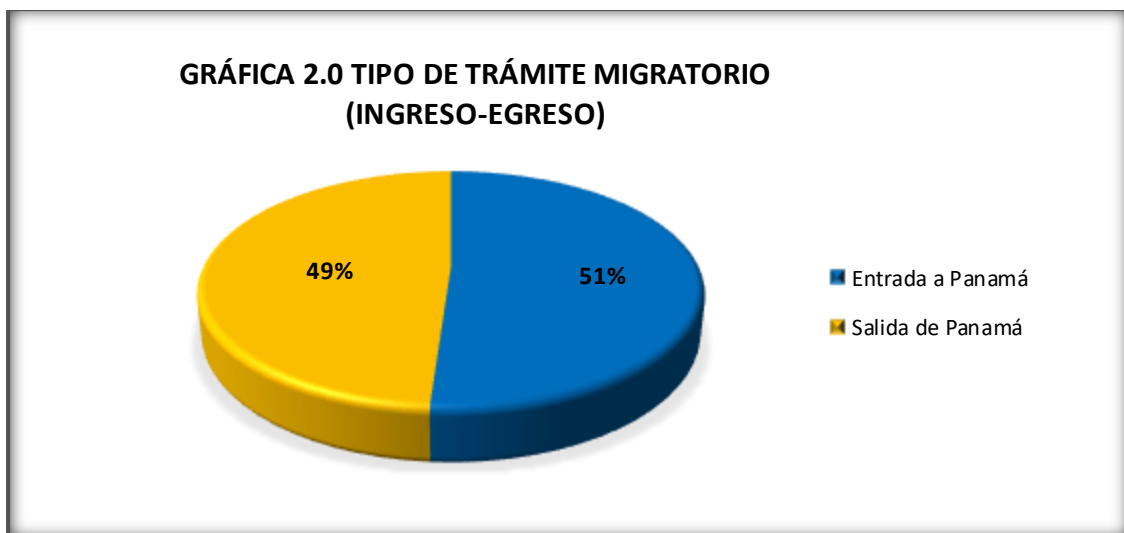
² Autoridad de Turismo de Panamá. Estadística de Turismo

³ INEC. Movimiento Internacional de Pasajeros: año 2014.


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 12 de 31

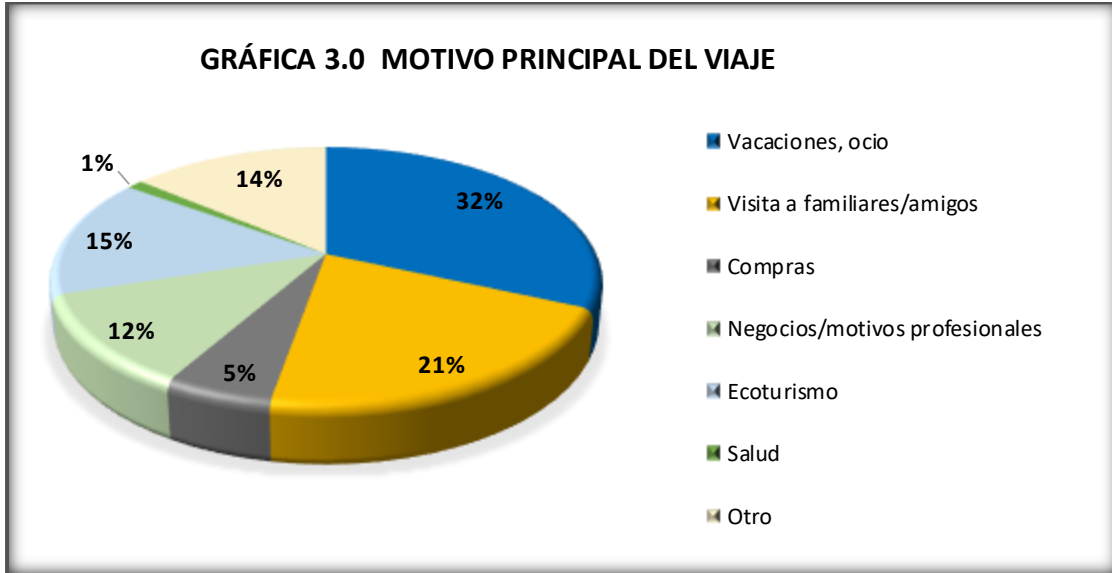


El 61% de los encuestados resultó ser de nacionalidad costarricense, seguido de un 21% de nacionalidad panameña, el 7% provienen de países suramericanos (Colombia, Venezuela, Perú, Argentina y Brasil), 4% son centroamericanos (El Salvador y Nicaragua), 3% viajan de Estados Unidos y Canadá, mientras que el 2% representan países europeos (Francia, Alemania), con un 1% cada uno, que consiste en nacionales de República Dominicana e Israel, respectivamente.

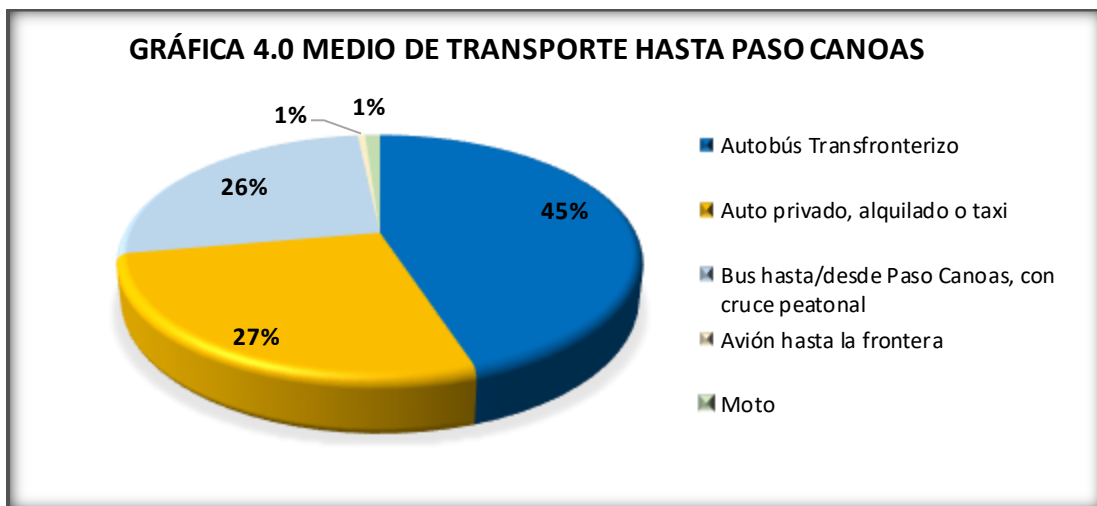


De los encuestados, el 51% se encontraba realizando trámites de entrada a Panamá y el 49% se encontraba en el proceso de salida de Panamá.


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 13 de 31



Como se deriva de la gráfica 3.0, el 32% de los visitantes transfronterizos encuestados viajaban por motivo de vacaciones/ocio, seguidos de quienes visitaban a familiares o amigos (21%). Un 15% viajaba por ecoturismo; el 14% viajaba por motivos diversos (p.e., actividades educativas, deportivas, culturales y religiosas); el 12% por razones de negocios o motivos profesionales, mientras que el 5% viajaba exclusivamente para hacer compras. Un 1% se movilizaba por razones de salud.

