

Diagnóstico del Sector Turismo en Panamá

Arturo Condo, Crist Inman, Roxana Turner

Noviembre, 2001

CEN 663

Documento en Proceso. Escrito por Arturo Condo, Crist Inman y Roxana Turner, con base en los resultados de las investigaciones y los procesos de consulta realizados dentro del Proyecto de Turismo del CLACDS del INCAE. Este trabajo busca estimular la reflexión sobre marcos conceptuales novedosos, posibles opciones de abordaje de problemas y sugerencias para la eventual puesta en marcha de políticas públicas, proyectos de inversión regionales, nacionales o sectoriales y de estrategias empresariales. No pretende prescribir modelos o políticas, ni se hacen responsables el o los autores ni el Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible del INCAE de una incorrecta interpretación de su contenido, ni de buenas o malas prácticas administrativas, gerenciales o de gestión pública. El objetivo ulterior es acrecentar el nivel de discusión y análisis sobre la competitividad y el desarrollo sostenibles en la región centroamericana. El contenido es responsabilidad, bajo los términos de lo anterior, de CLACDS y no necesariamente de los socios contribuyentes del proyecto. Noviembre, 2001.

TABLA DE CONTENIDO

1. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO	4
1.1 PANORAMA DEL TURISMO MUNDIAL	4
1.2 EXPECTATIVAS DE LA OMT PARA EL AÑO 2001.....	5
1.3 LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN PANAMÁ.....	6
1.3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAÍS.....	6
1.3.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN PANAMÁ.....	8
1.3.3 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA PANAMEÑA.....	9
1.3.4 LA DEMANDA TURÍSTICA EN PANAMÁ	13
CARACTERÍSTICAS DEL VISITANTE.....	13
2. EL CLUSTER DE TURISMO EN PANAMÁ	20
2.1 DESCRIPCIÓN DEL CLUSTER.....	20
2.2 SECTORES DIRECTAMENTE RELACIONADOS.....	22
2.2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	23
2.2.2 HOSPEDAJE.....	40
2.2.3 ALIMENTACIÓN	47
2.2.4 AGENCIAS DE TURISMO.....	48
2.2.5 SISTEMAS DE TRANSPORTE.....	49
2.3 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y SECTORES DE APOYO	54
2.3.1 INFRAESTRUCTURA.....	54
2.3.2 TELECOMUNICACIONES.....	59
2.3.3 TECNOLOGÍA	60
2.3.4 ORGANIZACIONES DE APOYO.....	61
2.3.5 CAPACITACIÓN.....	74
2.3.6 OTROS SERVICIOS.....	76
3. EVALUACIÓN DEL CLIMA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD	77
3.1 CONDICIONES DE LOS FACTORES	77
3.2 CONDICIONES DE LA DEMANDA.....	78
3.3 ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS	79
3.4 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y SECTORES DE APOYO	80
4. GOBIERNO.....	81
5. BIBLIOGRAFIA	82
6. ENTREVISTAS.....	84
7. GLOSARIO DE TERMINOS	85
8. GLOSARIO DE SIGLAS	86

1. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO

1.1 PANORAMA DEL TURISMO MUNDIAL

El crecimiento mundial de la actividad turística sitúa a la industria del turismo como uno de los sectores económicos más productivos de los últimos veinte años. Según datos preliminares de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registró en el año 2000 un total de llegadas internacionales de 698 millones de visitantes alrededor del mundo; estimulado por la fortaleza de la economía mundial y por las conmemoraciones de la llegada del nuevo milenio. Se calcula que el turismo mundial durante el 2000 tuvo un crecimiento del 7.4%. Éste fue el mayor índice de crecimiento de casi todo el decenio.

Europa y América han sido, por varios años, las principales regiones receptoras de turistas. Para el año 2000, Europa tuvo una participación de llegadas turísticas del 58%, y América del 19%. Durante el periodo entre 1950 y 2000, las llegadas turísticas internacionales en esas dos regiones aumentaron a una tasa media anual de 6.6% y 5.9% respectivamente. Sin embargo, como otras regiones están creciendo a un ritmo mayor, sus respectivas participaciones en el total mundial han descendido.

El turismo moderno se caracteriza por una continua tendencia a visitar nuevos destinos, lo que ha impulsado la diversificación del producto turístico, y la creciente competencia entre los destinos. Durante años, el turismo se caracterizó por su concentración en áreas litorales y de cursos de agua, específicamente durante verano, para descanso y recreación. Sin embargo, el ecoturismo es el segmento de mayor crecimiento, con tasa anual entre un 10% y un 30%.

La OMT identificó tendencias de cambio en las aptitudes turísticas. El mercado está dando crecientes oportunidades a nuevos destinos nacionales y destinos emergentes dentro de cada región; y la mayoría de los turistas permanecen dentro de su propia región. El fraccionamiento de las vacaciones, la complejidad de las necesidades de los turistas y la mejora en las condiciones que impulsan el desarrollo del turismo, favorecen el proceso de cambio.

En América, los Estados Unidos es el mayor receptor de turistas con 50.9 millones de llegadas internacionales, seguido por México y Canadá. El incremento de llegadas internacionales para Estados Unidos fue de 4.9% en el 2000. Por su parte, Centroamérica registró un índice de crecimiento de 7.0%; el segundo mayor índice de crecimiento del Continente Americano. Esto es muestra de la visibilidad e interés creciente por Centroamérica como destino turístico. Durante el año llegaron a la región unos 4.4 millones de turistas; unos 400 mil más que en 1999. El mayor receptor de la región fue Costa Rica, seguido por Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá y Honduras. (Cuadro 1)

Cuadro 1
Llegadas de Turistas a Países de Centroamérica y Panamá.
Años: 1990 a 2000

Llegadas de Visitantes (en miles)	1990	1995	1998	1999	2000 (aprox.)
Costa Rica	435	785	943	1 032	1 106
Guatemala	509	566	636	823	840
Panamá	214	345	431	457	479
El Salvador	194	235	542	658	795
Nicaragua	106	281	406	468	486
Honduras	290	271	321	371	408

Fuente: Tourism Market Trends 2001. OMT.

Según datos de la OMT, durante el 2000 el turismo generó 2 926 millones de dólares en divisas en toda la región centroamericana, 7.0% más que en 1999 cuando se obtuvo 2 735 millones de dólares. Del monto total recaudado, Costa Rica fue el mayor generador, seguido por Panamá, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. (Cuadro 2)

Cuadro 2
Ingresos por Turismo en Centroamérica y Panamá.
Años: 1990 a 2000

Ingreso por Turismo (en millones de US\$)	1990	1995	1998	1999	2000 (aprox.)
Costa Rica	275	660	884	1 002	1 102
Guatemala	185	277	394	570	518
Panamá	172	367	494	538	576
El Salvador	18	41	125	211	254
Nicaragua	12	50	90	107	116
Honduras	29	107	168	195	240

Fuente: Tourism Market Trends 2001. OMT.

1.2 EXPECTATIVAS DE LA OMT PARA EL AÑO 2001

El año 2000 estuvo repleto de acontecimientos únicos y la economía mundial también mostró una notable fortaleza con un crecimiento del PIB en 5%. Como consecuencia de esa bonanza, los ingresos disponibles también crecieron y se disparó el gasto discrecional en turismo. Sin embargo, estos altos índices fueron por circunstancias excepcionales, no sostenibles a largo plazo.

Se esperaba que la ejecutoría turística para el año 2001 no sería tan buena como fue la del 2000. El enfriamiento de la economía mundial restringió el gasto en bienes y servicios prescindibles. Más tarde, la situación fue agravada por los atentados terroristas¹ del 11 de septiembre hacia Nueva York y Washington en los Estados Unidos y la posterior declaratoria de guerra contra el terrorismo.

El comité de Crisis de la OMT concluyó que las áreas más afectadas son los destinos turísticos que requieren viajes aéreos de larga distancia, así como lugares relacionados con el mercado estadounidense y los del mundo árabe y musulmán.

Analistas del ramo manejan la tesis que todos desean olvidar lo ocurrido y al mismo tiempo, Estados Unidos desea probar que todo está en orden; por ende, el turismo se levantará prontamente. Los gobiernos de varios países del mundo están apoyando la industria turística; y junto al sector privado están preparando estrategias para levantarla, como es el caso de México, Perú y España. Por su parte, Centroamérica y Panamá están ejecutando estrategias conjuntas para fortalecer la actividad en la región.

¹ Terroristas destruyeron las Torres Gemelas del Wall Street Center en Nueva York y parte del Pentágono en Washington, impactándolos con aviones de pasajeros secuestrados.

1.3 LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN PANAMÁ

1.3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAÍS

El nombre oficial del país es República de Panamá. Está ubicado al extremo sur de Centroamérica. Comparte fronteras con Costa Rica y Colombia, comprendiendo un área de 75.517 km² en tierra y 2.490km² en costas en el Océano Pacífico y el Mar Caribe.

Su territorio se divide en nueve provincias y tres comarcas indígenas. La Capital, localizada en la Provincia de Panamá, lleva su mismo nombre. Es el principal punto de partida para cualquier otro destino dentro y fuera del país. Actualmente es la ciudad más moderna de Centroamérica. De acuerdo al censo poblacional del 2000, Panamá tiene 2,8 millones de habitantes. El idioma oficial es el español. No obstante, el inglés se ha convertido en un requisito indispensable para la competitividad profesional.

El país cuenta con un sistema gubernamental democrático, en donde sus gobernantes son elegidos por sufragio popular de entre las nominaciones de varios partidos políticos.

El balboa es la unidad monetaria del país; tiene paridad uno a uno con el dólar estadounidense. La economía panameña está totalmente dolarizada desde 1904. El dólar, en todas sus denominaciones y el balboa, en sus únicas denominaciones como moneda, circulan libremente en todas las transacciones dentro del país.

Panamá posee alta tecnología en telecomunicaciones. Global Crossings, Arcos y Cable & Wireless con sus instalaciones de fibra óptica submarina y subterránea en Panamá, aumentarán en gran medida la calidad de las comunicaciones con el resto del mundo. Respaldando así la función del país como centro logístico y de negocios en el ámbito mundial.

Según el Informe Económico del Tercer Trimestre del 2001², la desaceleración de la actividad económica se mantuvo. Durante este periodo el PIB tuvo un leve crecimiento del 0.5% con respecto al mismo periodo del año anterior. Los factores que determinaron la evolución económica han sido una combinación de choques internos y externos. Los más importantes fueron: el efecto rezagado de la salida de las bases norteamericanas, el elevado precio del petróleo, la terminación de megaproyectos de infraestructura, la reducción del crecimiento del crédito bancario y el proceso de ajuste para reducir el exceso de inversión en inventarios del sector comercio. Otros factores no mencionados dentro del Informe Económico son la tensión política entre el Órgano Ejecutivo y el Legislativo, y las acciones para cumplir con la carta de intención firmada con el FMI para llevar el déficit fiscal a cero. En el presente trimestre, también se da una desaceleración de las exportaciones totales; a esto se agrega el efecto de la sequía y la huelga bananera en el mes de septiembre.

