

SPORTFISHING IN PANAMA:

A NATURAL ECONOMIC GOLD MINE

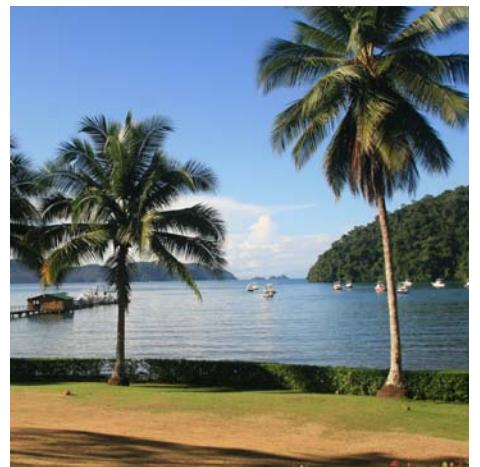
PESCA RECREATIVA EN PANAMÁ:

UNA MINA DE ORO ECONÓMICA NATURAL



PRESENTED BY THE BILLFISH FOUNDATION





TOURISM AND FISHING IN PANAMA

With its tropical climate and nearly 3,000 kilometers of unspoiled coastline stretching over two coasts—along the Caribbean Sea to the north and the Pacific Ocean to the south—Panama holds the geographical fortune to position itself as one of the top saltwater fishing destinations in the world. The country has already seen a surge in tourism for more than a decade, which remains one of the fastest growing sectors of the economy. According to the Tourism Authority of Panama, the number of visitors coming to the country doubled from 737,102 in 2001 to more than 1.7 million in 2010 and was expected to exceed 2 million visitors in 2011, the last year for which numbers are available. More tourists travel to Panama from the United States than any other single country.

So what draws outdoor enthusiasts to Panama?

Considering Panama's tropical location, just some of the key attractions are an abundance of sun, tropical beaches and unspoiled islands, rainforests and waters that provide a variety of eco-related activities, especially fishing. In fact, in 2011, more than 86,000 visitors fished in Panama with nearly 22,000 of them coming to the country for the express purpose of catching fish and over 64,000 of them angling as an aside to other primary activities. Panama is recognized as a world-class destination for saltwater fishermen with tuna, marlin and sailfish among the top species sought off the country's coasts. Graced with wonderful lodges and rewarding tournaments, Panama is one of the most famed fishing destinations in the world.

Yet the real power of Panama's fishing promise doesn't lie in broken records or even in the simple tally of visiting anglers; it's ultimately found in the economic impacts generated by these anglers, the money they spend while visiting and how that money improves the livelihoods of all Panamanians.

TURISMO Y PESCA EN PANAMÁ

Con su clima tropical y casi 3.000 kilómetros de línea costera sin perturbar a lo largo de dos costas — el Mar Caribe en el norte y el Océano Pacífico en el sur — Panamá tiene la fortuna geográfica de poder posicionarse como uno de los principales destinos de pesca de agua salada en el mundo. El país ya ha visto un incremento en su turismo por más de una década, que continúa siendo uno de los sectores de más rápido crecimiento en su economía. De acuerdo con la Autoridad de Turismo de Panamá, el número de visitantes que llegan al país se duplicó de 737,102 en 2001 a más de 1.7 millones en 2010 y se espera que exceda los 2 millones de visitantes en 2011, el último año para el cual hay cifras disponibles. Más turistas viajan a Panamá de los Estados Unidos que de cualquier otro país por sí solo.

¿Entonces, qué atrae a los entusiastas de la vida al aire libre a Panamá?