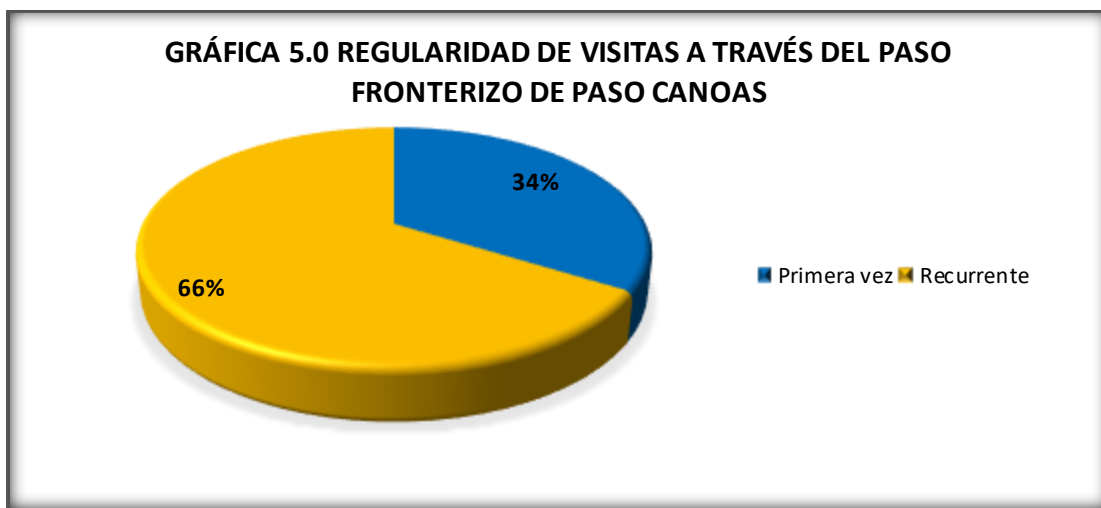


El principal medio de transporte utilizado por los encuestados hacia/desde Paso Canoas es el autobús transfronterizo (45% de los encuestados), seguido de un 27% que viajó en auto particular, (94% en auto privado, 4% en auto alquilado y 2% en taxi), un 26% viajó en bus hasta/desde Paso Canoas, con cruce peatonal, un 1% en avión hasta la frontera y un 1% en moto.

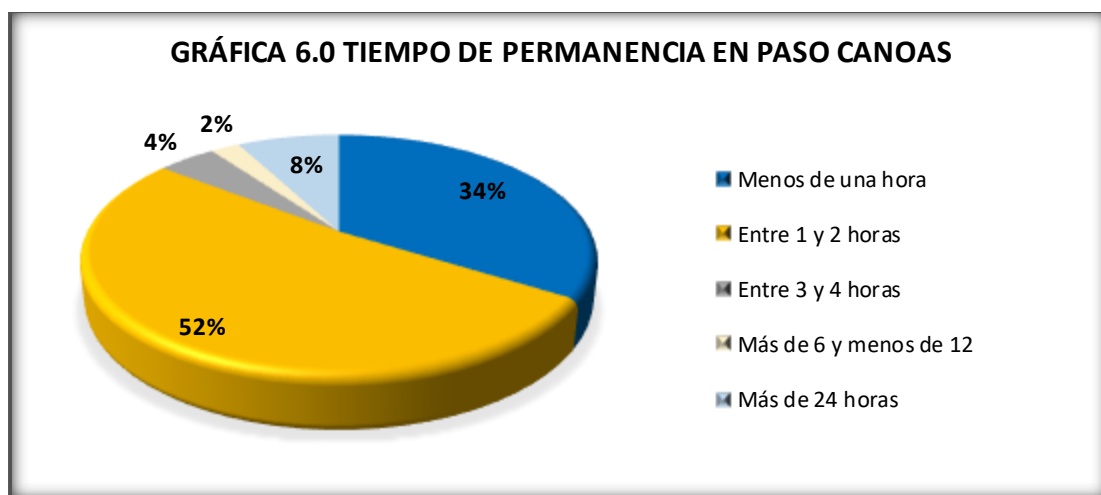
	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 14 de 31


Como detalle interesante se destaca el porcentaje significativo que prefiere hacer el cruce fronterizo a pie, para luego tomar otro medio de transporte local, lo que debe ser de interés para las concesionarias de transporte que pudieran encontrar en esta estadística una oportunidad para la movilización de visitantes, con calidad y seguridad.

A los encuestados se les preguntó si era su primer viaje a través del paso fronterizo de Paso Canoas o si eran viajeros recurrentes. Sus respuestas se reflejan en la gráfica 5.0.

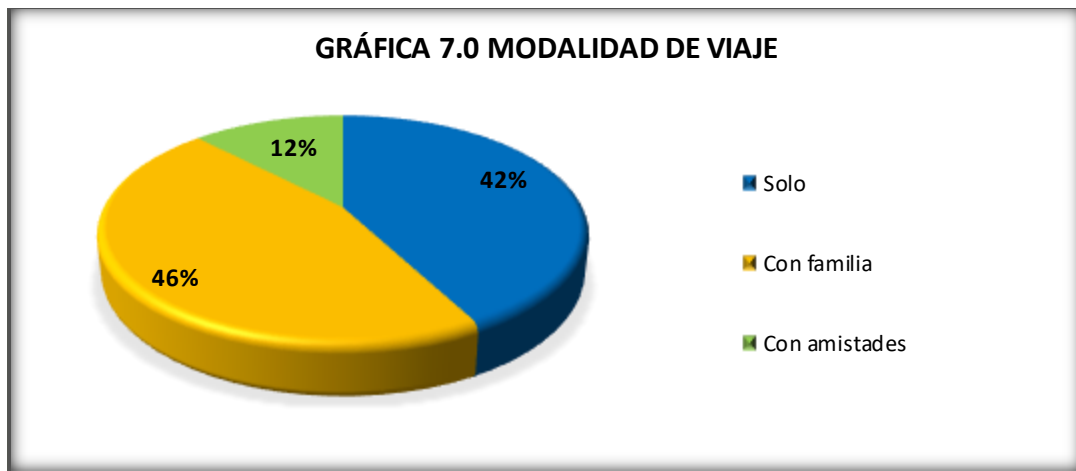


La mayor parte de los encuestados eran visitantes recurrentes (66%), mientras que quienes viajaban por primera vez a través del paso fronterizo representaban el 34%. Este dato es consistente con la información recogida en la primera pregunta sobre la nacionalidad del encuestado/a, ya que el principal tráfico que ocurre en Paso Canoas obedece a viajeros costarricenses y panameños.

