



ANEXO

Proyecto UNIFEM-PNUD

"PERFIL DE GÉNERO DE LA ECONOMÍA PANAMEÑA. ESTUDIO DE CASO EN EL SECTOR TURISMO"

Informe final

Equipo investigador:

Yolanda Marco Serra, coordinadora e investigadora responsable

Juana Camargo, investigadora

Rebeca Yánis, asistente

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Tema

Las características y tendencias del empleo femenino en la cadena de valor de la industria turística en Panamá, según estadísticas y encuestas realizadas tanto a los agentes económicos clave como a una muestra de trabajadoras del clúster Hotel Ressor* de la provincia de Coclé, en octubre de 2003.

1.2. Objetivos generales

1. Identificar los rasgos que caracterizan el perfil de género en la cadena de valor del sector de la industria turística en Panamá, específicamente en la estructura productiva, la inserción laboral femenina, el comportamiento laboral de la fuerza de trabajo femenina y la equidad de género.
2. Ejemplificar los cambios cualitativos ocurridos en este sector productivo a través del estudio del clúster Hotel Ressor, enfatizando en la perspectiva de género.

1.3. Objetivos específicos

1. Dimensionar la importancia de la contribución económica de las mujeres en la cadena de valor de la industria turística.

* Se decidió no identificar el Hotel Ressor en el que se realizó la investigación ya que no se le había advertido previamente de la posibilidad de que se publicaran los resultados obtenidos.

2. Dimensionar y cualificar el proceso de feminización de la fuerza laboral en el sector turístico.
3. Identificar las formas y condiciones específicas bajo las cuales se han incorporado las mujeres a la fuerza laboral en el sector turístico y en el clúster de análisis.
4. Identificar y dimensionar los costos y oportunidades que esta nueva inserción económica y laboral tiene para las mujeres, la familia, la comunidad, las relaciones de género, desde la perspectiva de las mujeres implicadas.

1.4. Justificación

La política económica durante los últimos años situó el turismo como un sector con gran potencialidad para la generación de ingresos y el incremento del empleo. Se valora que la infraestructura, las condiciones y experiencia que tiene el país en materia de servicios y comunicación son aspectos que pueden hacer al sector competitivo y eficiente, en el contexto de los cambios operados por la globalización.

Las cifras oficiales, aportadas por el Instituto Panameño de Turismo (IPAT), para el año 2002, sostienen que la participación de este sector en el PIB fue de 6%. Según dicha fuente, esta actividad económica generó divisas por el orden de 678.8¹ millones de balboas, superando los 608.3 millones de balboas percibidos por el Canal de Panamá, y se calcula que para este mismo año 2002 la generación de puestos de trabajo directos e indirectos fue de 93,206. Este sector siempre ha incorporado a las mujeres, sobre todo en aquellos oficios de inserción tradicional, consustanciales con los roles asignados históricamente. Es claro que en el turismo se han operado transformaciones que han modernizado los procesos productivos de servicio en los que también pueden advertirse perfiles de trabajo no tradicionales a los que las mujeres tienen acceso.

El turismo incluye eslabonamientos dinámicos, impactando, directa e indirectamente, en actividades que contribuyen a aumentar el empleo y los ingresos, como son los hoteles, restaurantes, comidas, bebidas, transporte, actividades para el ocio, recreación, y comercio, entre otras. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha propuesto la elaboración del marco conceptual Cuenta Satélite del Turismo (CST) para describir la contribución del turismo a la economía nacional, se trata de un sistema de información macroeconómica con el cual se puede percibir el aporte integral del sector al crecimiento económico, que, para ser integral, debe incorporar la perspectiva de género para identificar adecuadamente el aporte de las mujeres en este sector a las cuentas nacionales. Actualmente, en Panamá, se trabaja para iniciar la implementación de la CST.

En concordancia con esta visión de la importancia del turismo para la economía nacional, en 1993, se elaboró el Plan Maestro del Desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002, que fijaba su

1. Instituto Panameño de Turismo, Boletín estadístico del turismo, 1993-2002. Panamá, 2003.

meta en «la estructuración de una acción planificada dentro de un marco técnico que permitiera conocer al detalle el verdadero potencial de la oferta turística y sus posibilidades reales de aprovechamiento y desarrollo para el beneficio social y económico del país»². En este Plan se identifican 9 Zonas Turísticas, es decir lugares que por sus características, geográficas o de otro tipo, ofrecen atractivos especiales para el turismo, la Zona 4 es la zona en la provincia de Coclé, donde hoy está localizado el Hotel Ressorst estudiado.