Considerando la ubicación tropical de Panamá, algunas de las atracciones clave son la abundancia de sol, las playas tropicales e islas sin perturbar, los bosques húmedos y las aguas que proveen una variedad de eco-actividades, especialmente pesca. De hecho, en 2011, más de 86,000 visitantes pescaron en Panamá y casi 22,000 de ellos llegaron al país con el fin específico de pescar, mientras que más de 64,000 pescaron en adición a otras actividades principales. Panamá es reconocido como un destino de clase mundial para pescadores de agua salada y el atún, el marlín y el pez vela se encuentran entre las especies más buscadas frente a las costas del país. Privilegiado con excelentes hoteles y atractivos torneos, Panamá es uno de los más famosos destinos de pesca en el mundo.

Sin embargo, el poder real de la promesa de pesca de Panamá no yace en los records que se han roto ni aún en el simple conteo de los pescadores visitantes; en realidad se encuentra en los impactos económicos generados por estos pescadores, el dinero que gastan durante su visita y cómo ese dinero mejora los medios de vida de todos los panameños.

VALUE OF FISHING IN PANAMA

To truly appreciate the value of fishing tourism to Panama, now and into the future, 2011 provides a telling snapshot of how the activity benefits the overall economy. That year, 86,250 visitors to Panama fished. While that number may only represent nine percent of the country's total visiting tourists, the potential for capturing additional tourist dollars through fishing exists with 30 percent of surveyed visitors saying they would be interested in fishing if they were to return to the country.

Of those tourists who pursue angling while in the country, many came as part of larger parties—friends or family members—who did not fish. Most stayed in the country eight days and spent a whopping \$97 million while there to pay for lodging, charter boats, food, transportation, tackle, fuel and other related expenses. Using an economic model developed as part of the study “Sportfishing in Panama: Size, Economic Impacts and Market Potential,” that \$97 million generated the following:

- US\$170.4 million in total retail and business-to-business sales within Panama,
- 9,503 Panamanian jobs
- US\$3.1 million in new tax revenues, and
- an increase in Panama’s Gross Domestic Product by US\$48.4 million.

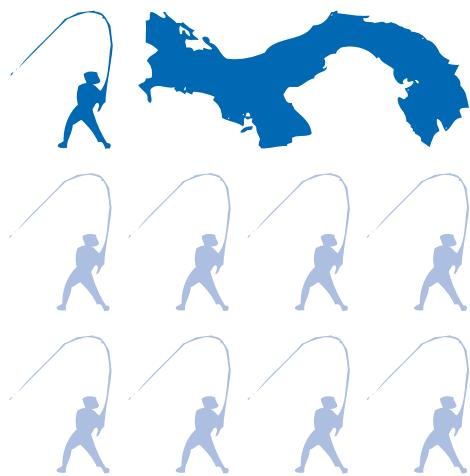
In fact, for every 10 sportfishing visitors to Panama, a Panamanian job was created or supported with each visiting angler increasing the country's GDP by US\$562.

The majority of anglers visiting Panama have an annual income that exceeds US\$75,000, are over 40 years old and have been to Panama before, visiting the country an average of six times. Some of the reasons for this repeat business might be found in the satisfaction anglers report after visiting Panama. Eighty-seven percent of those surveyed reported satisfaction with their fishing experience.

What's more is that the majority of these repeat visitors do more than just fish when visiting Panama. Many also report participating in a number of other outdoor activities including nature tours, wildlife watching, hiking and others. Whether providing the driving enthusiasm behind the reason for their visit or serving as a brief detour from their other planned activities, it's clear that Panama's reputation as a sportfishing paradise brings considerable value to the country's overall attraction when foreigners decide where they will travel and spend their tourism dollars.

DID
YOU
KNOW
?

For every U.S. angler
who has actually visited
Panama, there are eight
more interested in visiting.



VALOR DE LA PESCA EN PANAMÁ

Para apreciar verdaderamente el valor del turismo de pesca deportiva en Panamá, ahora y en el futuro, el año 2011 provee un revelador panorama de cómo la actividad beneficia a la economía en general. Ese año, 86,250 visitantes pescaron en Panamá. Aunque la cifra podría representar sólo el nueve por ciento del total de turistas que visitaron el país, existe el potencial para capturar dinero adicional de los turistas a través de la pesca, ya que el 30 por ciento de los visitantes encuestados dijeron que les interesaría pescar si volvieran al país.