En cuanto al entorno externo, éste fue desfavorable debido a la recesión económica de los Estados Unidos desde marzo del 2001 y, por el impacto económico de los ataques terroristas. Esto perjudicó el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios respecto a los periodos anteriores para Panamá.

Dentro del desempeño positivo, los servicios gubernamentales crecieron un 8.2%; en particular, los proyectos de inversión autorizados. Los sectores dinámicos continuaron siendo aquellos ligados a los mercados de exportación o de empresas internacionales, como la pesca, los puertos, las telecomunicaciones, la electricidad y la Zona Libre. Por otra parte, los sectores ligados al mercado

² Ministerio de Economía y Finanzas, República de Panamá.

interno decrecieron, como el sector agropecuario, la industria, la construcción, el comercio, los hoteles y restaurantes, los servicios de salud, seguros, entrenamiento y juegos de azar.

En el tercer trimestre, a diferencia del resto del año, el PIB del sector secundario tuvo una caída por efecto de la baja en la industria y la construcción. Los vuelos internacionales en Panamá, si bien se redujeron significativamente en septiembre, todavía se mantuvieron a un nivel muy superior al del año anterior debido a la expansión internacional de las operaciones de COPA. Sin embargo, en ese mismo mes, las actividades de turismo, los restaurantes, hoteles y el Canal de Panamá se vieron adversamente afectadas.

1.3.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN PANAMÁ

Panamá es conocido en el ámbito de los negocios mundiales como un país de servicios dirigidos a la comunidad internacional. Las mayores representaciones de dichos servicios son: El Canal Interoceánico, una de las mayores obras ingenieriles de siglo XX, acorta distancias entre puntos de intercambio del mundo y constituye un puente para el continente americano; La Zona Libre de Colón, una de las más grandes del mundo con 400 hectáreas, funcionando como centro de acopio y redistribución de mercancías provenientes del Lejano Oriente, Asia, Europa y Estados Unidos; y el Centro Bancario Internacional, donde están establecidos los más grandes y prestigiosos bancos de Japón, Norteamérica, América Latina y Europa. A estos negocios se unen los servicios del Ferrocarril interoceánico de carga de contenedores y las terminales portuarias en el Pacífico y el Caribe. Estos sectores económicos se complementan entre sí para apoyar actividades de exportación de bienes y servicios.

La prestación de servicios acaparó por muchos años la atención del gobierno y el sector privado, y se dejó de lado otro sector económico con gran potencial, la industria turística. Por ello, Panamá es un destino turístico virtualmente desconocido, aun entre los segmentos de la población estadounidense que están familiarizados con el Caribe y América Central.

Por la orientación estratégica como centro de conexiones y de negocios internacionales, la infraestructura turística de Panamá fue diseñada básicamente para suplir las necesidades de los viajeros de negocios. Sólo cuando otros países con atributos parecidos a los de Panamá, empezaron a tener una creciente demanda de turismo recreacional y ecológico, y a generar beneficios por el desarrollo de esta industria; el gobierno nacional y la empresa privada se interesaron en investigar sobre el potencial de Panamá como destino turístico de recreación.

El país cuenta con importantes riquezas naturales. Por ser punto de encuentro entre dos océanos y puente terrestres entre las Américas, convergen la biodiversidad de Centro y Sur América. Motivo por el cual el Smithsonian Tropical Research Institute tiene su centro de operaciones en Panamá desde 1923. Su condición, por siglos, como país de tránsito también lo ha enriquecido con diversos grupos étnicos que han mantenido su singularidad a través de los años, y su legado de patrimonios arquitectónicos. Los grupos étnicos autóctonos son cinco diferentes culturas indígenas, cada una con sus tradiciones y sistemas de vida. Las que inmigraron a través de los años son las culturas afro-antillana, y europea. En conjunto, estos tres grupos y su interacción forman lo que se conoce como la cultura panameña.

Tendencias mundiales atraen a turistas y científicos a nuevos destinos en busca de conocimientos y convivencia con la naturaleza. Esto hace a Panamá un destino turístico con atributos suficientes para estar "de moda" dentro de las tendencias actuales. Su oportunidad es mayor, al registrarse un creciente interés por destinos en la región centroamericana.

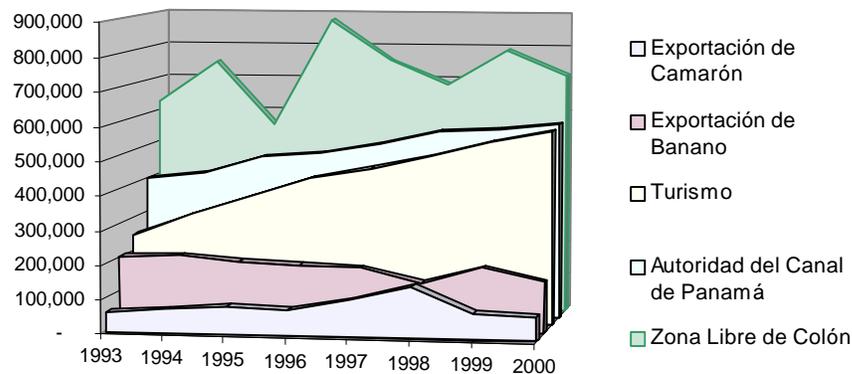
Las ventajas comparativas de Panamá como destino turístico con respecto a Centroamérica son: el desarrollo y facilidades de la moderna ciudad capital, centros de compras para comerciantes y particulares, infraestructura en carreteras que hacen accesible los puntos de interés turístico, obras ingenieriles de alta tecnología que tienen ingerencia mundial, abundancia de biodiversidad de Centro y Sur América, riqueza multicultural, tecnología en telecomunicaciones desarrollada, economía dolarizada que elimina los inconvenientes del cambio de moneda y las inflaciones, modernos puertos de cruceros, y seguridad social y política. Por estas ventajas, Panamá podría convertirse en el mayor receptor de turistas del Istmo Centroamericano, si se desarrollaran sus potenciales turísticos y se promocionan adecuadamente.

Se han desarrollado varios estudios para hacer un inventario de los atractivos turísticos y desarrollarlos. En 1993 el IPAT y la OEA elaboraron el Plan Maestro de Turismo para la República, con el objetivo conocer el potencial de la oferta turística del país, sus posibilidades de aprovechamiento y estrategia de inversión para el desarrollo en beneficio de la sociedad y la economía del país. En 1995 se aprobó la Ley de Incentivos a la Industria Turística, la cual exonera de ciertos impuestos a empresas turísticas inscritas en el registro. En 1998, la Dra. Hana Ayala³ elaboró el Proyecto de Alianza Estratégica Turismo – Conservación – Investigación, que tuvo como meta el convertir la conservación e investigación científica de la naturaleza en fuerzas económicas que protejan y estimulen la inversión, brindando una experiencia turística basada en el aprendizaje.

1.3.3 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA PANAMEÑA

El turismo es la tercera mayor actividad económica generadora de divisas del país. Los ingresos del 2000 fueron equivalentes al 81% de los ingresos generados por la Zona Libre y a 99% de los de la Autoridad del Canal de Panamá (ACP). La tendencia de crecimiento de sus ingresos es relativamente alta. De 1993 al 2000, creció aproximadamente un 13%, seguido por la ACP con 5% y la Zona Libre con 2%. (Gráfico 1)

Gráfico 1
Mayores Generadores de Divisas a la Economía Panameña
(miles de Balboas)



Fuente: Informes económicos Anuales. Ministerio de Economía y Finanzas. Instituto Panameño de Turismo.

El turismo es una de las actividades económicas más prometedoras del país. Su tendencia ha reflejado ser independiente de las variaciones del Producto Interno Bruto (PIB), lo que es un indicativo de la fortaleza del sector. Sus ingresos superan las divisas generadas por las exportaciones del banano y el camarón, principales productos tradicionales para exportación del país. (Cuadro 3)

³ Hanna Ayala - Reconocida Consultora Internacional en el Turismo. Ex-profesora en la Universidad de California

Cuadro 3
Principales indicadores del Turismo en Panamá
Años: 1993 a 2000

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Aporte del Turismo a la Economía Nacional								
Crecimiento del PIB (%)	5.5%	2.9%	1.8%	2.8%	4.5%	4.4%	3.2%	2.7%
Participación turismo en el PIB (%)	4.2%	5.1%	5.9%	6.7%	6.9%	7.1%	7.5%	7.8%
Inversiones Registrados bajo la ley 8 de 1995 (miles B./)			70.322	39.971	14.851	68.929	234.457	23.155
Mayores actividades generadoras de divisas al país								
Valor Neto Exportado por la Zona Libre de Colón (miles B./)	622,400	745,200	556,200	875,900	754,800	682,000	790,500	712,700
Peajes cobrados por la Autoridad del Canal (miles B./)	400,883	419,219	472,648	484,384	512,526	556,886	563,338	581,768
Gasto de Turista (miles B./)	246,400	309,900	367,400	425,400	457,100	493,700	538,123	575,600
Exportación de Banano (miles B./)	201,222	206,567	190,363	184,031	179,740	138,746	187,312	148,329
Exportación de Camarones (miles B./)	56,950	69,485	82,870	74,553	106,408	150,444	76,756	68,337
Generación de Empleos								
Población Económicamente Activa Ocupada	815,583	831,824	866,658	870,622	905,351	945,312	961,400	942,000
Tasa de participación de ocupaciones turísticas	5.5%	5.7%	5.5%	5.9%	6.1%	6.0%	7.3%	8.9%
Incremento en la PEA Ocupada		2.0%	4.2%	0.5%	4.0%	4.4%	1.7%	-2.0%
Incremento del empleo turístico		7.3%	0.4%	7.9%	6.9%	3.1%	22.7%	20.1%
Empleos turísticos	44,592	47,828	48,018	51,791	55,380	57,089	70,044	84,094
Empleos directos	12,629	13,665	13,855	14,852	15,962	16,442	20,242	24,303
Hoteles	5,064	5,466	5,466	5,851	6,576	6,804	8,405	10,091
Restaurantes	4,553	4,140	4,140	4,439	4,628	4,802	5,883	7,064
Otras Actividades	3,012	4,059	4,249	4,562	4,758	4,836	5,954	7,148
Incremento de Empleos Indirectos	nd	8.2%	1.4%	7.2%	7.5%	3.0%	23.1%	20.1%
Empleos indirectos	31,963	34,163	34,163	36,939	39,418	40,647	49,802	59,791
Incremento de Empleos Indirectos	nd	6.9%	0.0%	8.1%	6.7%	3.1%	22.5%	20.1%
Proporción Empleos directos vs indirectos	2.53	2.50	2.47	2.49	2.47	2.47	2.46	2.46
Turismo								
Cantidad de Visitantes								

	364,528	394,217	417,176	442,719	504,452	528,833	555,026	600,169
Incremento de visitantes (%)	1.1%	8.1%	5.8%	6.1%	13.9%	4.8%	5.0%	8.1%
Gasto del Turista (miles B/.)	246,400	309,900	367,400	425,400	457,100	493,700	538,123	575,600
Incremento del Gasto Efectuado (%)	nd	25.8%	18.6%	15.8%	7.5%	8.0%	9.0%	7.0%
Gasto Efectuado / visitante (B/.)	675.94	786.12	880.68	960.88	906.13	933.57	969.55	959.06
Llegada de Cruceros a los puertos	32	41	120	137	64	144	141	147
Inc. de la Llegada de Cruceros a los puertos (%)	60%	28%	193%	14%	-53%	125%	-2%	4%
Cantidad de Pasajeros en tránsito directo	193,128	248,095	353,318	422,426	517,638	509,367	472,640	638,493
Duración media de estadía de los turistas	9.7	9.5	9.8	8.2	9.4	10.6	10.2	9.7

Fuente: Informes Económicos Anuales. Ministerio de Economía y Finanzas.
Departamento de Presupuesto y Estadísticas del IPAT.