En este mismo sentido, en 1994 se creó la Ley 8 con el propósito de incentivar la inversión en el sector, que a partir de 1993 ha mantenido un crecimiento sostenido³. Es de observar que el Hotel Ressorst, situado, como ya dijimos, en la Zona 4, goza de incentivos especiales por estar situado en esta zona de interés turístico. La legislación que se ha desarrollado es uno de los indicadores de que el turismo ha adquirido en la economía panameña un lugar importante en el marco de los cambios ocasionados por la apertura comercial, lo que ha orientado la selección de este sector como el eje de este estudio de caso.

La provincia de Coclé tiene una población de 202,461 habitantes, según el estudio Regiones de Desarrollo Socioeconómico de Panamá (1970-2000) de Ligia Herrera J. Cuatro de los distritos que la integran (66.7%) tienen un nivel de desarrollo medio, que afecta a 173,588 personas (85.7%) y 28,873 de sus habitantes viven en dos distritos con un nivel de desarrollo bajo. Entre los distritos de nivel medio se ubica el distrito de Antón, cuyo índice de desarrollo relativo fue 44.1 (el Distrito de Panamá alcanzó el índice máximo 80.2). Antón tienen una población de 44,039 personas. En este distrito se encuentra el Hotel Ressorst estudiado.

Las estadísticas indican también el crecimiento del sector turístico: el aumento del turismo receptivo (entradas de viajeros), por ejemplo, para 1983 se registraron 332,850 (total de ingresos al país), en 1989 hubo una caída a 187,307 entradas de viajeros, que se remontó en 1992 con 287,784 ingresos (de los que sólo el 20.7 % eran turistas realmente).⁴

El crecimiento del sector lo indica de igual manera el aumento de establecimientos hoteleros, que eran 117 en el año 1992 y en agosto de 2003 son 348 en sus distintas modalidades habitacionales, con un total de 13,576 habitaciones. Del total de 146 hoteles registrados en 2003, le corresponden a la provincia de Coclé casi el 10 % del total, similar porcentaje tiene también esta provincia de empleados de estos establecimientos (4,764 empleados en hoteles en los 146 hoteles registrados, de los que 462 -9.69 %- trabajan en Coclé)⁵.

2. IPAT-OEA, Plan Maestro de desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002, Síntesis, Panamá, octubre de 1993.
3. Ley 8 del 14 de junio de 1994, modificada por el Decreto Ley N° 4 de 10 de febrero de 1998, «Por la cual se promueven las actividades turísticas en la República de Panamá» . En ella se declara al turismo una industria de utilidad pública y de interés nacional (Artículo 3) , por lo que su objetivo es establecer «un proceso simple, rápido y racional para el desarrollo de actividades turísticas en el país; otorgar incentivos y beneficios a las personas que se dediquen a actividades turísticas; adoptar mecanismos necesarios para lograr la conjunción y coordinación de la acción del sector público y del sector privado en el área del turismo y promover turismo en Panamá» (Artículo 1).
4. Plan Maestro..., pág. 20.
5. Dirección de Estadísticas del IPAT, Dirección de Servicios turísticos. Hospedajes públicos con permiso de operación por provincia, según modalidad. Año 2003 (julio).

Al analizar la situación empresarial en el sector, observamos que en los datos de ocupación de los establecimientos de hospedaje en el país se ve que la provincia de Coclé muestra el mayor porcentaje de ocupación con 56.5% en el 2001 y 63.8% en el 2002, seguida de la provincia de Herrera con 31.3% y 39.5%, respectivamente.