Entre los turistas que pescaron en el país, muchos llegaron como parte de grupos más grandes — amigos o familiares — que no pescaron. La mayoría permaneció en el país por ocho días y gastaron \$97 millones durante su estadía en alojamiento, alquiler de barcos, alimentación, transporte, equipo de pesca, combustible y otros gastos relacionados. Usando un modelo económico desarrollado como parte del estudio “Pesca recreativa en Panamá: Tamaño, impactos económicos y potencial de mercado”, esos \$97 millones generaron lo siguiente:

- US\$170.4 millones en ventas totales al detalle y empresa a empresa dentro de Panamá
- 9,503 empleos panameños
- US\$3.1 millones en nuevos ingresos por impuestos, y

- Un aumento en el producto interno bruto de Panamá de US\$48.4 millones

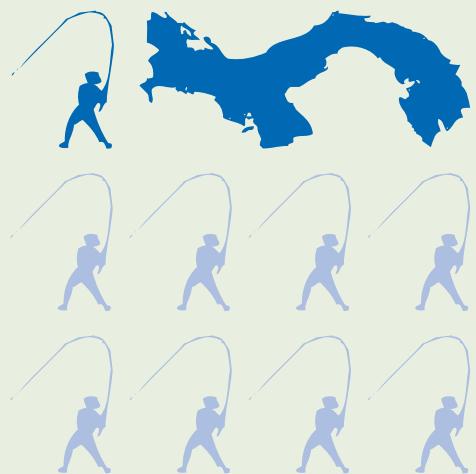
De hecho, por cada 10 pescadores deportivos que visitaron Panamá, se creó o se apoyó un empleo panameño, donde cada pescador visitante aumentó el PIB del país en US\$562.

La mayoría de los pescadores que visitó Panamá tiene un ingreso anual que supera los US\$75,000, tiene más de 40 años de edad y ha viajado a Panamá antes, visitando el país un promedio de seis veces. Algunas de las razones que explican esta repetición es la satisfacción que los pescadores reportan después de visitar Panamá. El ochenta y siete por ciento de los encuestados reportaron estar satisfechos con su experiencia de pesca.

Aún más, la mayoría de los visitantes que repiten hacen más que pescar cuando llegan a Panamá. Muchos reportaron haber participado en otras actividades al aire libre incluidos tours de naturaleza, observación de vida silvestre, senderismo y otros. Sea que impulse el entusiasmo detrás de la razón para su visita o que sirva como adición a otras actividades planeadas, es claro que la reputación de Panamá como paraíso de pesca deportiva aporta un valor considerable al atractivo general del país cuando los extranjeros deciden dónde viajar y gastar su dinero turístico.

¿SABÍA USTED ?

Por cada pescador estadounidense que ha visitado Panamá hay ocho más que están interesados en visitar.



WHAT TOURISTS

SEEK IN A FISHING DESTINATION

A survey of U.S. anglers provides valuable insight into what exactly these people seek when selecting a fishing destination. Discounting Canada, 3.2 million American anglers fished outside the United States at least once in the past five years.

And what exactly do traveling anglers look at when trying to decide where they will travel to spend their fishing vacations? It's simple:

"Nearly two-thirds of American anglers who fished outside the United States said the most important reason for selecting an angling destination was for the quality of fishing a location offered."

Behind the perceived quality of the fishery, the second biggest draw (see table) is the overall climate and natural beauty of the location (41 percent), followed almost evenly by price value (30 percent), quality of amenities (28 percent) and feeling safe and secure in the area (26 percent).