A pesar que el registro de llegada de turistas a Panamá es relativamente bajo; el ingreso por turista es uno de los mayores entre países con industrias turísticas más desarrolladas (Cuadro 4).

Cuadro 4

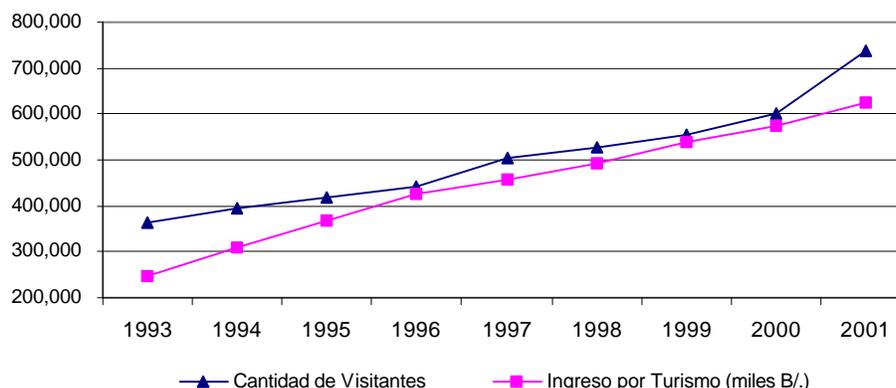
Indicadores de Rendimiento

País	Cantidad de turistas 2000	Variación 1999-2000	Ingreso 2000 (US\$M)	Variación 1999-2000	Ingreso por turista (US\$)
Francia	75 000 000	3.4%	29 900	-5.1%	396
Estados Unidos	50 891 000	4.9%	85 153	13.7%	1 673
México	20 643 000	8.4%	8 295	14.8%	402
Puerto Rico	3 341 000	10.5%	2 541	18.8%	761
Rep. Dominicana	2 977 000	12.4%	2 918	15.6%	980
Cuba	1 700 000	8.9%	1 756	2.5%	1 032
Jamaica	1 323 000	6.0%	1 333	4.2%	1 008
Costa Rica	1 088 075	5.5%	1 229	18.6%	1 130
Guatemala	826 000	0.4%	535	-6.1%	647
Panamá	483 599	5.9%	576	7.1%	1 191
El Salvador	795 000	20.7%	254	20.7%	319

A inicios de los 90's, el ingreso por turismo tuvo una tendencia de crecimiento mayor que el crecimiento de la llegada de visitantes. Su tasa de crecimiento fue mayor que la tasa promedio de inflación de país (1.6%) y que la llegada de visitantes (Gráfico 2). El aumento del gasto efectuado por visitante en bienes y servicios puede deberse a un incremento en la confianza en el país y una mejora en la oferta.

En el 2001, la llegada de visitantes incrementó un 23%. Los puertos de cruceros fueron las entradas que mayor aumento registraron, 71%. Sin embargo, los ingresos turísticos no aumentaron en la misma proporción.

Gráfico 2
Evolución de la Industria Turística en Panamá: Año 1993-2001



Fuente: Datos estadísticos del IPAT.

A pesar del alto incremento en la llegada de visitantes, el ingreso turístico no incrementó en la misma proporción y la ocupación hotelera disminuyó un aproximadamente un 3%. El mayor incremento en puertos de entrada se dio en los puertos de cruceros. El viajero de crucero tiene un tiempo de estadía relativamente corto (24 horas aprox.). Varias de sus necesidades vienen cubiertas en el buque, por lo que su gasto en el país puede ser relativamente menor (Cuadro 5).

Cuadro 5
Desempeño del Turismo en el 2001

Enero a Diciembre (12 meses)	2000	2001(P)	Variación
Llegada de visitantes	600.169	737.350	23%
Ingreso turístico	\$575.600	\$625.700	8.7%

Enero a Diciembre (10 meses)	2000	2001(P)	Variación
Tasa de Ocupación de hoteles en la capital	40.42%	37.31%	-3.11%
Disponibilidad de habitaciones	1 473.870	1 490.101	1%
Entrada por puertos marítimos del Atlántico y Pacífico	71.262	121.876	71%
Entrada por Aeropuerto Internacional	326.195	341.927	4.8%
Entrada por Paso Canoa	57.859	58.029	0.3%

(P) = Cifras preliminares del IPAT.

Fuente: Elaborado con los datos publicados por el IPAT.

La actividad turística genera el 8.9% de los empleos de la población económicamente activa (PEA) ocupada (directos e indirectos). Por cada empleo directo generado por el sector, en promedio se crean 2.5 empleos indirectos. El crecimiento de la empleomanía en turismo incrementó súbitamente de 3.1% en 1998 a un 20.1% en el 2000. Ésta última tasa de crecimiento supera a la tasa de crecimiento de la generación total de empleos en el país.

El promedio de salarios devengados en empleos de turismo son menores que el promedio en otros sectores; exceptuando los de la Zona Metropolitana y Farallón. Esto desestimula al recurso humano a prepararse para trabajar en actividades turísticas. El buscar una mejor calidad de vida lleva a las personas a buscar trabajos mejor remunerados. De no conseguirlos entonces, se conforman con la oferta disponible. (Cuadro 6)

Cuadro 6
Salario Promedio Anual de Empleados en Turismo y Otros Sectores, por Zona

Zona Turística	Turismo USD	Otros Sectores USD
Zona 1 – La Amistad	2.632	3.646
Zona 2 – Bastimentos	2.297	2.612
Zona 3 – Arco Seco	2.519	4.995
Zona 4 – Farallón	6.000	6.000
Zona 5 – Metropolitana	6.000	6.000
Zona 6 – Portobelo	3.007	5.621
Zona 7 – San Blas	3.007	5.621
Zona 8 – Las Perlas	1.661	1.978
Zona 9 – Darién	1.661	1.978
Promedio a/	5.124	5.460

a/ Promedio ponderado basado en el total de ingresos y empleos.

Fuente: Preparado por el Consorcio PKF-Nathan-Arden & Price de la información obtenida en la Encuesta de Hogares de 1997, preparado por la Contraloría General

A principios de 2001, el IPAT estimó que el turismo tendría un crecimiento por encima del 8%. Después de los actos de terroristas en Estados Unidos, el turismo mundial sufrió un fuerte golpe. La incertidumbre generalizada y el temor a viajar en avión detuvieron el crecimiento de la industria. Con el cambio en el panorama, la empresa privada y el Gobierno han diseñado acciones para hacerle frente a la situación. Tales acciones son: mayor promoción internacional como destino turístico, acuerdo de estrategias regionales con Centroamérica, incentivar al turismo interno y aumentar las relaciones públicas internacionales con mayoristas.

1.3.4 LA DEMANDA TURÍSTICA EN PANAMÁ

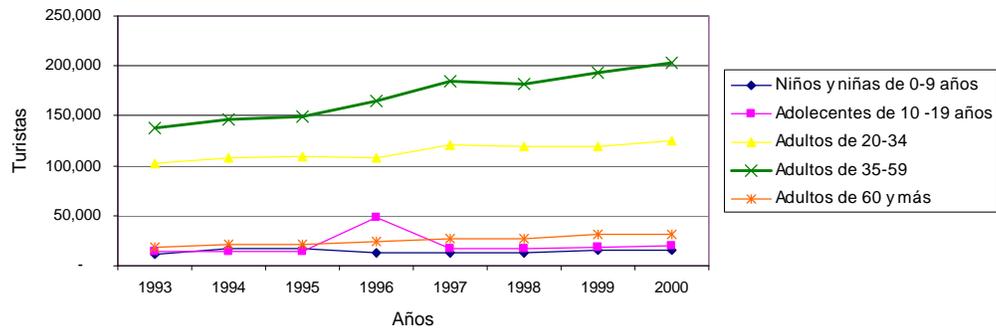
CARACTERÍSTICAS DEL VISITANTE

Panamá no cuenta con información oficial sobre el perfil de los turistas; sin embargo, de los reportes estadísticos del IPAT, se pueden extraer algunas características generales de los visitantes que entran a territorio nacional:

- ?? El mayor puerto de entrada es el Aeropuerto Internacional de Tocumen en la Ciudad de Panamá, recibiendo el 66% de los visitantes que ingresan al país.
- ?? Un 64% de los visitantes son de sexo masculino y el 36% de sexo femenino.
- ?? El 83% de los visitantes están entre las edades de 20 y 59 años de edad; siendo el grupo de entre 35 y 59 los de mayor crecimiento de visitas en los últimos 3 años.
- ?? Un 80% de los visitantes son considerados turistas por permanecer en el país entre 1 y 365 días.
- ?? El gasto total efectuado por el turista durante su visita en el país se distribuye en 10.5% para alojamiento, 9.5% en alimentación, 75% en compras, 3% en transporte, y 2% en diversión y otros gastos.
- ?? El gasto promedio de un visitante es de B/. 959.1 en nueve días de estadía en el país
- ?? El 96% de los turistas se hospedan en la ciudad de Panamá en hoteles de primera y segunda categoría.

Gráfico 3

Visitantes ingresados por el Aeropuerto Internacional de Tocumen, según edad. Años 1993-2000



Fuente: Tarjetas de embarque y desembarque distribuidas en los puertos de entrada y procesadas por el Departamento de Estadística del IPAT.