Probablemente el destacado lugar que ocupa Coclé en el sector turístico está dado por la capacidad de los nuevos hoteles allí existentes, alguno hasta con 600 habitaciones (éste reporta un total de 504 empleos generados de manera directa más 300 generados de manera indirecta y que tiene varias fases de construcción). La importancia de estas cifras que destacan la relevancia de estos hoteles y las características de la región, nos hizo escoger uno de ellos como unidad para el análisis de caso. La empresa seleccionada reúne además otros atributos que se consideraron aceptables para su elección, como su ubicación territorial, ya que puede mostrar encadenamientos productivos en la provincia de Coclé, y el impacto en el trabajo femenino directa e indirectamente. Se destaca que el Hotel Ressor es una muestra excelente de una actividad de punta dentro de un sector económico impulsor de la economía globalizada.

Por último, se destaca la importancia creciente del empleo femenino en las empresas turísticas: «(...) una tendencia típica es que las mujeres se encuentran incorporadas a los sectores de 'moda' del nuevo contexto económico, signado por el ajuste estructural, la apertura económica y la reestructuración industrial. Es decir, las mujeres se introducen en los sectores modernos de la economía, tales como la industria (sobre todo la maquiladora), los servicios comunales y sociales (como las instituciones financieras y el comercio) y un nuevo sector, poco estudiado, pero que empieza a repuntar con fuerza sobre todo en algunos países con mayo infraestructura, como lo es el turismo».⁶

1.5. Criterios para la selección del estudio de caso

Los criterios utilizados para la selección de la actividad turística para el estudio de caso son los siguientes:

Las políticas estatales

- Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, 1993-2002, de octubre de 1993.
- Ley 8 por la cual se promueven las actividades turísticas en la República de Panamá, de 14 de junio de 1994.
- Plan de Desarrollo Económico Social y Financiero con Inversión en Capital Humano, establece políticas generales y selectivas de exportaciones: las exportaciones agropecuarias, las exportaciones de turismo y las exportaciones originadas en las áreas revertidas.

6. Allen Cordero Ulate, FLACSO, Costa Rica, «Mujeres centroamericanas en los mercados laborales», en Ana Isabel García Q. (editora): La situación de las mujeres en Centroamérica. Una evaluación en el umbral del siglo XXI. Diálogo Interamericano Programa Centroamérica, San José, 1997.

ECONOMÍA Y GÉNERO EN PANAMÁ:

- Desde hace una década está claramente definida en las políticas estatales la importancia de la actividad turística como uno de los servicios de exportación que el estado promoverá.
- Importancia del aporte al PIB: para el año 2002, la participación de este sector en el PIB fue de 6%, y generó divisas por el orden de 678.8 millones de balboas (más que los 608.3 millones de balboas percibidos por el Canal de Panamá). Hay que recordar que en Panamá el sector terciario representó en 2002 el 75.9% del total del PIB.

- **Importancia y dinamismo del sector**

PIB Restaurantes y hoteles:

1999 ...	117.8	millones de dólares	(1.6%)
2000 ...	121.8	« « «	(1.7%)
2001 ...	120.2	« « «	(1.6%)
2002 ...	141.2	« « «	(1.9%)

- **Importancia creciente del empleo femenino en el sector**

En el Cuadro N° 1 se puede observar la creciente importancia del empleo en el sector terciario, donde se sitúa el turismo, y además el alto porcentaje de empleo femenino (87.7%) y, lo que es quizá más importante aún, el mayor crecimiento de todos (6.8%).

Cuadro N° 1. Empleo por sectores de distribución por sexo, según distribución y crecimiento entre 1989 y 1999, en porcentaje