	Not a reason at all					Major reason why you selected this country	Average Rating
	1	2	3	4	5		
Quality of local fishing opportunities	6.5%	3.6%	9.8%	14.6%	65.4%		4.29
Climate, natural environment (wildlife, scenery, landscape)	10.9%	7.6%	19.4%	20.8%	41.3%		3.74
Price	13.6%	11.5%	25.5%	19.3%	30.1%		3.41
Resort/lodge amenities (beach, natural setting, bars, etc.)	22.9%	10.7%	21.6%	16.6%	28.2%		3.17
Feeling of security and safety	20.8%	14.0%	20.5%	18.5%	26.2%		3.15
Local culture	25.4%	17.7%	24.4%	12.5%	20.0%		2.84
Quality and availability of good charter boats and crew, or guides	32.6%	15.0%	12.6%	16.6%	23.1%		2.83
Other outdoor activities besides fishing	35.8%	15.5%	14.3%	13.9%	20.5%		2.68
Had friends or family there	62.8%	5.3%	9.3%	6.4%	16.3%		2.08
Nightlife	63.6%	13.0%	10.0%	5.3%	8.2%		1.81



Photo: Rob Sherman

QUÉ BUSCAN LOS TURISTAS EN UN DESTINO DE PESCA

Un censo de pescadores estadounidenses hizo una valiosa revelación de qué busca exactamente la gente cuando selecciona un destino de pesca. Aproximadamente, 3.2 millones de pescadores estadounidenses pescaron fuera de su país, sin contar Canadá, al menos una vez en los últimos cinco años.

Y, ¿qué es exactamente lo que buscan los pescadores cuando están tratando de decidir dónde viajarán para pasar sus vacaciones de pesca? Es simple:

“Casi dos tercios de los pescadores estadounidenses que pescaron fuera de su país dijeron que la razón más importante para seleccionar un destino de pesca es la calidad de la pesca que ofrece el lugar”.

Detrás de la calidad percibida de la pesquería, la segunda razón (ver tabla) es el clima en general y la belleza natural del sitio (41 por ciento), seguida de valor por el precio (30 por ciento), calidad de las amenidades (28 por ciento) y sentirse seguro en el área (26 por ciento).

	No hay razón					Razón principal por la que seleccionó este país	Calificación promedio
	1	2	3	4	5		
Calidad de oportunidad de pesca local	6.5%	3.6%	9.8%	14.6%	65.4%		4.29
Clima, ambiente natural (vida silvestre, vistas, paisaje)	10.9%	7.6%	19.4%	20.8%	41.3%		3.74
Precio	13.6%	11.5%	25.5%	19.3%	30.1%		3.41
Amenidades de resort/hotel (playa, ambiente natural, bares, etc.)	22.9%	10.7%	21.6%	16.6%	28.2%		3.17
Sentimiento de seguridad	20.8%	14.0%	20.5%	18.5%	26.2%		3.15
Cultura local	25.4%	17.7%	24.4%	12.5%	20.0%		2.84
Calidad y disponibilidad de buenos barcos y tripulaciones, o guías	32.6%	15.0%	12.6%	16.6%	23.1%		2.83
Otras actividades al aire libre aparte de la pesca	35.8%	15.5%	14.3%	13.9%	20.5%		2.68
Tenía amigos o familiares ahí	62.8%	5.3%	9.3%	6.4%	16.3%		2.08
Vida nocturna	63.6%	13.0%	10.0%	5.3%	8.2%		1.81



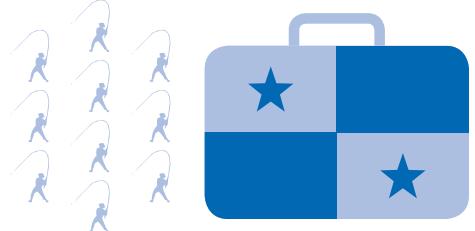
Just as nearly two-thirds of visiting anglers say the quality of fishing is the primary driver in their decision to fish Panama, or other countries for that matter, just over two-thirds of that same group report that the source of information that most influenced their choice of where to fish were friends or family recommendations (see table).