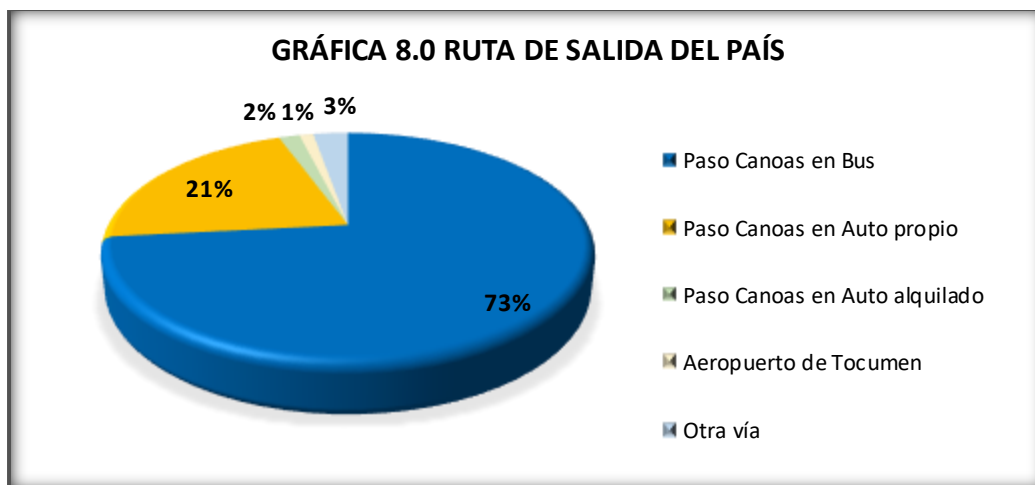



	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 15 de 31

Los datos aportados por los encuestados reflejan que, el 52% de ellos, permanecen entre 1 y 2 horas en el sector del paso fronterizo; por su parte, el 34% de ellos se mantiene en el lugar menos de una hora. Para un 8% la permanencia es de más de 24 horas, mientras que el 4% dedica entre 3 y 4 horas a sus gestiones en el lugar. Un 2% se mantiene entre 6 y 12 horas. Esta información permite inferir que las personas que utilizan los servicios migratorios de Panamá para movilizarse desde/hacia el país, cuentan con suficiente tiempo para hacer uso de algún tipo de bien o servicio a nivel local.



Como se presenta en la gráfica 7.0, el 46% de los encuestados expresó que viajaba con familiares; por su parte, el 42% de los encuestados viajaba solo y el 12% viajaba con amistades. Ninguno de los encuestados se movilizaba en excursión. Al considerar la movilización con familiares se puede inferir que, dependiendo del tiempo de permanencia en el sitio, podrían aumentar las necesidades de hacer uso de diversos tipos de servicios y compras en el lugar.



	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 16 de 31

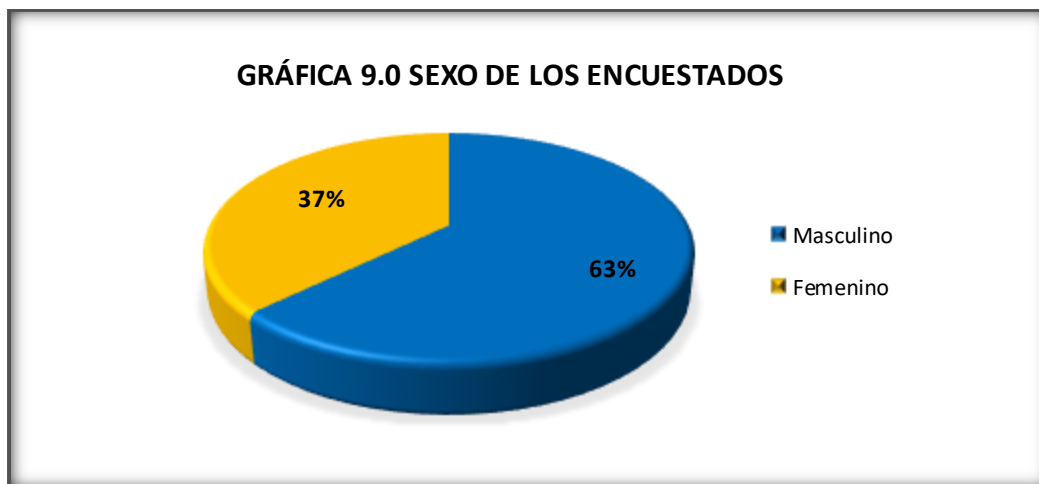
Un aspecto relevante es que, mientras que, al momento de la encuesta, el 45% de los encuestados se movilizaba en autobús transfronterizo, para su salida/regreso a/desde Panamá, el 73% dijo que utilizaría un bus transfronterizo. El porcentaje de personas que se movilizaban en auto particular al momento de la encuesta bajó del 27% al 21% como medio de transporte para su salida/regreso posterior. Quienes se movilizaban en auto alquilado también bajaron del 4% al 2%. Por su parte, el 1% señaló que se movilizaría a través del Aeropuerto de Tocumen y el 3% por otras vías no especificadas.


En síntesis, los datos de viaje de los 180 encuestados para este estudio indican que:

- El medio de transporte preferido es el bus transfronterizo.
- Un porcentaje importante (26%) utiliza servicios locales de autobuses y se moviliza peatonalmente al momento de cruzar el paso fronterizo.
- El promedio de tiempo que permanecen en el paso fronterizo es 1-2 horas.
- La mayoría de los **visintates** se moviliza en familia y son viajeros recurrentes.
- Los visitantes transfronterizos son, principalmente, de Costa Rica, Panamá y otros países centroamericanos.
- El motivo de viaje es, primordialmente, vacaciones, seguido de quienes visitan a familiares/amigos y los que realizan ecoturismo.

Sección 2: PERFIL BÁSICO DEL VISITANTE:

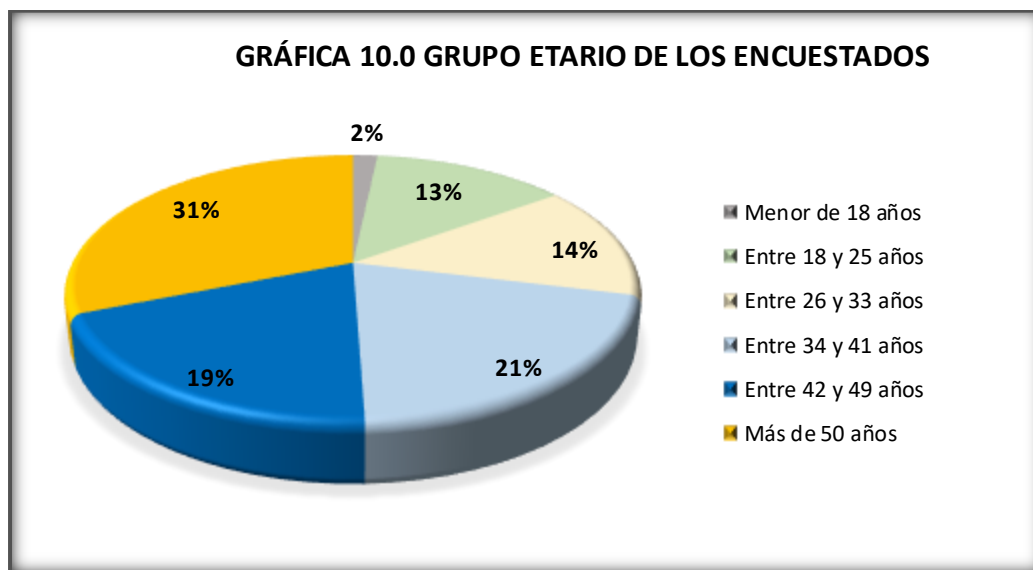
Esta sección de la encuesta tenía como finalidad establecer un perfil sociodemográfico básico de los participantes del estudio. Por lo tanto, las preguntas indagaban sobre el sexo de los encuestados, su grupo etario, estado civil, nivel educativo, ocupación/profesión y país de origen de los encuestados.