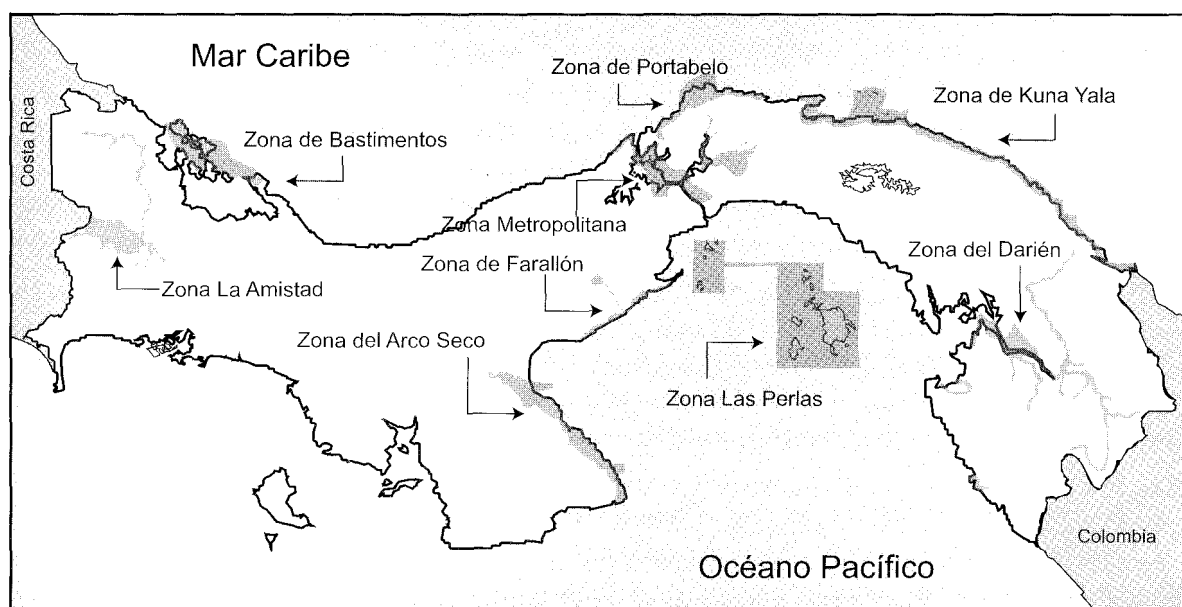
	Sector primario	Sector secundario	Sector terciario
Total			
distribución	17.5	18.1	64.4
Crecimiento	-1.9	4.5	6.5
Hombres			
distribución	25.4	22.1	52.5
Crecimiento	-1.8	4.6	6.1
Mujeres			
distribución	1.9	10.4	87.7
Crecimiento	-4.4	1.9	6.8

Fuente: CEPAL: Panamá: Evolución Económica durante 2002 y Perspectivas para 2003, con base en estimaciones de la Contraloría General de la República.

¿Por qué el Hotel Ressort de Coclé?

- Como indicamos antes, las características de la región en la que está enclavado, el distrito de Antón, en la provincia de Coclé (ver pág. 4, 1.4), al que pertenece el lugar donde se encuentra ubicado el Hotel Ressort.
- De 146 hoteles registrados en 2003 en todo el país, Coclé tiene casi el 10 % del total, un porcentaje significativo, y tiene también un porcentaje similar de empleados en estos establecimientos.
- Está en una de las zonas de desarrollo turístico identificadas por el Plan Maestro.
- La capacidad del Hotel Ressort con casi 600 habitaciones, y 561 empleos generados de manera directa más el empleo indirecto que genera.

República de Panamá Zonas de desarrollo turístico del Plan Maestro del IPAT



2. MARCO CONCEPTUAL

Cadena de valor, clúster y perspectiva de género

La presente investigación tratará de descubrir y caracterizar los elementos que permitan determinar la existencia de un clúster del turismo en la región donde se realiza el estudio, la cadena de valor de la industria turística de Panamá y la inserción en ella de la diversidad de empresas relacionadas, así como analizar las características de la participación en todo este proceso de la mano de obra femenina. Para ello necesitamos definir algunos conceptos clave.

Joseph Ramos define el clúster como «una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización —de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector— con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva». De forma más sencilla, Michael Porter, en un trabajo anterior (1990) dice «los clústers son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo»⁷.

Los clústers agrupan a una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir, incluyen por ejemplo a proveedores de insumos críticos, fabricantes de productos complementarios, también muchos clústers incluyen organismos gubernamentales y otras instituciones (universidades, agencias encargadas de fijar normas, centros de estudio, proveedores de capacitación y asociaciones de comercio), que proveen entretenimiento, educación, información, investigación y apoyo técnico. Según Porter, los clústers alientan la competencia y la cooperación y el vínculo informal entre las empresas y las instituciones, y representan una forma de organización sólida, que ofrece ventajas en términos de productividad.