	Percent
Friends or family recommendations	68.5%
Articles in outdoor or fishing media, including internet sites	24.1%
Articles in non-outdoor, non-fishing media and internet sites	3.6%
Travel agent	6.0%
Fishing club - other social or recreational group I belong to	6.6%
Other	9.0%

The high 87 percent “satisfied” or “very satisfied” response from visiting anglers not only helps ensure they will return, but that their recommendations to others will inspire more visits to Panama to experience the fishing and other tourist activities while there. Thus it is vital to ensure the protection and sustainable management of Panama’s natural water resources and fisheries. Should anglers perceive that Panama’s fisheries are declining, they will travel elsewhere (Costa Rica already hosts 2.5 times more U.S. anglers than Panama), which would hurt not only those who work in the Panamanian sportfishing industry, but those whose livelihoods depend on the country’s tourism as a whole. But with proper management and marketing, all culminating in positive fishing experiences for visiting anglers, Panama can continue to build its prominence as a world-class angling destination, grow its market share of traveling anglers and improve its economic well-being.

DID YOU KNOW ?

For every ten sportfishing visitors to Panama, another Panamanian job is supported.



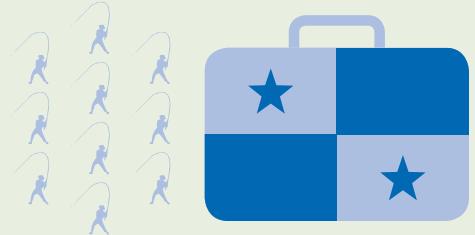
Al igual que casi dos tercios de los pescadores visitantes dijeron que la calidad de la pesca es el principal motivo de su decisión de pescar en Panamá, o en otros países, más de dos tercios de ese mismo grupo reportaron que la fuente de información que más influenció su selección del destino de pesca fue la recomendación de amigos o familiares (ver tabla).

	Por ciento
Recomendación de amigos o familiares	68.5%
Artículos en medios de pesca o deportes, incluido internet	24.1%
Artículos en medios no de pesca o deportes, incluido internet	3.6%
Agencia de viajes	6.0%
Club de pesca – otro grupo social o recreativo al que pertenece	6.6%
Otros	9.0%

Una respuesta alta del 87 por ciento “satisfecho” o “muy satisfecho” de los pescadores deportivos no sólo ayuda a asegurar que regresarán, sino que su recomendación a otros inspirará más visitas a Panamá para experimentar la pesca y otras actividades turísticas durante su estadía. Por lo tanto, es vital asegurar la protección y el manejo sostenible de los recursos naturales acuáticos y las pesquerías de Panamá. Si los pescadores perciben que las pesquerías de Panamá están declinando, viajarán a otros lugares (Costa Rica ya recibe 2.5 veces más pescadores estadounidenses que Panamá), lo que lastimaría no sólo a los que trabajan en la industria panameña de pesca deportiva, sino a aquellos cuyos medios de vida dependen del turismo del país en general. Pero con buen manejo y mercadeo, que culminen en experiencias de pesca positivas para los visitantes, Panamá puede continuar cultivando su prominencia como destino de pesca de clase mundial, hacer crecer su participación de mercado entre los pescadores que viajan y mejorar su bienestar económico.

¿
SABÍA
usted

Por cada diez pescadores deportivos que visitan Panamá se apoya un empleo panameño.



MAINTAINING THE QUALITY OF FISHING IN PANAMA

On the surface, it might seem that the goal of the angler runs counter to the subsistence or commercial fisherman: bringing home large amounts of fish is not critical. Sure, recreational anglers still want to catch fish, particularly big fish; but most also realize that to ensure a fishery can continue to produce the type of trophies they seek, it must be managed properly, which means, once caught, more

fish need to be released than kept. In fact, the perception that the fishing is good is actually enhanced by how many fish are caught and released as this indicates a concern and respect for the resource. Released fish can continue to grow, breed and can even be caught again.