Encuestas de febrero del 2001, realizadas por el acuerdo de Cooperación Técnica Internacional IPAT-OEA, muestran lo siguiente:

- ?? El 72% de los encuestados han visitado el país más de una vez, y el 97% regresaría.
- ?? El motivo principal de la visita fue negocios, seguido por recreación.
- ?? Un 47% se enteró de Panamá por referencias personales y un 19% por agencias de viaje. El 98% recomendaría al país como destino para visitar.
- ?? El 57% permaneció menos de cinco días en el país.
- ?? El 77% se hospedó en hoteles.
- ?? Un 47% califica como excelente su estadía, otro 57% la califica como buena.
- ?? Los servicios recibidos en restaurantes, aeropuerto, hoteles y transporte, y en materia de seguridad fueron calificados mayormente como bueno.
- ?? La hospitalidad del panameño fue calificada en su mayoría como buena.
- ?? El 66% dice haber recibido poca o ninguna información turística.
- ?? Un 53% de los encuestados fueron de compras, y sólo un 6% visitó parques nacionales y sitios históricos.
- ?? El 52% de los encuestados al escuchar de Panamá piensa en el Canal, y el 15% piensa en compras.
- ?? El 24% de los encuestados usa el Internet para informarse sobre sitios para vacaciones; el 48% usa las agencias de viaje.
- ?? El 66% de los encuestados calificó los precios encontrados entre normales y poco costoso.

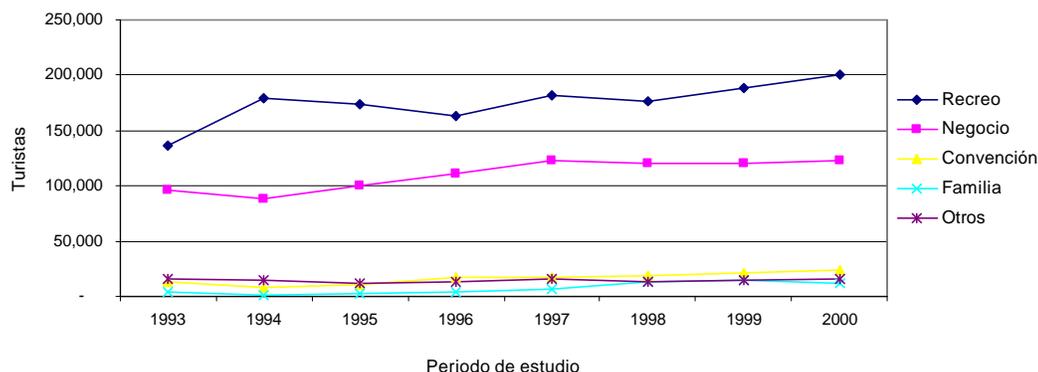
La encuesta da a conocer la importancia de las referencias personales para el desarrollo del turismo en el país. La satisfacción que el turista se lleve de su visita a Panamá, a comprobado ser actualmente el mayor generador de nuevas visitas. De la misma forma, turistas insatisfechos desalientan a otros a visitar el país. Un mejor desempeño en los servicios, atención y hospitalidad ofrecidos, buscando la excelencia, son grandes generadores de turistas tanto al país como al propio negocio.

La información turística que recibe el visitante es relevante al momento de decidir la cantidad de días que permanecerá en el país. La variedad de actividades a realizar en un país estimula al visitante a extender su visita en el lugar y aumentar su gasto.

El 53% de los turistas marcan en sus tarjetas de ingreso que el motivo de su visita es la recreación y el 33% por negocios. La veracidad de estos datos depende de la seguridad que sienta el turista en poder declarar el motivo real de su visita al país. Suponiendo, que los datos están cercanos a la realidad; el segmento de recreo está incrementando a mayor rata que el de negocios; sin embargo, no es sostenido porque ha mostrado bruscos decrecimientos en algunos años. La demanda de este sector es muy sensible a la economía mundial y a la oferta de lugares turísticos. Para los turistas recreacionales es sumamente importante la innovación y el continuo cambio en la oferta nacional de productos turísticos. (Gráfico 5)

Gráfico 5

Turistas ingresados a Panamá por el Aeropuerto Internacional de Tocumen, según motivo de viaje.



Fuente: Tarjetas de Embarque y Desembarque distribuidas en los puertos de entrada; Procesadas por el Departamento de Estadística del IPAT.

ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS EN EL PAÍS

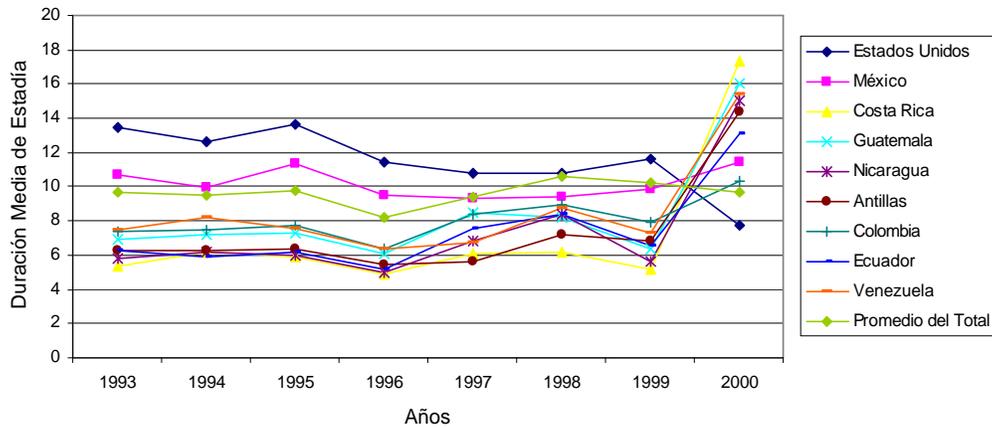
El tiempo de permanencia promedio de los turistas en el país registrados entre 1993 y 2000 no ha variado significativamente; se mantuvo entre 8 y 10 días de estadía.

Entre los mayores emisores de turistas, Estados Unidos mantuvo un tiempo de estadía mayor que los demás, estando situado por encima del promedio total desde el 1993 hasta 1999. Sin embargo, en el 2000 el promedio de estadía del estadounidense cayó a 7.7 días, quedando en la última posición registrada entre los mayores emisores. Todos los demás países considerados como mayores emisores de turistas a Panamá registraron un incremento en la estadía media en el país.

Después del traspaso total de las bases militares y la reversión del Canal al Gobierno panameño, tanto los días de estadía promedio como la llegada de estadounidenses al país se vieron afectadas. Panamá dejó de recibir la visita de familiares y amigos de los estadounidenses que anteriormente residían en el país. (Gráfico 6)

Gráfico 6

Duración media de estadía de Turistas ingresados por el Aeropuerto Internacional de Tocumen, con domicilio permanente en los 9 mayores emisores de turistas a Panamá



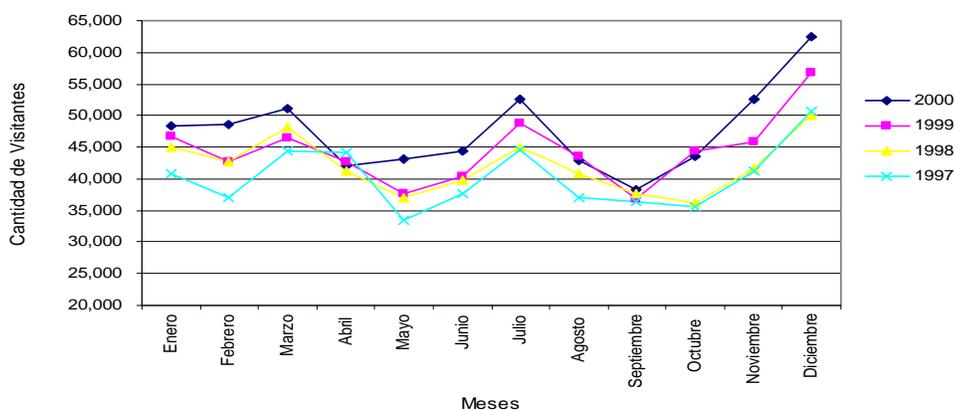
Fuente: Tarjetas de Embarque y Desembarque distribuidas en los puertos de entrada; Procesadas por el Departamento de Estadística del IPAT.

ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La estacionalidad turística en Panamá registra dos temporadas altas durante el año. Una inicia en julio y finaliza a mediados de agosto, coincidiendo con los meses de vacaciones de los colegios en los Estados Unidos.

La segunda iniciaba a mediados de noviembre y termina a mediados de marzo. Esta coincide con las vacaciones de los colegios nacionales. Después de la inauguración de los puertos de cruceros en el 2000, la temporada alta de visitantes inicia mediados de octubre. (Gráfico 7)

Gráfico 7
Estacionalidad de Llegadas de Visitantes



Fuente: Tarjetas de Embarque y Desembarque distribuidas en los puertos de entrada; procesadas por el Departamento de Estadística del IPAT

CALIFICACIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO

Panamá es un destino prácticamente desconocido. El Consorcio PKF, Nathan Associates y Arden & Price realizó encuestas a visitantes y representantes internacionales de canales de distribución para conocer su percepción sobre el país. Los resultados fueron los siguientes:

El visitante consideró con una alta calificación factores como la cordialidad de la gente local, el valor de la moneda, el servicio en hoteles y restaurantes, la limpieza y calidad de los hoteles, y la calidad de los artículos disponibles para la compra. Tuvieron una baja calificación la señalización, la disponibilidad de información turística, los servicios de inmigración y aduanas y la calidad del transporte público.

Por su parte, los representantes internacionales de canales de distribución consideran que el país requiere de una mayor promoción de sus atractivos. Consideran que el país cuenta con las condiciones para explotar el turismo de playa, naturaleza y aventura.

TURISMO INTERNO

El país carece de registros, en los que se pueda conocer el tipo de turismo que busca el panameño dentro de su país. Sin embargo, es conocido que se da una gran movilización de vehículos hacia el interior del país durante días festivos y de duelo nacional y durante los diferentes festivales típicos en las provincias.

El Gobierno anterior aprobó la Ley 8 de 1997 estableciendo los días puentes. La finalidad de Ley era trasladar los días libres por fiesta o duelo nacional a viernes o lunes, con el objetivo de no interrumpir las actividades económicas durante la semana y facilitar a la ciudadanía fines de semanas extendidos. La Ley fue derogada en octubre de 1999, por el actual Gobierno Nacional. Sin embargo, se asignaron improvisadamente algunos de éstos días puentes.

En marzo del 2001, el IPAT realizó un análisis del flujo de vehículos que transitó por la Autopista Arraiján – Chorrera; la principal vía de acceso a siete de las nueve provincias del país. El análisis fue realizado para comprobar el efecto de los días puentes sobre el turismo interno.