	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 17 de 31


Como se aprecia en la gráfica 9.0, el 63% de los encuestados resultaron del sexo masculino, y un 37% del sexo femenino. Cabe señalar que, durante la aplicación de la encuesta se pudo detectar que, en el caso de las familias, el responsable de trámites migratorios solía ser la persona de sexo masculino, quien, a su vez, respondía la encuesta y, en el caso de los viajantes solos, la mayoría era de sexo masculino.

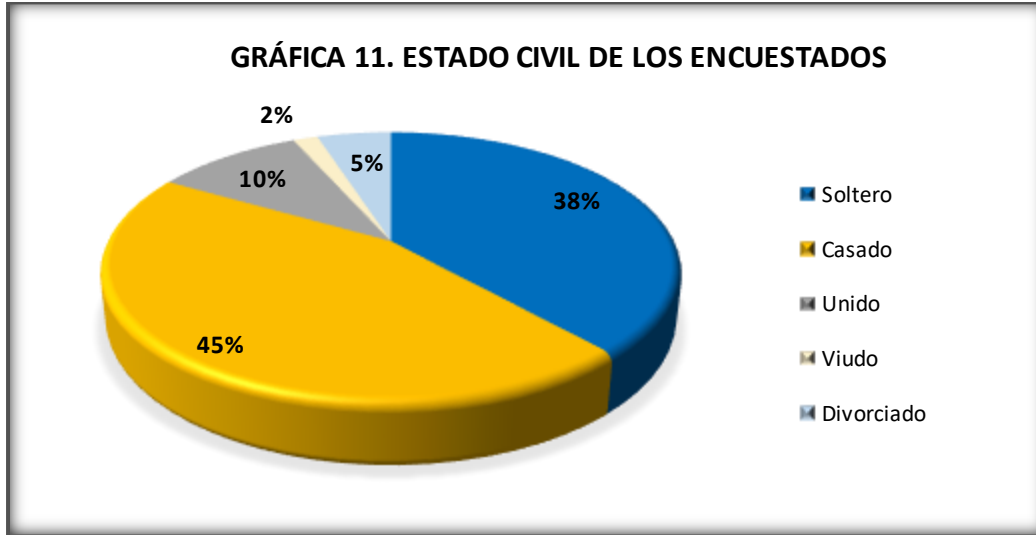
De igual manera, se consultó a los participantes del estudio, sobre su grupo etario. Las respuestas se registran en la gráfica 10.0.



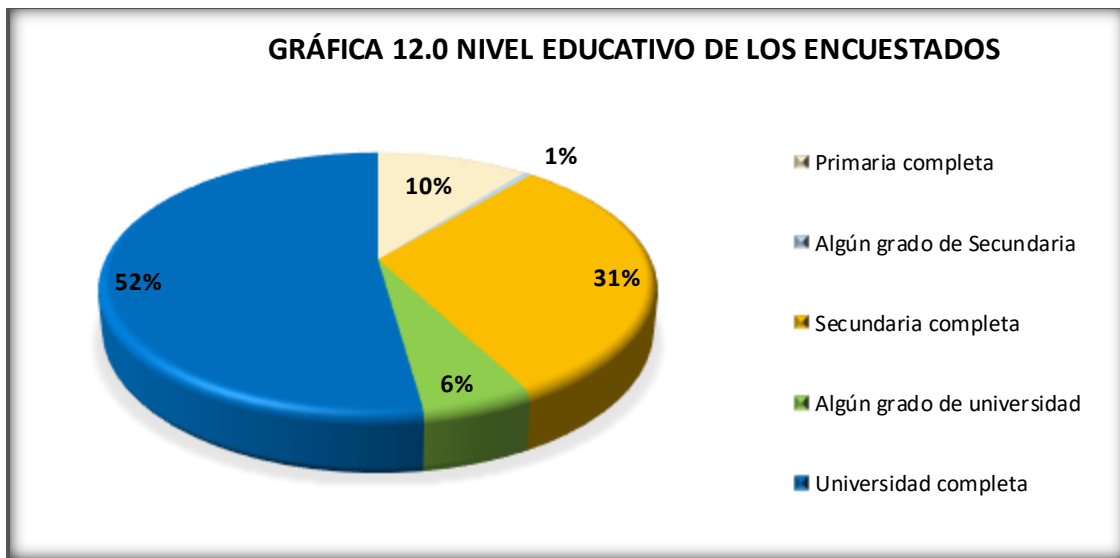
En la gráfica sobre la edad de los encuestados, se observa que, el 31% tiene más de 50 años, seguido de 21% que tiene entre 34 y 41 años; un 19% tiene entre 42 y 49 años, mientras que el 14% tiene entre 26 y 33 años de edad; el 13% oscila entre 18 y 25 años de edad y un 2% es menor de 18 años.

Como se detecta en esta gráfica, el 71% de los encuestados sobrepasa los 34 años de edad. Este dato, por un lado, es un indicador del tipo de viajero que utiliza el paso fronterizo de Paso Canoas y, a su vez, permite identificar oportunidades de oferta de bienes y servicios que pudiera demandar este tipo de población.


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 18 de 31

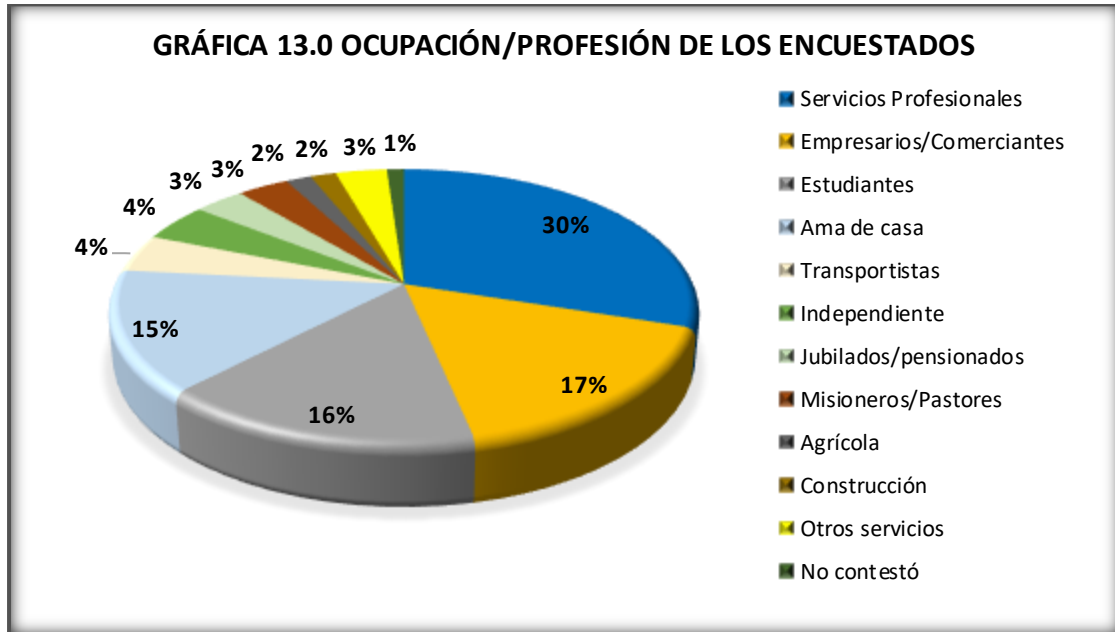


De los participantes de la encuesta, una mayoría son casados (45%), seguido de quienes son solteros, con el 38% de representatividad. El 10% se encuentra unido, el 5% es divorciado y el 2% es viudo.