Additionally, reducing commercial fishing harvests—particularly with species popular with sportfishermen such as marlin and

sailfish—also serves to encourage anglers to look favorably on how the resource is managed and make them more likely to return. Over half of the U.S. anglers surveyed admitted they would likely return if they knew commercial fishing harvests had been reduced (see table below).

Would you be more or less likely to return if you knew:

	Commercial harvest of gamefish recently began or increased since your last visit	Commercial harvest of gamefish was recently restricted or stopped completely	Bag limits for gamefish were recently tightened, meaning fewer are being harvested	Bag limits for gamefish were recently loosened, meaning you can keep more fish than before
Not likely to return	37.1%	6.8%	11.5%	8.2%
Would not affect my decision	33.4%	34.5%	46.1%	51.9%
Likely to return	12.5%	50.6%	34.5%	26.4%
Not sure	17.0%	8.2%	7.9%	13.5%
Column Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Ultimately, providing top-notch fishing opportunities is the most important task Panama can do to boost job creation from its fisheries resources and it must be delivered with a powerful—and committed—one, two punch. Essentially, Panama must:

- Establish and effectively enforce policies that grow and maintain healthy fisheries in all of its coastal and offshore waters.

- Communicate these policies and the quality of the country's fishing experience effectively to American anglers. Panama is in an excellent position to become one of the top sportfishing destinations in the world, though only 2.6 percent of U.S. anglers who have visited other countries to fish have actually visited Panama. However, eight times that number is interested in visiting

the country and experiencing its waters. If expenditures per angler remain consistent, enticing these fishing enthusiasts could translate into bringing \$776 million more into Panama's economy—dollars that would ultimately benefit all Panamanians.



MANTENIENDO LA CALIDAD DE LA PESCA EN PANAMÁ

A primera vista, podría parecer que la meta del pescador deportivo es contraria a la de los pescadores de subsistencia o comerciales: traer de regreso grandes cantidades de peces no es critico. Desde luego, los pescadores deportivos quieren capturar peces, en especial peces grandes; pero la mayoría saben que para asegurar que una pesquería pueda continuar produciendo el tipo de trofeos que buscan, debe ser manejada correctamente, lo que significa que, una vez capturados, se debe liberar más

peces que los que se conservan. De hecho, la percepción de que la pesca es buena de hecho mejora de acuerdo a cuántos peces se capturan y liberan, ya que esto indica preocupación y respeto por el recurso. Los peces liberados pueden continuar creciendo, reproduciéndose y hasta pueden ser capturados de nuevo.

Además, reducir el aprovechamiento comercial —en particular de especies populares entre los pescadores deportivos como marlín y

pez vela— también ayuda a promover que los pescadores tengan una opinión favorable acerca de cómo se maneja el recurso y los hace más propensos a volver. Más de la mitad de los pescadores deportivos estadounidenses admitieron que probablemente regresaría si supieran que la captura comercial se redujo (ver tabla abajo).

Sería más o menos probable que volviera si supiera:

Captura comercial de peces deportivos comenzó recientemente o aumentó desde su última visita	Captura comercial de peces deportivos fue recientemente restringida o detenida completamente	Límites individuales de captura de peces deportivos fueron reducidos recientemente, lo que significa que se pueden capturar menos que antes	Límites individuales de captura de peces deportivos fueron aumentados recientemente, lo que significa que pueden capturar más que antes
No es probable que regrese	37.1%	6.8%	11.5%
No afectaría mi decisión	33.4%	34.5%	46.1%
Probable que regrese	12.5%	50.6%	34.5%
No estoy seguro	17.0%	8.2%	7.9%
Total por columna	100.0%	100.0%	100.0%

Finalmente, proveer oportunidades de pesca de primera clase es la tarea más importante que Panamá puede hacer para aumentar la creación de empleos asociados a sus recursos pesqueros y debe ser realizada de manera contundente y comprometida en dos niveles. Esencialmente, Panamá debe:

- Establecer y aplicar efectivamente políticas que aumenten y mantengan

pesquerías saludables en todas sus aguas costeras y territoriales.