Las conclusiones del análisis señalan que los días puentes estimulan el flujo de la economía desde la capital al interior del país. Se estima que unos 36 millones de dólares anuales fluyen hacia el interior del país; constituyendo una base de ingreso seguro. La Cámara de Turismo de Panamá solicitó, al Gobierno Nacional, el reestablecimiento de los días puentes, como parte del esfuerzo para promover el turismo interno. En respuesta, el gobierno nacional aprobó para el 2002 dos días puentes declarados con anticipación: el 7 de enero por el 9 de enero, día de los Mártires y el 2 de diciembre por el 28 de noviembre, Independencia de España.

Después de los acciones terroristas en Estados Unidos, los empresarios planean cubrir parte de la disminución de visitantes extranjeros; con el turismo interno. Los gremios están diseñando mayores incentivos para el panameño. Uno de estos incentivos es activar el Programa de Crédito al Viajero a nivel nacional a través de la Caja de Ahorros (entidad bancaria estatal) con préstamos entre B/.500 y B/.1,500.

Otras de las acciones para incentivar el turismo interno son: la presentación de destinos turísticos nacionales a través de la programación regular en canales locales; la oferta de paquetes de vacacionales, centros de alojamiento y entretenimiento con precios especiales para nacionales.

Para que el restablecimiento de los días puentes tenga los resultados esperados; es importante que sean programados con antelación. Esto dará tiempo para que la industria turística y los comerciantes preparen sus ofertas; y para que el ciudadano haga sus planes y separe su presupuesto para hacer turismo.

2. EL CLUSTER DE TURISMO EN PANAMÁ

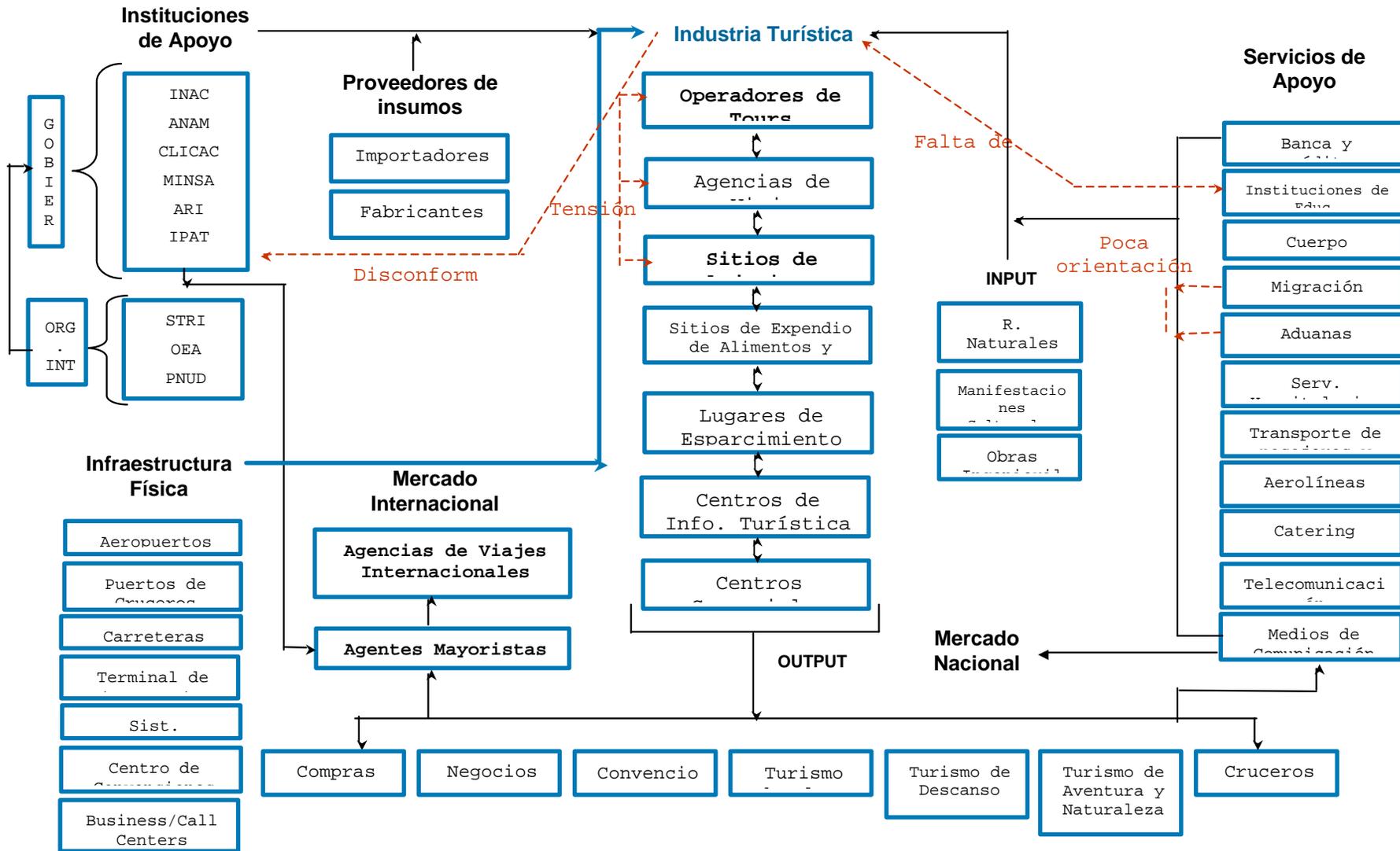
2.1 DESCRIPCIÓN DEL CLUSTER

El término cluster define una concentración geográfica de empresas, instituciones y organizaciones que tienen relaciones entre sí, y, al hacerlo crean un proceso dinámico donde todas ellas pueden mejorar su desempeño, competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

Al analizar un cluster se puede cometer el error de sólo estudiar los sectores directamente relacionado al producto final; sin embargo, los sectores de apoyo son igualmente importantes y vitales para el desempeño del mismo.

La industria turística en Panamá tiene una amplia gama de sectores relacionados directa e indirectamente que comparten una determinada área geográfica. Sin embargo, en este estudio se le denominará Cluster Potencial de Turismo, porque los participantes aparentemente carecen de una integración que los lleve a trabajar en conjunto hacia un fin común para el beneficio de todos. En los próximos puntos se analizarán estos sectores, presentando su evolución, principales características y sus potencialidades.

FIGURA 1
DIAGRAMA DEL CLUSTER POTENCIAL DE TURISMO



2.2 SECTORES DIRECTAMENTE RELACIONADOS

La empresa privada ha hecho inversiones significativas para mejorar y ampliar la oferta turística. A partir de la puesta en vigencia de la Ley 8 de incentivos para la industria turística, se han registrado en el IPAT los negocios mostrados en el Cuadro 7.

Cuadro 7
EMPRESAS TURÍSTICAS REGISTRADAS
AÑOS: 1997 – 2000

Tipos de Empresas	1997	1998	1999	2000
Hospedaje	132	254	301	306
Restaurante	186	242	214	214
Agencia de Viajes/ Operadores de tours	136	138	159	159
Servicio Turístico	23	32	48	48
Transporte Turístico	8	12	144	144
<i>TOTAL</i>	<i>485</i>	<i>678</i>	<i>866</i>	<i>871</i>

Fuente: Registros del IPAT

Las estadísticas muestran un marcado incremento de las empresas turísticas, sobre todo en el año 1999. Sin embargo, el ritmo disminuyó para el 2000. Según las cifras preliminares para el primer semestre del 2001, sólo hay 6 nuevas empresas registradas. Cinco de estas son lugares de alojamiento ubicados en Bocas del Toro, Coclé y las afueras de la Ciudad de Panamá. La sexta es una ampliación de un servicio de transporte turístico.

El cuadro 8 muestra las inversiones turísticas por actividad, realizadas desde mayo de 1995 hasta agosto del 2000. El 94.3% han sido en hospedajes, creando una mayor plataforma para recepción de turistas. Se han desarrollado varios Resort con planes "Todo Incluido" cercano a atracciones naturales y todo tipo de comodidades para ofrecer una experiencia turística completa dentro de las instalaciones.

Cuadro 8
PROYECTOS INSCRITOS EN LA LEY 8 POR TIPO DE ACTIVIDAD
SEGÚN MONTO DE INVERSIÓN Y EMPLEOS: MAYO 1995 – AGOSTO 2001

Tipo de Actividad	Inversión B/.	% de Inversión	Cantidad	% de Cantidad
Hospedaje Público Turístico	437,417,806.47	94.3%	70	53%
Agencias de Viajes Receptivo	966,970.91	0.2%	7	5%
Servicio de Transporte Turístico	3,658,476.85	0.8%	29	22%
Restaurante Turístico	9,748,007.52	2.1%	14	11%
Discoteca y Club Nocturno	1,800,000.00	0.4%	2	2%
Parque Recreativo y Temático	272,500.00	0.1%	1	1%
Centro Especializado en Turismo	6,834,221.00	1.5%	4	3%
Inversión en Conjunto Monumental	50,000.00	0.0%	1	1%
Actividad de Filmación	2,923,378.00	0.6%	3	2%
Total	463,671,607.5	00%	131	100%

Fuente: Registro Nacional de Turismo. IPAT

El Cuadro 9 muestra los nuevos proyectos que han pasado la primera fase de aprobación en el IPAT, y están por desarrollarse a partir del 2001. Unos 55.2 millones de balboas serán invertidos en hospedaje turístico, confiando en el potencial del turismo del país.

Cuadro 9
PROYECTOS EN DESARROLLO
2001 - 2003

Establecimiento	Fase	Fecha de inicio	Inversión B/.	Ubicación
Venetto Suites	planos	Feb 2001	10.000.000	Ciudad Panamá
Gran Hotel El Príncipe	construcción	Ene 2001	1.500.000	Ciudad Panamá
Finisterre Suites & Hotel	planos	Jun 2003	8.500.000	Ciudad Panamá
Apartotel Bellamira	planos	Ene 2002	3.000.000	Ciudad Panamá
Apartotel Plaza Catedral	planos	Feb 2001	4.000.000	Casco Viejo de la Ciudad
Hotel San Remo	construcción	Sept 2001	850.000	Ciudad de Panamá
Hotel Vía España	construcción	Ago 2001	650.000	Ciudad de Panamá
Albrook Inn	remodelación	Oct 2001	650.000	Albrook en la Ciudad
Residencial Las Perlas	construcción	Oct 2001	75.000	Ciudad de Panamá
Hotel Oriente Coronado	construcción	Ago 2002	350.000	Coronado, Provincia de Panamá
Resort El Morro	planos	Abr 2003	3.500.000	Isla Taboga, Archipiélago de Las Perlas
Hotel Casa de Esteban	planos	2003	293.000	Bocas del Toro
Isla Solarte Caribbean Garden Resort	planos	Sept 2002	1.284.219	Bocas del Toro
Hotel La Guacamaya	construcción	Abr 2001	500.000	Coclé
Motel La Fuente	construcción	Jul 2001	500.000	Coclé
Hotel Royal Decameron (II Etapa)	construcción	Dic 2001	6.000.000	Coclé
Hotel Fu Ho	construcción	Dic 2001	380.000	Chitré
Plaza milenio	construcción	Oct 2002	13.711.250	Colón
Total			55.243.469	

Fuente: Registro Nacional de Turismo. IPAT

2.2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

En 1993, el Gobierno Nacional y la OEA, diseñaron el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá con el propósito de inventariar los atractivos turísticos potenciales, elaborar estrategias para desarrollarlos y mejorar el aprovechamiento sostenible de los mismos. El periodo de ejecución de las estrategias del Plan finaliza en el 2002.