Previo al uso del término clúster, se utilizó la expresión «distrito industrial» (Alfred Marshall lo utilizó ampliamente desde 1920) al señalar las economías que surgen de la concentración de industrias especializadas en una determinada localidad o región. Sus características son las siguientes:

1. Un conglomerado de empresas, principalmente pequeñas y medianas concentradas geográficamente y especializadas sectorialmente.
2. Un conjunto de encadenamiento hacia delante y hacia atrás entre los agentes económicos con base en el intercambio de bienes, información a personas a través de los mercados o por fuera de ellos.
4. El apoyo al conglomerado de instituciones de carácter privado y público.

7. Proyecto SICA, Banco Mundial, Servicio de Información agropecuaria del Ministerio de Agricultura y ganadería del Ecuador, El concepto de clúster. www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Ing%20Rizzo/azucar/cluster.htm

El agrupamiento (clúster) se refiere básicamente a los sectores competitivos de un país, parte de la idea de que las empresas de mayor éxito suelen concentrarse en determinados espacios políticos y geográficos de una nación. Es fundamental pues el entorno próximo en esos espacios: historia, costos, demanda, la formación de los directivos/as y la naturaleza de los clientes⁸.

La cadena de valor es un término utilizado para designar el continuum de procesos económicos vinculados a una determinada actividad productiva, desde su concepción (investigación) hasta el consumo. La cadena de valor se crea cuando las empresas tienen una visión compartida y metas comunes, se forma para reunir objetivos específicos de mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores. Según Iglesias, «esto permite tomar decisiones en conjunto como así también compartir los riesgos y beneficios»⁹. Según este mismo autor, la cadena de valor se refiere a una red de alianzas verticales o estratégicas entre varias empresas de negocios independientes dentro de una cadena de producción, a menudo abarca el espectro completo de la cadena productiva, del consumidor al productor, aunque los consumidores técnicamente no pueden ser miembros de la cadena de valor, los distribuidores que están más cerca de los consumidores finales son esenciales para el éxito de la misma (desde el punto de vista de la información que recogen de ellos).

111

El negocio de la distribución turística se organiza a partir de la intervención de una serie de agentes empresariales que intermedian y crea valor en el camino que existe entre la oferta (productores) y la demanda (consumidores) de servicios turísticos. En la cadena de valor que ha prevalecido hasta ahora tienen un papel determinante cuatro tipos de agentes que, situados aguas arriba (cerca de los productores) hacia aguas abajo (cerca de los consumidores), son: las Centrales de Reserva, los Sistemas Globales de Distribución, los Agentes Mayoristas (Tours operadores) y los Agentes Minoristas (agencias de viajes). La cadena de valor turística concebida así es heterogénea y no lineal, el encaminamiento del flujo del negocio turístico no admite una única ruta secuencial, sino que existe una malla o red a través de la cual la oferta (productores) y la demanda (consumidores) pueden encontrarse por múltiples caminos, incluido el comercio electrónico¹⁰.

Siguiendo a Rafael del Cid y Roque Castro, en nuestro enfoque sobre la cadena de valor de la industria turística destacaremos el papel de los principales agentes y empresas económicos en el sector: el transporte aéreo, el marco institucional (las políticas públicas y las organizaciones

-
8. Rudolf Buitelaar: El clúster ecoturístico de Monteverde/Costa Rica. Ponencia presentada al Seminario de Ecoturismo, Chile. <http://by2fd.bay2.hotmail.msn.com/cgi-bin/getmsg?curmbox=F00000000&a=5dadceed2...>
 9. Daniel Humberto Iglesias: Cadenas de valor como estrategia: Las cadenas de valor en el sector agroalimentario, Documento de trabajo, febrero de 2002, estación Experimental Agropecuaria Anguil, Instituto Nacional de tecnología Agropecuaria, pág. 5.
 10. Organización de la cadena de valor en la distribución turística, http://www.umav.net/common/fe/informes/diagnostico/cadena_valor.shtml

gremiales y de apoyo), las grandes cadenas hoteleras, los tours operadores y las agencias de viajes, el transporte, y la dinámica de inserción en la cadena nacional y global¹¹.