- Comunicar estas políticas y la calidad de la experiencia de pesca de manera efectiva a los pescadores deportivos de los Estados Unidos.

Panamá está en una excelente posición para convertirse en uno de los principales destinos de pesca recreativa en el mundo, aunque sólo el 2.6 por ciento de los pescadores deportivos

estadounidenses que ha visitado otros países para pescar ha visitado Panamá. Sin embargo, ocho veces esa cifra están interesados en viajar al país y experimentar sus aguas. Si los gastos por pescador siguen siendo consistentes, convencer a esos entusiastas de la pesca se podría traducir en un aporte de \$776 millones adicionales a la economía de Panamá — dinero que al final beneficiaría a todos los panameños.

Fishing is BIG Business!

Interest in fishing Panama is high. If each interested angler was enticed into visiting, it could translate into an additional \$776 million for the Panamanian economy.

Sportfishing tourism provides Panama with:

- US\$170.4 million in total retail and business-to-business sales within Panama,
- 9,503 Panamanian jobs
- US\$3.1 million in new tax revenues, and
- an increase in Gross Domestic Product of US\$48.4 million.



¡Pescar es un GRAN negocio!

El interés en pescar en Panamá es alto. Si se pudiera convencer a cada pescador interesado de visitar, esto se podría traducir en \$776 millones adicionales para la economía panameña.

El turismo de pesca deportiva le aporta a Panamá:

- US\$170.4 millones en ventas totales al detalle y empresa a empresa dentro de Panamá
- 9,503 empleos panameños
- US\$3.1 millones en nuevos ingresos por impuestos, y
- Un aumento en el producto interno bruto de Panamá de US\$48.4 millones



WHAT IS

THE BILLFISH FOUNDATION?

The Billfish Foundation (TBF), a 501(c)(3) non-profit organization, was founded in 1986 with the mission to conserve billfish worldwide through research and educational programs. The organization's keystone program, the traditional tagging program, began in 1990. Today, it is the largest international billfish tagging program in the world. At the same time, the TBF's overall focus has expanded to include advocacy for responsible fisheries management. The Billfish Foundation is recognized globally and has continued to distinguish itself from other fish conservation organizations through sustained emphasis on synthesizing science and policy into effective, yet reasonable, fishery management solutions—solutions that are good for the fish but not punitive to recreational anglers. To learn more, visit www.billfish.org.

Survey Says!

Compared to all visitors to Panama, anglers are much more likely to return to the country

again (3.76 visits to Panama by the average visitor versus 5.9 total visits by the average sportfishing tourist), indicating targeting anglers with marketing dollars could provide a longer-term return on those investments.



¿QUÉ ES

THE BILLFISH FOUNDATION?

The Billfish Foundation (TBF), una organización sin fines de lucro, fue fundada en 1986 con la misión de conservar los peces de pico alrededor del mundo a través de programas de investigación y educación. El programa emblemático de la organización, el programa de marcado tradicional, comenzó en 1990. Hoy en día, es el mayor programa internacional de marcado de picudos en el mundo. Al mismo tiempo, el enfoque general de TBF se ha expandido para incluir la defensoría del manejo responsable de las pesquerías. The Billfish Foundation es reconocida a nivel mundial y ha continuado distinguiéndose de otras organizaciones de conservación de peces a través del énfasis sostenido en sintetizar la ciencia y la política en soluciones de manejo efectivo, pero razonable, de las pesquerías — soluciones que son buenas para los peces pero que no son punitivas para los pescadores deportivos. Para conocer más, visite www.billfish.org.

El censo dice...

Comparados con todos los visitantes de Panamá, los pescadores deportivos

son mucho más propensos a visitar el país otra vez (3.76 visitas a Panamá del visitante promedio versus 5.9 visitas totales del turista de pesca deportiva), lo que indica que dirigir el dinero del mercadeo a los pescadores podría tener un retorno a más largo plazo sobre esa inversión.