En el Plan Maestro se identificaron 1.398 atractivos con diferentes potenciales para el turismo. Éstos fueron clasificados en las siguientes categorías: Sitios Naturales, Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas, Folklore, Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas y los Eventos Programados.

De acuerdo a sus proximidades, se detectaron nueve grandes agrupaciones a las cuales denominaron zonas turísticas. Estas contienen el 71% de los atractivos identificados en el país:

Zona 1: La Amistad	Zona 4: Farallón	Zona 7: San Blas
Zona 2: Bastimentos	Zona 5: Metropolitana	Zona 8: Las Perlas
Zona 3: Arco Seco	Zona 6: Portobelo	Zona 9: Darién

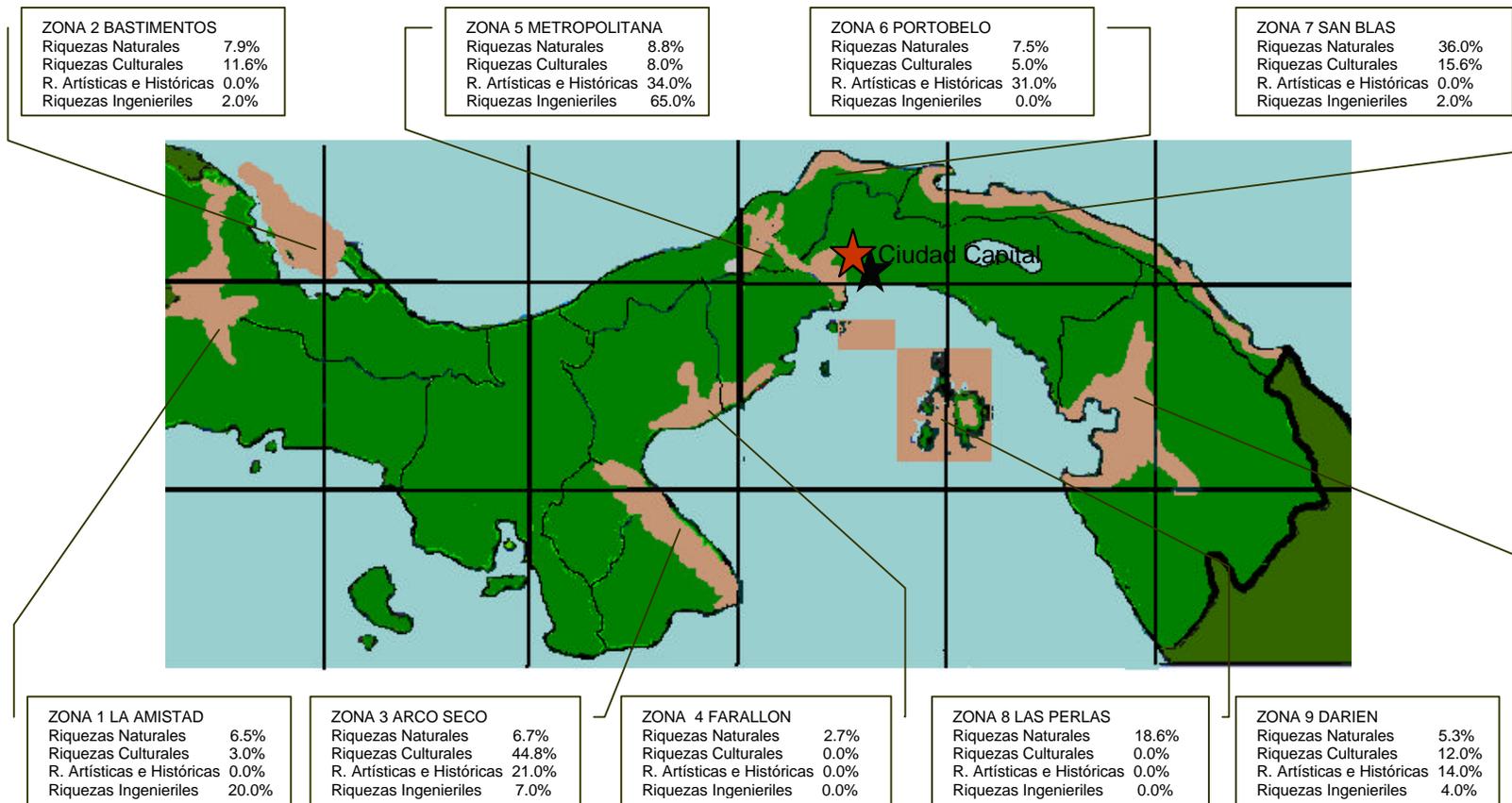
La Figura 2 muestra la ubicación de las nueve zonas turísticas y sus diferentes atractivos turísticos. Para simplificar, se agruparon los atractivos de la siguiente forma:

- ?? Riquezas Naturales: Sitios Naturales.
- ?? Riquezas Artísticas e Históricas: Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas.
- ?? Riquezas Culturales: Folklore y Eventos Programados.
- ?? Riquezas Ingenieriles: Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas.

El 70% de los atractivos turísticos se concentran en las zonas 3, 5, 7 y 8. La mitad de sus atractivos son riquezas naturales. El país tiene facilidades de acceso y cortas distancias desde la Ciudad Capital (principal punto de entrada) hacia las zonas turísticas. Por ejemplo, de la Ciudad Capital a Las Perlas o a Farallón toma 1.5 horas de viaje en promedio, 2.5 horas a Portobelo y 4 al Arco Seco.

El Plan Maestro propone elaborar estrategias de diferenciación definiendo claramente la imagen propia de cada zona, y paralelamente modernizando la planta turística para crear mayores atractivos y facilidades para el turismo. (Cuadro 10)

**FIGURA 2
RECURSOS TURÍSTICOS E INFRAESTRUCTURA
REPUBLICA DE PANAMÁ**



Fuente: Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993. IPAT-OEA

Cuadro 10
Estrategia de diferenciación propuesta

Zona 1 – Amistad: naturaleza, aventura y cultura.	Zona 6 – Portobelo: Playa, historia y cultura.
Zona 2 - Bastimentos: playa, naturaleza, aventura e historia.	Zona 7 – San Blas: Playas, aventura, naturaleza, cultura e historia.
Zona 3 – Arco Seco: cultura e historia.	Zona 8 – Las Perlas: Playas.
Zona 4 – Farallón: Playas.	Zona 9 – Darién: naturaleza y aventura.
Zona 5 – Metropolitana: Compras, Obras ingenieriles.	

Al paso del tiempo fueron identificadas nuevas necesidades en las Zonas Turísticas, las cuales se han añadido al desarrollo del Plan Maestro. Inclusive están considerando la declaración de una décima Zona Turística en Puertos Armuelles, en donde se puede desarrollar un área comercial y un puerto de crucero, acompañado de un componente ecológico. Su estrategia de desarrollo se encuentra en estudio. El IPAT está preparando una reestructuración del Plan para los próximos diez años.

A escaso tiempo para la culminación del periodo de ejecución del Plan, se registra un bajo nivel de ejecución de sus metas - en cuanto a declaración legal de las zonas, inversiones y cumplimiento de llegadas de turistas. Las razones son múltiples, las cuales pueden resumirse en la falta de una estrategia turística a nivel nacional.

En el año 2000, el BID en cooperación conjunta con el IPAT desarrollaron un Estudio⁶, que evaluó el inventario turístico en cada una de las zonas. El resumen de sus hallazgos son los siguientes:

Zona 1 – La Amistad*		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	5	Buena calidad y variedad de oferta de producto.
Acceso	4	Acceso por la carretera interamericana, y con buenos enlaces aéreos.
Infraestructura	2	Carreteras secundarias en mal estado.
Facilidades de Alojamiento	3	Variedad de hoteles pequeños y acogedores.
Amenidades y servicios	3	Adición de nuevos hoteles y restaurantes aumenta la calidad de la oferta.
Actitud de la Comunidad	3	Cómo generar mayor tráfico turístico.

* Puntuación: 1 – 5, siendo 5 la mayor puntuación a recibir.

⁶ Estudio Estratégico de Mercadeo, Planificación y Comunicación del Componente I del PAST. Unidad Coordinadora BID-IPAT. Desarrollado por el Consorcio PKF, Nathan Associates y Arden & Price. 2000.

Zona 2 – Bastimentos		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	4	Una rica y variada oferta de productos en la costa del Caribe y las islas
Acceso	4	Fácil acceso aéreo a través del aeropuerto de Bocas del Toro desde Panamá y Costa Rica
Infraestructura	2	Caminos Secundarios en mal estado o inexistentes.
Facilidades de Alojamiento	2	Alojamiento solo en Isla Bastimentos e Isla Colón. La mayoría de los hoteles pertenecen a extranjeros y son administrados por sus propietarios.
Amenidades y servicios	2	Adición de nuevos establecimientos aumenta la calidad de la oferta. Limitadas actividades culturales y de naturaleza.
Actitud de la Comunidad	2	Inquietudes por descarga de desechos sólidos y tratamientos de aguas servidas. Especulación de tierras. Resentimientos por sentirse abandonados por el Gobierno Nacional. Necesidad de esfuerzos de mercadeo enfocados y coordinados.

Zona 3 – Arco Seco		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	3	Enfoque en sitios históricos, actividades culturales, playas con buen potencial, y reservas naturales de fauna bien preservadas.
Acceso	3	Acceso aéreo, viaje de 4 horas máximo por carretera desde la Capital. Las condiciones del camino varían. Recorrido con vistas escénicas del Canal.
Infraestructura	2	Patrón incompleto de servicios urbanos. Acceso a áreas de playas en malas condiciones. Necesidad de planes de tratamiento de aguas y programa de desechos sólidos.
Facilidades de Alojamiento	2	Capacidad actual es adecuada para el mercado local. No se está desarrollando instalaciones con estándares internacionales.
Amenidades y servicios	2	Pocas amenidades y servicios. Buena gama de actividades culturales y de naturaleza.
Actitud de la Comunidad	2	Falta de comprensión de los asuntos de desarrollo turístico y ambientales. Percepción de que el gobierno y las instituciones no están haciendo lo suficiente para orientarlos a promover su región.