Según Elson y Gideon, las desigualdades entre hombres y mujeres en las sociedades tienen un impacto en el desarrollo económico de las naciones, no son neutras a efectos económicos. «La falta de desarrollo económico tiende a reforzar las existentes brechas de género, pero la persistencias de éstas también limitan las posibilidades de alcanzar este desarrollo».¹² Esto es claro si entendemos el desarrollo económico no como el simple crecimiento de la producción al margen de los efectos que este crecimiento pueda tener en la sociedad, sino como la necesidad de alcanzar una serie de objetivos: crecimiento de la producción y objetivos macroeconómicos, reducción de la pobreza, empoderamiento de la mujer, conservación del medio ambiente, gobernabilidad respeto por los derechos humanos y desarrollo de las capacidades humanas. Desde este punto de vista, también es necesario mostrar que las políticas dirigidas a alcanzar la igualdad de género también pueden estimular la productividad y la eficiencia. Nos interesa pues de manera especial introducir la perspectiva de género en el estudio, introduciendo la familia y la comunidad en el análisis.

3. Metodología

La estrategia metodológica con la cual se aborda este estudio reúne los diversos elementos del caso en una visión integral. Por un lado, analiza el contexto, las condiciones y las tendencias de la industria turística en Panamá, durante los últimos diez años, en particular se construyó la cadena de valor del sector y una aproximación a la cuenta satélite del turismo, todo esto desde una perspectiva de género, situando las características y la participación de las mujeres en el mismo.

Se seleccionó una muestra del sector, un hotel que reúne un conjunto de condiciones que le ubican como representativo del sector más dinámico y expresión de las transformaciones operadas en el sector exportador. Parte del estudio consistió en el análisis de la cadena de valor y el impacto en la provincia de Coclé del hotel, que fue realizado mediante entrevistas a agentes económicos clave.

En este ámbito se caracteriza la inserción laboral directa de las mujeres en el hotel seleccionado y las consecuencias de ésta en el ámbito familiar y en la comunidad. Esta parte de la investigación se realizó mediante encuestas aplicadas a un grupo de empleadas seleccionadas por muestreo por cuotas. Se dividió la población de mujeres empleadas del hotel (176 en total) en subgru-

11. Rafael de Cid y Roque Castro: «Globalización, upgrading y pequeña empresa: El caso del turismo en Honduras», en Juan Pablo Pérez Sáinz (editor): Encadenamientos globales y pequeña empresa en Centroamérica, FLACSO, Sede Académica de Costa Rica, San José, 2002, pág. 109-167.

12. Diane Elson y Jasmine Gideon: «1. Género en el análisis de las economías nacionales», en Diane Elson y otras autoras: Crecer con la mujer. Oportunidades para el desarrollo económico centroamericano», Embajada Real de los Países Bajos y The University of Manchester, San José Costa Rica, 1997.

pos por los 9 oficios desempeñados y se aplicó una (1) encuesta a cada grupo de 10 (un total de 24 encuestas). La selección de las encuestadas fue hecha al azar, durante el almuerzo, escogiéndose una (1) representante por cada 10 mujeres en un mismo oficio. Se realizó también una entrevista a la directora de Recursos Humanos, a un asesor del presidente de la compañía y al jefe del Departamento de Compras del hotel.

Es un estudio descriptivo y exploratorio, para el cual se utilizaron dos técnicas de trabajo:

- Un análisis estadístico de fuentes secundarias.
- Una encuesta a una muestra aleatoria de la población femenina que labora en el hotel seleccionado.
- Entrevistas a agentes claves para el estudio: IPAT, tour operadores, agencias de viaje, empresas de relacionadas con el hotel.

4. Resultados de la investigación

113

4.1. La actividad turística en Panamá

En los últimos años, de manera coherente con las políticas de promoción de esta actividad, este sector económico ha venido creciendo de manera continuada pese a la crisis que ha afectado y afecta todavía a otros ámbitos de la economía nacional.

Desde 1990, los distintos gobiernos nacionales han venido desarrollando acciones conducentes a romper con la improvisación y el desequilibrio en el sistema turístico. De esa forma en 1992 la resolución de Gabinete N° 46 declaraba la actividad turística como de interés nacional prioritario para el desarrollo económico del país. Fue de esa manera que con la ayuda de la OEA se elaboró el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, estudio que parte de un diagnóstico y análisis de los atractivos turísticos del país, del estudio del mercado y de las características socio-económicas de las regiones del país, para sobre esa base establecer las políticas y estrategias globales de desarrollo de las nueve zonas turísticas del país.