The Billfish Foundation (TBF), a 501(c)(3) organization, was founded in 1986 with the mission to conserve billfish worldwide through research and educational programs. The organization's keystone program, the traditional tagging program, began in 1990. Today, it is the largest international billfish tagging program in the world. At the same time, the TBF's overall focus has expanded to include advocacy for responsible fisheries management. To learn more, visit www.billfish.org.

This report was not possible without the assistance from a team of Panamanian agencies, fisheries and economic experts:

The Billfish Foundation
Southwick Associates
OCEARCH
Vista Group - Panama
SENACYT
ATP
Intracorp Estrategias Empresariales
Sigma Dos CentroAmerica

The Billfish Foundation

5100 N. Federal Hwy., Suite 200; Fort Lauderdale, FL 33308; 800-438-8247

Questions and Inquiries

Rob Southwick, rob@southwickassociates.com

Research, Authorship and Methods

Information in this report was taken from: Southwick, Robert I, Russell Nelson, Ph.D. and Ruben Lachman, Ph.D. Sportfishing in Panama: Size, Economic Impacts and Market Potential. Produced for The Billfish Foundation with the support of Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT) of Panama. February, 2013. Assistance was provided by the Tourism Authority of Panama (ATP). The report was based on a series of surveys conducted of departing visitors at Panama City's main international airport, along with surveys of Panamanian businesses and anglers within the U.S. regarding their international travel preferences. A custom economic model of the Panamanian and sportfishing industry was developed.

Photos

Unless otherwise noted, all photos are courtesy of Doug Olander and *Sport Fish Magazine*. TBF extends their appreciation for use of these photos.

Cover photo: courtesy of John Brownlee, *Salt Water Sportsman Magazine*.

Layout and Design

Paul R. Wind
Havit Advertising

Report Citation

Southwick, Rob; Russell Nelson, Ph.D; Rubén Lachman, Ph.D.; and Jaime Dreyfus. Sportfishing in Panama: Size, Economic Impacts and Market Potential. Produced for The Billfish Foundation. February, 2013.

The Billfish Foundation (TBF), una organización 501(c)(3), fue fundada en 1986 con la misión de conservar los peces de pico alrededor del mundo a través de programas de investigación y educación. El programa emblemático de la organización, el programa de marcado tradicional, comenzó en 1990. Hoy en día, es el mayor programa internacional de marcado de picudos en el mundo. Al mismo tiempo, el enfoque general de TBF se ha expandido para incluir la defensoría del manejo responsable de las pesquerías. Para conocer más, visite www.billfish.org.

Este informe no hubiera sido posible sin la asistencia de un equipo de agencias y expertos panameños en pesquerías y economía:

The Billfish Foundation
Southwick Associates
OCEARCH
Vista Group - Panamá
SENACYT
ATP
Intracorp Estrategias Empresariales
Sigma Dos CentroAmerica

The Billfish Foundation

5100 N. Federal Hwy., Suite 200; Fort Lauderdale, FL 33308; 800-438-8247

Preguntas y Consultas

Rob Southwick, rob@southwickassociates.com

Investigación, Autores y Métodos

La información contenida en este informe fue extraída de: Southwick, Robert I, Russell Nelson, Ph.D. y Ruben Lachman, Ph.D. Sportfishing in Panamá: Size, Economic Impacts and Market Potential. Producido por The Billfish Foundation con el apoyo de la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT) de Panamá. Febrero, 2013. Asistencia brindada por la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). Este informe se basa en una serie de encuestas aplicadas a visitantes salientes en el principal aeropuerto internacional de la ciudad de Panamá, junto con encuestas a empresas panameñas y pescadores deportivos en Estados Unidos en relación con sus preferencias para viajes internacionales. Se desarrolló un modelo económico específico de la industria panameña y de la pesca deportiva.