Zona 4 – Farallón		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	4	Gran atractivo del ambiente de playa tropical. Conveniente acceso por carretera interamericana. Conveniencia de la zona hacia el Canal para excursiones por carretera. Acceso hacia el archipiélago de las Perlas.
Acceso	4	Corto trayecto por carretera desde la Capital. Recorrido desde Panamá con visitas escénicas del Canal.
Infraestructura	2	Patrón incompleto de servicios urbanos a medida que se desarrollan lugares dispersos. Necesidad de mejorar el acceso por carretera a las áreas de playa.
Facilidades de Alojamiento	2	Capacidad actual adecuada para el mercado local.
Amenidades y servicios	2	Adición de nuevos establecimientos aumenta la calidad de la oferta. Rango limitado de actividades culturales o basadas en la naturaleza. Distintivo de dos lugares de surfing en las playas de Teta y Río Mar.
Actitud de la Comunidad	-	A ser evaluadas posteriormente. Ventaja del área escasamente poblada con conflictos humanos limitados.

Zona 5 – Metropolitana		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	4	Enfoque en el viajero de negocios y de naturaleza y aventura. A pesar de la baja actual, Panamá es un centro regional financiero y comercial. Excelentes recursos naturales. Canal de Panamá con fama mundial. Buenas instalaciones de alojamiento y restaurante. Gran potencial para cruceros.
Acceso	5	Buenos enlaces aéreos locales e internacionales. Y acceso adecuado a sitios de atracción.
Infraestructura	4	Área urbana bien desarrollada, pero necesita mejoras en el tráfico y transporte público y señalización.
Facilidades de Alojamiento	5	Buenas alternativas hoteleras de estándares internacionales. Se están desarrollando mayores capacidades con estándares internacionales.
Amenidades y servicios	4	Muchas amenidades disponibles, pero la atención en general es irregular. Las atracciones históricas, naturales y el Canal son de fácil alcance.
Actitud de la Comunidad	3	Enfocada en los sectores tradicionales de viajes comerciales. Necesidades de más educación en otros tipos de desarrollo y atracciones turísticas. Necesidad de mejoras en los servicios directos a los turistas.

Zona 6 – Portobelo		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	4	Se enfoca en sitios históricos y actividades recreativas como buceo y snorkeling.
Acceso	3	Acceso aéreo desde la Capital. Acceso por carretera transístmica, con una duración promedio de tres horas dependiendo del tráfico.
Infraestructura	2	No hay mucho desarrollo en las áreas urbanas de esta zona y hay un patrón de servicios urbanos incompletos.
Facilidades de Alojamiento	2	Disponibilidad limitada de instalaciones de alojamiento adecuadas. No están desarrollando capacidades con estándares internacionales.
Amenidades y servicios	2	Pocas amenidades y servicios. Las atracciones históricas son de fácil alcance. Servicios de buceo y snorkeling.
Actitud de la Comunidad	-	A ser determinada posteriormente.

Zona 7 – Kuna Yala		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	4	Fuerte atractivo de la cultura indígena, belleza natural. Buen acceso aéreo desde la Capital y enlaces marinos hasta puntos en tierra.
Acceso	3	Vuelos de corta duración desde la Capital hasta varios puntos en todo el Archipiélago. Malas condiciones de carretera hacia puertos.
Infraestructura	2	Sistemas rudimentarios en muelles, telecomunicaciones, servicios públicos.
Facilidades de Alojamiento	2	Con pocas excepciones, bajos estándares de comodidad por debajo de los requerimientos de la mayoría de los segmentos de viajero. Rango limitado de oferta de alojamiento y opciones de calidad.
Amenidades y servicios	2	Con pocas excepciones, rango muy limitado de actividades culturales o basadas en naturaleza.
Actitud de la Comunidad	2	Los líderes de tribus temen el desarrollo turístico significativo, el cual se percibe como una amenaza potencial a su cultura. Interés en desarrollar alguna clase de producto turístico que tome en cuenta las preocupaciones culturales y económicas de las tribus.

Zona 8 – Las Perlas		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	5	Fuerte atractivo de ambiente de isla tropical. Conveniente acceso por aire y mar desde la Capital.
Acceso	4	Corto trayecto desde la Capital por aire y mar. El trayecto es parte

		integral de la experiencia de la isla.
Infraestructura	2	Está en una etapa de desarrollo incipiente. Se espera mejoramiento continuo.
Facilidades de Alojamiento	2	Falta de capacidad de acuerdo con sensibilidad ambiental.
Amenidades y servicios	2	Rango limitado de actividades culturales o basadas en la naturaleza. La isla Contadora, relativamente bien equipada es la excepción.
Actitud de la Comunidad	-	A ser evaluada posteriormente.

Zona 9 – Darién		
Atractivo / facilidades de Mercadeo de la Oferta de Productos	5	Una de las regiones más singulares y silvestres en las Américas. Cultura, naturaleza y aventura.
Acceso	2	Acceso aéreo desde la Capital a El Rey, La Palma y Bahía Piña. Acceso limitado por carretera, trayecto fluvial y a pie para llegar a muchas áreas de interés.
Infraestructura	2	Infraestructura relacionada al turismo es muy limitada.
Facilidades de Alojamiento	2	Instalaciones de alojamiento limitadas. Se requiere realizar una mayor investigación.
Amenidades y servicios	-	Está desapareciendo el hábitat tanto para pueblos nativos como para la vida silvestre en el norte debido a la explotación maderera y la ganadería.
Actitud de la Comunidad	-	Se requiere realizar una mayor investigación.

La evaluación constata que todas las zonas tienen una gran variedad de atractivos turísticos de calidad, fácilmente mercadeables. Sin embargo, existen grandes problemas que no se les ha dado solución. Tienen problemas de tratamiento de aguas y desechos de sólidos; lo que constituyen una amenaza para la salud de la población y la preservación de los atractivos. El acceso a las zonas puede darse vía aérea, terrestre o marítima; sin embargo, se registra un serio problema en los caminos de penetración. Los hoteles con estándares internacionales se concentran únicamente en la Zona Metropolitana, con algunas recientes excepciones en tres de las zonas. El desarrollo de amenidades y servicios, la creación de una conciencia turística y capacitación continua en operación y administración de proyectos turísticos siguen siendo necesidades tangibles para el desarrollo del turismo en las zonas.

Tomando como base el inventario turístico del Plan Maestro se desarrollaron varios otros estudios como El Proyecto para Desarrollo de Áreas Costeras realizado en 1995 por la Agencia Japonesa para la Cooperación Internacional (JICA) y el concepto de Alianza de Turismo – Conservación – Investigación (TCI) en 1998 por la consultora internacional Dra. Hana Ayala, entre otros.

El TCI se desarrolló fundamentado en el hecho que el conocimiento de la naturaleza y la cultura de un destino se están convirtiendo en una nueva prioridad para los turistas. Es un proyecto millonario desarrollado bajo la administración del gobierno del periodo anterior (1994-1999).

La actual Directora del IPAT, Liriola Pitti de Córdoba, no piensa seguir con el TCI como punta de lanza en la estrategia turística. Sin embargo, es un concepto vigente que pretende ser aplicado en todas las actividades que realiza la institución.

Muchos de los empresarios y funcionarios entrevistados consideraron como excelente el concepto para el desarrollo del sector; pero desconocen su estatus actual. Hay una percepción que no se le ha dado el seguimiento necesario para poder llevarlo a la fase de implementación.

El poco desarrollo de los atractivos turísticos en Panamá no ha sido por falta de proyectos; puesto que existen varios ambiciosos estudios de consultores y organismos internacionales desde 1993 a la fecha. El componente faltante es una entidad reconocida como líder por todos los participantes del sector turismo, que logre unir esfuerzos para diseñar y ejecutar una estrategia de desarrollo a nivel nacional.

RIQUEZAS NATURALES

Panamá cuenta con un variado patrimonio en flora y fauna. Parte del patrimonio es el legado por ser punto de encuentro entre los hemisferios. Actualmente un 25% del territorio nacional son áreas protegidas por leyes nacionales, a través del Sistema Nacional de Áreas Protegidas - SINAP. Esta extensión va en aumento en más del 1% por nuevas áreas que ha sido propuesta su protección. (Cuadro 11)

En las áreas protegidas se encuentran más de 940 aves endémicas, incluyendo el quetzal y el Águila Arpia, 220 especies de mamíferos, y 354 especies de reptiles y anfibios. En su flora se encuentran más de 10.000 especies de plantas, incluyendo 1.200 variedades de orquídeas, 678 especies de helechos, 1.500 variedades de árboles y una enorme variedad de frutas y vegetales.

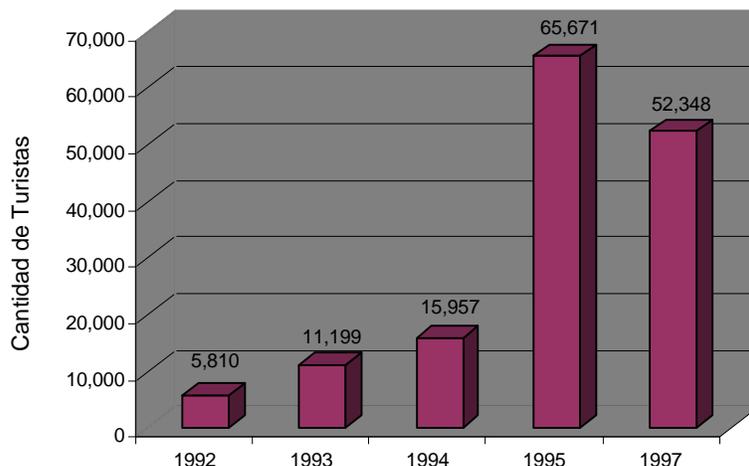
Cuadro 11
Áreas Protegidas y Propuestas para Protección

Categoría de Manejo	Cantidad de Áreas Protegidas en la Categoría	Porcentaje del SINAP (68 áreas protegidas)
Parques Nacionales	14 declaradas 3 propuestas	20.5% 4.4%
Reservas Forestales	5 declaradas 0 propuestas	7.0% 0.0%
Refugios de Vida Silvestre	9 declaradas 3 propuestas	13.0% 4.4%
Bosques Protectores	1 declarada 1 propuesta	3.0% 0.0%
Humedales de Importancia Internacional	4 declaradas 0 propuestas	5.8% 0.0%
Monumentos Naturales	2 declaradas 3 propuestas	3.0% 4.4%
Parques Naturales	1 declarada 0 propuestas	1.5% 0.0%
Áreas Recreativas	2 declaradas 0 propuestas	3.0% 0.0%
Zonas de Protección Hidrológica	1 declarada 0 propuesta	1.5% 3.0%
Áreas Silvestres	1 declarada 0 propuestas	1.5% 0.0%
Corredor Biológico	1 declarada 0 propuestas	1.5% 0.0%
Áreas de Uso Múltiple	1 declaradas 6 propuestas	1.5% 8.8%
Humedal	0 declaradas 3 propuestas	0.0% 4.4%
Reserva Hidrológica	1 declarada 2 propuesta	1.5% 3.0%
Reserva Científica	0 declaradas 4 propuestas	0.0% 5.8%
TOTAL	68	

Fuente: Dirección Nacional de Áreas Protegidas y Vida Silvestre. SINAP, 1997

Ésta abundancia de recursos naturales no tiene un nivel de demanda turística significativo. Cifras de la ANAM muestran que en 1999 el Parque Chagres y el Soberanía tuvieron unos 6.592 visitantes entre los dos; en el 2000, 5.140 visitantes en el 2000. (Gráfico 8)

Gráfico 8
Ingresos de Turistas a las Áreas Protegidas del SINAP



Últimas estadísticas documentadas: Datos de 13 áreas protegidas (los datos de 1997 llegan hasta el mes de octubre).
Fuente: INRENARE, UICN/ORMA. 1997

El sistema de cobro de entrada a las áreas protegidas presenta ciertas irregularidades. A pesar de que la tarifa está establecida por resolución; sólo en 15 de las 26 áreas protegidas, que reciben algún tipo de visita, cobra entrada. Las tarifas establecidas son: B/ 1.00 para residentes y B/ 3.00 para no residentes, y en caso de áreas costeras es B/ 1.00 para residentes y B/. 10.00 para no residentes.