En cuanto a nivel educativo de los encuestados, los resultados demuestran que la mayoría (52%) han completado el nivel universitario. Por otro lado, el 31% ha finalizado sus estudios secundarios, seguido de quienes han completado la educación primaria (10%). El 6% cuenta con algún grado de educación universitaria y el 1% con algún grado de secundaria.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 19 de 31




Una gama de ocupaciones, en las que predominan los servicios profesionales (30%), representa a los participantes de la encuesta. El 17% son empresarios, 16% son estudiantes, 15% se ocupa como ama de casa, 4% como transportista, 4% como independientes, 3% son jubilados o pensionados, 3% son misioneros o pastores de iglesias, 2% trabajan en el sector agrícola, 2% en construcción y 3% en otros servicios. El 1% de los encuestados no contestó.

En esta sección, una última pregunta indagaba sobre el país de origen de los visitantes encuestados. El 64% resultó ser de Costa Rica, el 22% de Panamá, el 3% de El Salvador, el 2% de Estados Unidos, el 2% de Nicaragua y el resto de los consultados (7%) eran originarios de otros países.

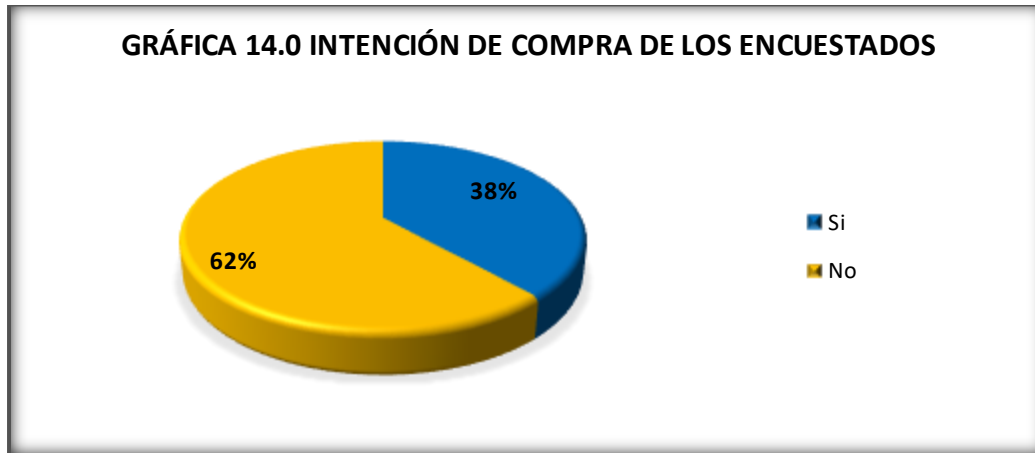
Las respuestas emitidas por los encuestados permiten elaborar un perfil de este grupo de visitantes transfronterizos: la mayoría son varones, mayores de 34 años, casados, graduados universitarios y dedicados a servicios profesionales. Además, según las respuestas de la sección 1, podría añadirse que viajan en familia, de vacaciones.

Sección 3: PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA

En esta sección de la encuesta, las preguntas estaban dirigidas a conocer sobre las prácticas de consumo y preferencias de compras en Paso Canoas Internacional, de los visitantes transfronterizos que utilizan servicios migratorios.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 20 de 31

Se preguntó si el visitante pensaba realizar compras en el lugar, qué tipo de establecimientos pensaban visitar, tipo de artículos y comidas que esperaban adquirir o habían adquirido, tiempo dedicado a las compras en Paso Canoas, información sobre gasto realizado y otros aspectos relevantes a este tema.




Como se refleja en la gráfica 14.0, el 68% de los encuestados no tenía intención de realizar compras o algún tipo de consumo en Paso Canoas Internacional. No obstante, el 38% indicó que sí estaba dispuesto a realizar compras/consumo en el lugar.

Al consultarles sobre el tipo de establecimientos a visitar, los participantes de la encuesta manifestaron lo descrito en el cuadro 1.0.

Cuadro 1.0
Tipo de Establecimientos Comerciales a visitar/visitados por los encuestados

Tipo de establecimiento comercial que ha visitado o piensa visitar durante su permanencia en Paso Canoas	Cantidad de menciones
Restaurante/fonda	35
Gran almacén (tienda por departamentos)	35
Supermercado	21
Puesto de artículos varios	11
Tienda pequeña de artículos varios	8
Puesto ambulante de alimentación	4
Frutería/mercado ambulante	3
Farmacia	2
Tienda especializada	1
Tienda/puesto de artesanía	1

Elaborado por la Consultora, con base en los resultados de la encuesta aplicada.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 21 de 31

Como se enumera en el cuadro 1.0, el interés de los viajeros se centra en visitar restaurantes/fondas, tiendas por departamentos y supermercados. En algunos casos, se mencionan los puestos de artículos varios, las tiendas pequeñas y puestos ambulantes de alimentación. Por otro lado, las fruterías/mercados ambulantes, farmacias, tiendas especializadas y tiendas o puestos de artesanías obtuvieron una o dos menciones de los encuestados.

Por otro lado, en cuanto al tipo de artículo de interés para los viajeros, el cuadro 2.0 expone los aportes de los participantes de la encuesta.

Cuadro 2.0
Tipo de Artículos adquiridos por los viajeros encuestados

Tipo de artículos que ha adquirido o va a adquirir en Paso Canoas	Cantidad de menciones
Ropa, calzado	43
Perfumes, maquillaje y accesorios	37
Alimentos frescos	31
Artículos para el hogar	5
Alimentos secos	3
Recordatorios (souvenirs)	3
Equipos personales (celulares, cámaras, otros)	1
Equipos de hogar	1

Elaborado por la Consultora, con base en la encuesta aplicada.


El Cuadro 2.0 especifica que los artículos que más han adquirido o piensan adquirir los visitantes transfronterizos en Paso Canoas son de uso personal, tales como: ropa, calzado, perfumes, maquillaje y accesorios. Además, otro rubro de artículos que destaca son los alimentos frescos. En una menor cantidad de menciones aparecen: alimentación seca (típica de supermercados), souvenirs, equipos personales y para el hogar.

En referencia al uso de servicios de alimentación en Paso Canoas Internacional, las opciones mencionadas por los encuestados se presentan en el Cuadro 3.0.