Como se puede observar en el Cuadro N° 2, en la siguiente página, el turismo se ha convertido en el principal producto de exportación captador de divisas, muy por encima de otros productos tradicionales de exportación, como el banano, el azúcar, el café, productos de reexportación e incluso otros más nuevos como el camarón. Casi se ha duplicado en los últimos seis años.

Según el Cuadro N° 3 (Ver en la siguiente página), los incentivos a los proyectos turísticos tuvieron consecuencias notables en el incremento de la inversión en proyectos turísticos en los

años 1995 y 1999. Según el IPAT, el empleo generado por estos proyectos ha sido espectacular en este período de tiempo y se ha duplicado casi desde 1993 a 2001. Todos los indicadores que observamos aquí denotan un gran dinamismo en el sector.

**Cuadro N° 2. Principales productos de exportación captadora de divisas:
Años 1995, 1997, 1999 y 2001 (en millones de balboas)**

Principales productos de exportación	Años			
	1995	1997	1999	2001
Total	972.4	1,144.9	1,279.8	1,481.0
Turismo	367,4	457,1	538.1	625.7
Otras mercaderías	215.1	286.6	348.6	521.6
Bananos	190.9	179.8	188.1	122.1
Camarones	79.4	96.7	69.0	70.3
Reexportaciones	43.2	39.7	31.8	46.4
Productos derivados del petróleo	18.1	25.5	63.9	57.1
Azúcar	19.0	28.7	14.5	13.9
Café	32.4	22.4	20.1	11.1
Harina y aceite de pescado	6.9	8.4	5.7	12.8

Fuente: Boletín estadístico del IPAT 2002, pág. 61.

**Cuadro N° 3. Indicadores del sector turismo en la República,
por año: 1993, 1995, 1999 y 2001**

Indicadores	Años			
	1993	1995	1999	2001
Inversión de Proyectos (Millones de Balboas, Ley 8)	--	69.8	234.5	11.4
Empleo generado	44,592	48,018	70,044	87,374
Incremento de habitaciones (%)	15.2	1.5	2.6	1.9
Número de visitantes	364,530	417,176	555,026	737,102
Ingresos turísticos (Millones B/.)	246.4	367.4	538.1	625.7
Tasa de hospedaje recaudada (B/.)	4,410.000	4,652.173	6,191.102	5,541.516
Número de habitaciones	8,871	9,226	12,752	14,246
% de ocupación hotelera	49.13	53.57	43.56	37.23

Fuente: Boletín estadístico del IPAT 2002, pág. 21.

En el Cuadro N° 4 observamos el importante crecimiento de los viajeros que ingresaron al país producido entre 1993 y 2001, destacadamente por el Aeropuerto Internacional de Tocumen y por los puertos marítimos.

Cuadro N° 4. Total de visitantes del sector turismo en la república, por año: 1993, 1995, 1999 y 2001

Sitio de entrada	Años			
	1993	1995	1999	2001
Aeropuerto Internacional de Tocumen	287,513	367,598	377,492	410,605
Paso Canoa	29,300	51,248	68,465	71,435
Puertos marítimos	47,717	64,138	87,111	209,552
Total	364,530	482,981	533,068	691,592

Fuente: Boletín estadístico del IPAT 2002, pág. 22.

En la estructura de gastos efectuados en el país por los viajeros destaca el año 1999 como excepcionalmente bueno, pero lo importante es el crecimiento en cada uno de los rubros seleccionados como indicadores. Del año 1997 al 2001 el total de gastos efectuados creció casi un 37%.

115

Cuadro N° 5. Estructura del gasto efectuado en la República, por pasajeros residentes en el exterior: años 1997, 1999 y 2001 (en miles de balboas)

Indicadores	Años		
	1997	1999	2001
Total	457,100	538,123	625,700
Alojamiento	47,863	78,028	68,827
Restaurante	42,167	61,077	60,067
Compras	344,129	352,470	461,141
Taxi	14,170	34,978	22,525
Diversión	6,857	8,341	11,263
Otros	1,914	3,229	1,877

Fuente: Boletín Estadístico del IPAT 2002, pág. 62 a.