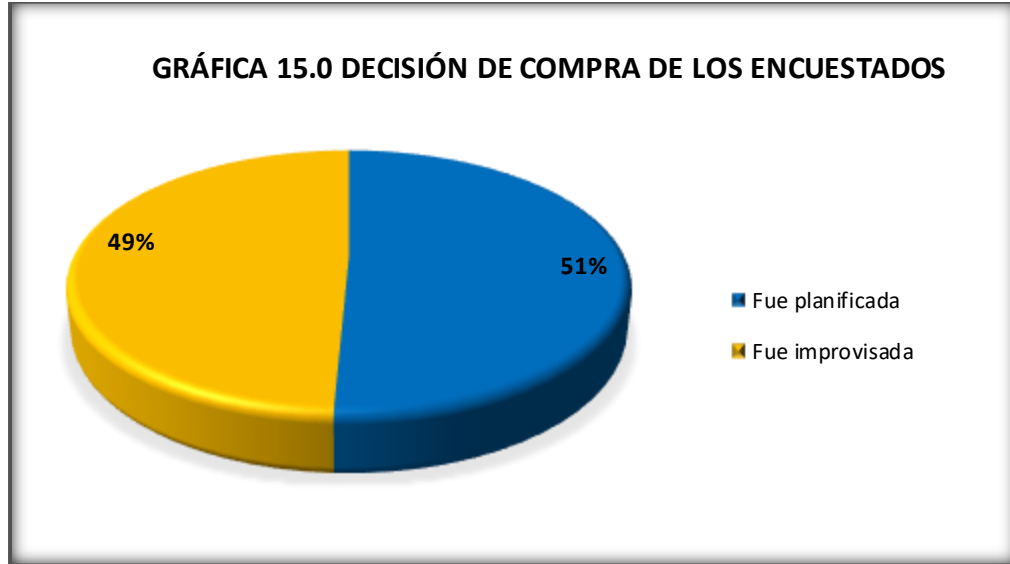
Cuadro 3.0
Tipos de Comida que prefieren consumir los encuestados en Paso Canoas

Tipo de comida que consumió o va a consumir en Paso Canoas	Cantidad de menciones
Comida de fonda/restaurante	33
Bebidas (agua, sodas, jugos, etc.).	16
Comida rápida	10
Comida de supermercado	3

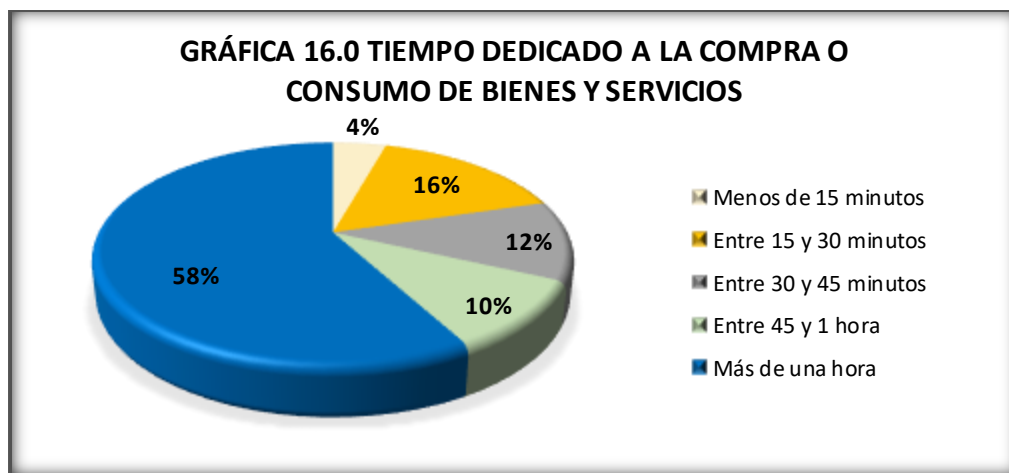
Elaborado por la Consultora, con base en la encuesta aplicada.


	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 22 de 31

Los encuestados que mencionaron que consumirían alimentos en el lugar identificaron sus opciones, por orden de preferencia: comida de fonda/restaurante, bebidas, comida rápida y comida de supermercado.

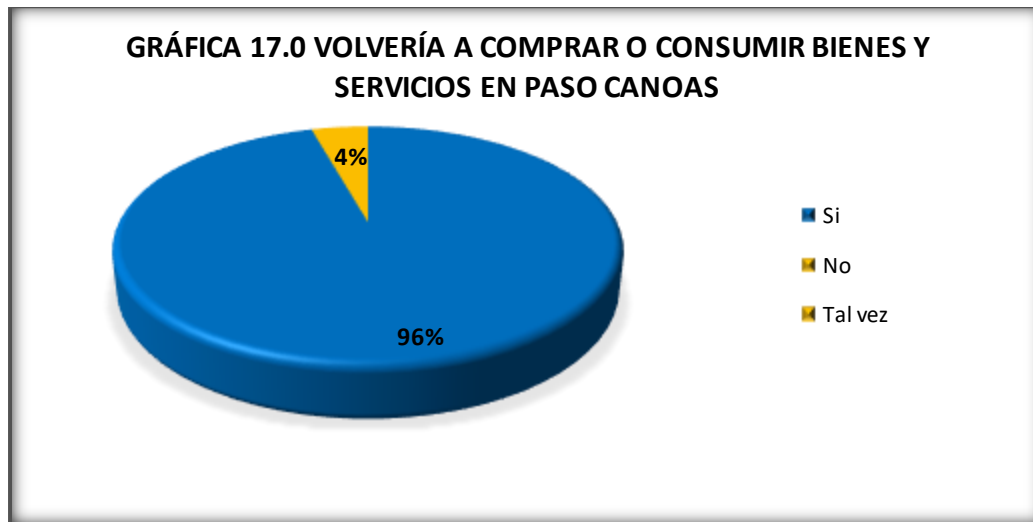


Tanto los encuestados planifican sus compras (51%), como las realizan de forma improvisada (49%). Los impulsos de compra están vastamente divulgados en estudios de psicología. Lo importante es que se puede esperar que el conjunto de elementos que interfieren en las decisiones de compra (calidad, precio, hábito, atractivo, publicidad, promociones, entre otros), puede ser un recurso a utilizar por los empresarios locales atendiendo al alto porcentaje de encuestados que respondieron que realizan sus compras de forma improvisada.



	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 23 de 31


La gráfica 16.0 indica que el 58% de los encuestados pensaba dedicar o había pasado más de una hora a la realización de compras o a consumir alimentos u otros productos. El 16% dedicó entre 15 y 30 minutos, mientras que el 12% señaló que disponía entre 45 minutos a 1 hora para estas actividades. Por otro lado, el 10% contaba con 30 a 45 minutos de tiempo y el 4% solamente dedicó menos de 15 minutos a compras y consumo en los negocios locales.

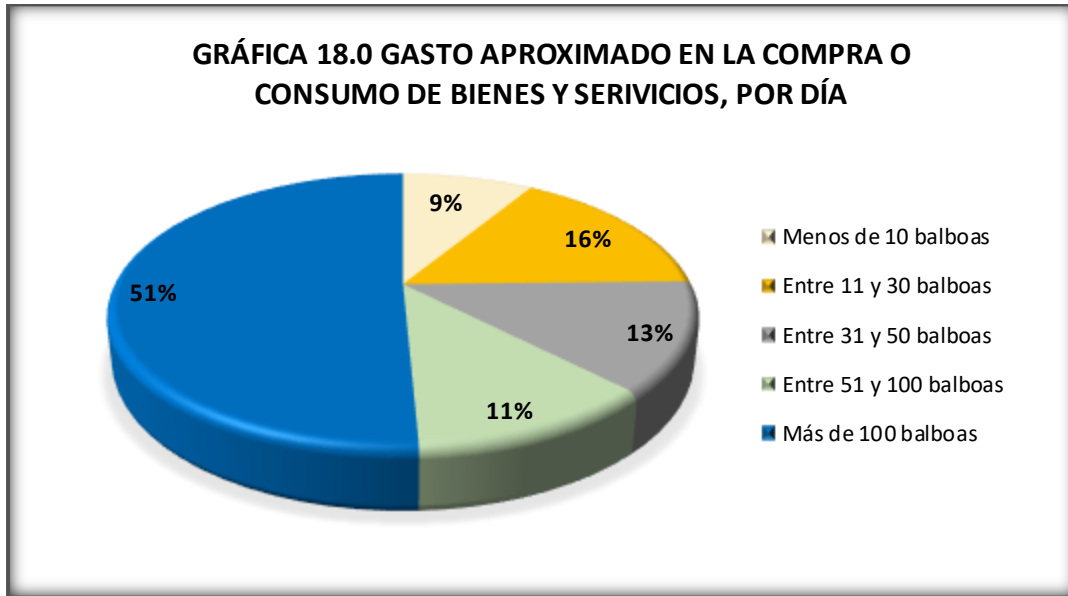


A los encuestados se les consultó si estarían dispuestos a volver a comprar o consumir bienes y servicios en Paso Canoas. Como se especifica en la gráfica 17.0, el 96% expresó que sí estaría dispuesto y el 4% señaló “tal vez”. Si se considera que la mayoría de los encuestados son viajeros recurrentes y que el 38% realiza compras en el lugar, las preferencias de compra y hábitos de consumo emanados de este estudio, pueden ser utilizados como referencia para mejoras que provoquen un aumento del porcentaje de personas interesadas en comprar en el sitio.

La encuesta finalizó con la consulta a los encuestados sobre el gasto aproximado de la compra o consumo que realizaron en Paso Canoas Internacional.

Como se presenta en la gráfica 18.0, a continuación, la mayor parte de los encuestados que realizan compras o consumen diversos tipos de servicios (especialmente asociados con alimentación), en Paso Canoas Internacional, gastan más de USD 100.00 (51%). Un 16% gasta entre USD 11.00 y USD 30.00 en su visita al sitio; por su parte, el 13% de los encuestados gasta entre USD 31.00 y USD 50.00 y el 11% gasta entre USD 51.00 y USD 100.00. Menos de USD 10.00 lo gasta el 9% de los encuestados.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 24 de 31




De los resultados de esta sección de la encuesta, se valida la apreciación de los empresarios locales sobre la incidencia de los viajeros transfronterizos en la economía local. Sin embargo, esta incidencia no implica dependencia de la economía local de este grupo de usuarios del paso fronterizo, ya que el peso mayor en la economía local recae sobre los residentes transfronterizos (Panamá-Costa Rica) que realizan compras de bienes y servicios en Paso Canoas Internacional, pero que no hacen uso de servicios migratorios, porque no suelen movilizarse dentro de los respectivos países.

5.0 CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE GESTIÓN

El estudio sobre preferencias de compra y hábitos de consumo de visitantes transfronterizos en Paso Canoas Internacional se realizó a partir de los aportes emitidos por un grupo de 180 personas que fueron encuestadas durante 3 días, en el paso fronterizo.

De los resultados de la encuesta aplicada se infiere que la mayor parte de las personas que se movilizan a través de este paso fronterizo son centroamericanos, especialmente de Costa Rica y panameños que viajan por vía terrestre hacia otros países. El porcentaje de participación de viajeros de otras regiones es muy bajo.

La mayor parte de los encuestados se movilizan mediante buses transfronterizos, viajan en familia y son mayores de 34 años de edad. Su motivación de viaje son las vacaciones. No suelen hacer compras en Paso Canoas. Sin embargo, el 38% de los encuestados que manifestó que sí realiza compras o consume servicios en este lugar, gasta, en su mayoría, más de USD 100.00, en más de una hora de dedicación a estas actividades.

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 25 de 31

El gasto que generan los visitantes transfronterizos incide en la economía local, aunque, como se expresó previamente, la economía local no depende totalmente de estos visitantes, ya que el peso más significativo lo tiene el gasto que realizan los residentes transfronterizos.

Por lo tanto, se concluye que la percepción de los empresarios locales sobre la importancia de los visitantes transfronterizos es válida, con un peso parcial sobre la economía local.


Como oportunidades de gestión que emanan de este estudio, se presentan:

- Hacer partícipe a los empresarios locales de los resultados del estudio para que puedan hacer uso de la información en su gestión de mercadotecnia.
- Fomentar en actores claves la visión de trabajar juntos para la modernización de Paso Canoas Internacional, como un paso fronterizo que, además de su rol de control, aporta a la imagen y economía nacional.
- Identificar estrategias de gestión interinstitucional que permitan a la ANA modernizar sus instalaciones y procesos, sin perjuicio a la población local.

ANEXOS

Anexo 1.0 Modelo de Encuesta

Anexo 2.0 Reportaje Fotográfico de la aplicación de la encuesta

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 26 de 31

ANEXO 1.0 MODELO DE ENCUESTA UTILIZADA



Proyecto de Modernización de la ANA
Paso Fronterizo Paso Canoas
Encuesta de Prácticas de Consumo y Preferencias de Compra de Visitantes

Con el propósito de recabar información sobre las prácticas de consumo y preferencias de compra de los viajeros que hacen uso de servicios migratorios y se movilizan en buses transfronterizos, vehículos particulares y peatonalmente, a través del Paso Fronterizo de Paso Canoas en Panamá, presentamos a usted esta encuesta que contribuirá a la toma de decisiones sobre los servicios institucionales en la zona. Agradecemos su colaboración.

Número _____ Código: 0917-ANABID-EH

I. DATOS GENERALES DEL VIAJE


Nacionalidad del/la visitante		Lugar de Residencia	
Entrada/salida	Se encuentra en proceso de <input type="checkbox"/> entrada a Panamá <input type="checkbox"/> salida de Panamá		
1. Motivo principal de viaje desde/hacia Panamá	<input type="checkbox"/> Vacaciones, ocio <input type="checkbox"/> Negocios, motivos profesionales <input type="checkbox"/> Visita a familiares/amigos <input type="checkbox"/> Ecoturismo <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Otro		
2. Medio de transporte hasta Paso Canoas	<input type="checkbox"/> Autobús transfronterizo Línea _____ <input type="checkbox"/> Auto <input type="checkbox"/> privado <input type="checkbox"/> alquilado <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Bus hasta/desde Paso Canoas, con cruce peatonal <input type="checkbox"/> Avión hasta la frontera		
3. Tipo de visita a/desde Panamá	<input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Recurrente	4. Tiempo aproximado que estima permanecer en Paso Canoas	<input type="checkbox"/> Menos de una hora <input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 horas <input type="checkbox"/> Entre 3 y 4 horas <input type="checkbox"/> Entre 5 y 6 horas <input type="checkbox"/> Más de 6 y menos de 12 <input type="checkbox"/> Más de 12 y menos de 24 <input type="checkbox"/> Más de 24 horas
5. Forma de viaje	<input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Con familia <input type="checkbox"/> Con amistades <input type="checkbox"/> En excursión de tour-operador		
6. Al finalizar su viaje, su ruta de entrada/salida será	<input type="checkbox"/> Paso Canoas Medio de transporte <input type="checkbox"/> Bus Auto <input type="checkbox"/> propio <input type="checkbox"/> alquilado <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Aeropuerto de Tocumen <input type="checkbox"/> Otra vía		

II. PERFIL BÁSICO DEL VISITANTE

7. Sexo	<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M		
8. Grupo etario	<input type="checkbox"/> Menor de 18 años <input type="checkbox"/> Entre 18 y 25 <input type="checkbox"/> Entre 26 y 33 <input type="checkbox"/> Entre 34 y 41 <input type="checkbox"/> Entre 42 y 49 <input type="checkbox"/> Más de 50		
9. Estado Civil	<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Unido <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo	10. Nivel educativo más alto aprobado	<input type="checkbox"/> Analfabeta <input type="checkbox"/> Sin educación formal <input type="checkbox"/> Algún grado de primaria <input type="checkbox"/> Primaria completa <input type="checkbox"/> Algún grado de secundaria <input type="checkbox"/> Secundaria completa <input type="checkbox"/> Algún grado de universidad <input type="checkbox"/> Universidad completa
11. Ocupación/ Profesión	12. País de Origen		

III. PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA

13. En Paso Canoas, ¿ha realizado o piensa realizar alguna compra o consumo en negocios locales?	<input type="checkbox"/> Sí (continúe pregunta 14). <input type="checkbox"/> No. En este caso, finaliza la encuesta.	
14. Tipo de establecimiento comercial que ha visitado o piensa visitar durante su permanencia en Paso Canoas	<input type="checkbox"/> Frutería/mercado ambulante <input type="checkbox"/> Puesto ambulante de alimentación <input type="checkbox"/> Puesto de artículos varios <input type="checkbox"/> Restaurante/fonda <input type="checkbox"/> Supermercado <input type="checkbox"/> Gran almacén (tienda por departamentos) <input type="checkbox"/> Tienda pequeña de artículos varios <input type="checkbox"/> Tienda especializada <input type="checkbox"/> Cyber café <input type="checkbox"/> Tienda/puesto de artesanías <input type="checkbox"/> Farmacia <input type="checkbox"/> Otro	

	CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS	Código: CSAL-ANA/BID-0917-05
	ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL	Página 27 de 31



Proyecto de Modernización de la ANA
 Paso Fronterizo Paso Canoas
 Encuesta de Prácticas de Consumo y Preferencias de Compra de Visitantes

15. Tipo de artículos que ha adquirido o va a adquirir en Paso Canoas	<input type="checkbox"/> Alimentación Fresca <input type="checkbox"/> Seca <input type="checkbox"/> Ropa, calzado <input type="checkbox"/> Perfumes, maquillaje y accesorios <input type="checkbox"/> Artículos para el Hogar <input type="checkbox"/> Recordatorios (souvenirs) <input type="checkbox"/> Mobiliario <input type="checkbox"/> Equipos personales (celulares, cámaras, otros) <input type="checkbox"/> Equipos de hogar <input type="checkbox"/> Otros		
16. En caso de consumo de alimentos, ¿qué tipo de comida consumió o va a consumir en Paso Canoas?	<input type="checkbox"/> Comida de fonda/restaurante <input type="checkbox"/> Comida rápida <input type="checkbox"/> Comida de supermercado <input type="checkbox"/> Comida de puestos ambulantes <input type="checkbox"/> Comida ligera (frutas, snacks) <input type="checkbox"/> Bebidas (agua, sodas, jugos, etc).		
17. En caso de uso de servicios locales, ¿puede indicar cuál adquirió o piensa adquirir?			
18. ¿Planificó su compra/ consumo en Paso Canoas o surgió de forma improvisada?	<input type="checkbox"/> Fue planificada <input type="checkbox"/> Fue improvisada	19. ¿Cuánto tiempo dedicó a visitar/comprar /consumir en los negocios locales?	<input type="checkbox"/> Menos de 15 minutos <input type="checkbox"/> Entre 15 y 30 minutos <input type="checkbox"/> Entre 30 y 45 minutos <input type="checkbox"/> Entre 45 y 1 hora <input type="checkbox"/> Más de una hora
20. ¿Volvería a comprar/ consumir en Paso Canoas?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Tal vez	21. Gasto aproximado de su compra/consumo en Paso Canoas en el día de hoy asociado a compras o consumo?	<input type="checkbox"/> Menos de 10 balboas <input type="checkbox"/> Entre 11 y 30 balboas <input type="checkbox"/> Entre 31 y 50 balboas <input type="checkbox"/> Entre 51 y 100 balboas <input type="checkbox"/> Más de 100 balboas

La encuesta es anónima. Si desea puede colocar su nombre _____

Encuestador/a _____



CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS

Código:
CSAL-ANA/BID-0917-05

ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL

Página 28 de 31

ANEXO 2.0 REGISTRO FOTOGRÁFICO





CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS

**Código:
CSAL-ANA/BID-0917-05**

**ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y
PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN
PASO CANOAS INTERNACIONAL**

Página 29 de 31



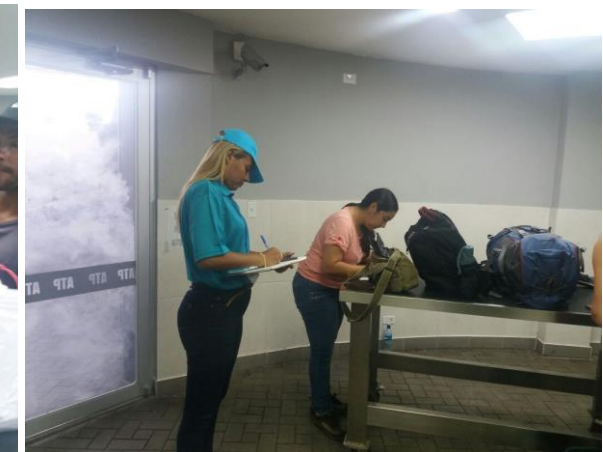


CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS

Código:
CSAL-ANA/BID-0917-05

ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN PASO CANOAS INTERNACIONAL

Página 30 de 31





CONSULTA PÚBLICA EN PASO CANOAS

**Código:
CSAL-ANA/BID-0917-05**

**ESTUDIO SOBRE PRÁCTICAS DE CONSUMO Y
PREFERENCIAS DE COMPRA DE VISITANTES EN
PASO CANOAS INTERNACIONAL**

Página 31 de 31