Según informes del SINAP, la falta de normas y la carencia de infraestructura y personal calificado en las áreas protegidas, son el principal impedimento para el desarrollo del ecoturismo. Se corre el riesgo que el ecoturismo se desarrolle en forma inapropiada y depredadora, sin mayores beneficios para las áreas protegidas y las comunidades locales.

A diferencia de los países centroamericanos, las áreas protegidas de Panamá han gozado de estabilidad política y social. Sin embargo, en años recientes se han registrado algunos conflictos armados en las selvas del Darién, debido al agravamiento de la violencia en Colombia. Por otro lado, se presume que en algunas zonas de Camino de Cruces pueden haber residuos dejados por pruebas militares; porque ANAM ha recibido informes de personas con síntomas de enrojecimiento de ojos y vómitos.

Antes de incentivar el turismo hacia las áreas protegidas, se deben demarcar las zonas que puedan ser visitadas tomando en cuenta la seguridad de los asistentes; y asignar capacidades de cargas para evitar que el turismo afecte la conservación de las áreas.

Otra actividad que está siendo considerada para enriquecer la oferta turística es la agroindustria. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario está estudiando la viabilidad de realizar agroturismo en las industrias agrícolas del interior del país. Esto es con el objetivo de ofrecer un producto especializado, propiciar el intercambio de tecnológica, y generar ingresos para las familias involucradas. Esta actividad aún está siendo evaluado.

RIQUEZAS CULTURALES, HISTÓRICAS Y ARQUEOLÓGICAS

Los conjuntos y monumentos históricos son legados que resultan atractivos para el turista que busca nuevos conocimientos. En Panamá, este legado está protegido por la Ley 14 de 1982 por las cuales se dictan medidas de custodia, conservación y administración de Patrimonio Histórico de la Nación. La administración de la misma está a cargo del Instituto Nacional de Cultura. El Cuadro 12 muestra los monumentos declarados y propuestos en cada una de las nueve provincias.

Uno de éstos patrimonios es el Conjunto de Las Ruinas de Panamá La Vieja que datan de los siglos XVI y XVII. En este lugar se ubicó el primer asentamiento europeo en la provincia. El mismo fue convertido en ruinas en 1671 por el ataque de piratas. Actualmente se realizan estudios arqueológicos y trabajos de mantenimiento a las estructuras. Lastimosamente el área del Conjunto no fue delimitada a tiempo, por ello se encuentra inmersa dentro de un área residencial, que en ocasiones se extiende hasta las ruinas. Una carretera de alto flujo de vehículos y buses de transporte atraviesan el Conjunto.

Para utilizar los sitios patrimoniales como para generar turismo, se necesita ejecutar un sistema de administración turística y resolver los problemas de infraestructura presentes. Entre las medidas, se requiere definir la capacidad de carga de cada sitio para evitar que la afluencia de turistas los afecte; instalar facilidades básicas para el recibimiento de visitantes; mejorar los caminos de acceso y señalizaciones; formar guías debidamente capacitados para atender a un público experimentado; diseñar la información de interpretación en varios idiomas para ofrecerle al turista; y establecer un sistema de cobro de entrada que contribuya a mantener los sitios en buen estado.

Cuadro 12
Conjuntos de Monumentos Históricos y Monumentos Históricos Nacionales

Provincia de Panamá	<p>Conjunto Monumental Histórico e Panamá Viejo Conjunto Monumental Histórico del Casco Antiguo de la Ciudad Iglesia Catedral Metropolitana Iglesia de La Merced Convento de Santo Domingo y Arco Chato Muralla de las Bóvedas Ruinas del Baluarte de Jesús o Baluarte Mano de Tigre Salón Bolívar Iglesia de Santa Ana Parque de Santa Ana Casa Mateo Iturralde Instituto Nacional de Panamá Museo Antropológico Reina Torres de Araúz Hospital Santo Tomás y sus Jardines Edificio de la Gobernación y Procuraduría de la Administración Iglesia de Taboga * Conjunto Monumental Histórico de "El Prado" * El Archivo Nacional * Museo Afro-antillano de Panamá * Iglesia de Chimán * Camino de Cruces y Venta de Cruces</p>
Provincia de Chiriquí	<p>Petroglifos de Nancito La Garita Antigua Iglesia Católica de Remedios Torre Exenta de la Catedral de David Residencia de Obaldía * Antigua Estación del Ferrocarril</p>
Provincia de Colón	<p>Aduana de Portobelo y Castilla de San Jerónimo Iglesia de San Felipe de Portobelo La Población de Portobelo Castillo de San Lorenzo el Real de Chagres Iglesia Episcopal de Cristo a orillas del mar Conjunto Monumental Histórico de Portobelo * Edificio de Oficinas de la Compañía del Ferrocarril * Estación del Ferrocarril de Panamá * Hotel Washington</p>
Provincia de Coclé	<p>Basílica Menor de Santiago Apóstol * Parque Arqueológico El Caño</p>
Provincia de Herrera	<p>Iglesia de Santo Domingo de Guzmán</p>
Provincia de Los Santos	<p>Iglesia Santa Librada Iglesia San Atanasio El Pausilipo Casa Museo Manuel Fernando Zárate Casa del Cabildo Escuela Presidente Porras N°1</p>
Provincia de Veraguas	<p>Escuela Normal Juan Demóstenes Arosemena Iglesia San Francisco de la Montaña</p>
Provincia de Darién	<p>* Iglesia de Yaviza * Fortín Yaviza * Fortín El Real * Fortín Boca Grande * Fortín El Encanto</p>

* Monumentos históricos por declarar.

Fuente: Dirección Nacional de Patrimonio Histórico. INAC

En cuanto a patrimonios arqueológicos, Panamá cuenta con algunos muy valiosos que datan de la primera ocupación del Istmo, a finales de la última glaciación hace (11 mil ó 12 mil años). Muy pocos tienen una ley particular que los proteje.

Según el Director Nacional de Patrimonio Histórico del INAC, las visitas a los patrimonios históricos son pocas. Sin embargo, si éstas se incrementan, sin los debidos controles, pueden causar impactos negativos a los sitios, pues no existen métodos de coordinación, ni estudios de capacidad de carga para administrarlos como sitios turísticos. En estos momentos CEASPA está realizando un ejercicio de capacidad en San Lorenzo. Este sería el primero en el país para sitios patrimoniales.

SITIOS DECLARADOS PATRIMONIO MUNDIAL

Varios de los sitios del Cuadro 11 Y 12 han sido declarados como Patrimonio Mundial por UNESCO. Esto les ha garantizado financiamiento para su conservación e investigación. Estos son:

Fortificaciones del lado Caribeño de Panamá: Portobelo - San Lorenzo. Declarados en 1980⁷

Estos fuertes panameños situados en la costa del Caribe, son ejemplares de la arquitectura militar de los siglos XVII y XVIII. Las estructuras formaban parte del sistema de defensas de la Corona Española para brindar protección al comercio trasatlántico.

Parque Nacional Darién. Declarados en 1981

El Parque Nacional Darién, formando un puente entre dos continentes del Nuevo Mundo, ofrece una excepcional variedad de hábitat – playas arenosas, litorales rocosos, mangles, pantanos, tierras altas y bajas, así como bosques tropicales que albergan una rica fauna salvaje. Dos tribus indígenas habitan el parque.

Reservas Talamanca Range - La Amistad / Parque Nacional La Amistad. Declarados en 1983 y 1990 respectivamente.

Ha permitido el contacto entre la flora y fauna de Norteamérica y Sudamérica. La mayor parte de la zona está cubierta por bosques húmedos tropicales. Este territorio está habitado por cuatro diferentes tribus indígenas.

El Casco Antiguo - El Salón Simón Bolívar. Declarado en 1997

El Casco Antiguo, que data de los siglos XVI y XVII, conserva el trazado en una inusual mezcla de estilos españoles, franceses y antiguo americano. El Salón Simón Bolívar fue el lugar seleccionado por el Libertador, para realizar el Congreso Anfictiónico en 1826. Por siglos fue el área residencial más cotizada de Panamá. Pero a mediados del siglo XX comenzó a perder lustre a medida que las familias ricas se mudaban a áreas que ofrecían modernas instalaciones.

En la actualidad, el Casco Viejo es escenario de una nueva ola de renovación. Los factores que la dinamizaron fueron la declaratoria como Sitio de Patrimonio Mundial; y la aprobación de la Ley que ofreció exenciones impositivas y créditos a bajo interés a quienes adquirieran propiedades en el Casco Antiguo y comenzaran a renovarlas en un plazo de dos años. Los planes de restauración deben ser aprobados por una comisión encargada de verificar que satisfacen pautas históricas, arquitectónicas y estéticas. El objetivo final es revitalizar económicamente al Casco Antiguo de Panamá, como centro histórico y sitios turístico, tal como se hizo en el Viejo San Juan de Puerto Rico.

La Oficina del Casco Antiguo, considera que tomará unos quince años para hacer el Plan realidad, porque dependen del financiamiento para su ejecución y para la reubicación del los actuales residentes actuales de bajos ingresos. No obstante, existe la posibilidad de revocatoria de la declaración si con el pasar de los años el Casco Antiguo no da signos de mejoría.

⁷ UNESCO. Convención acerca de la Protección del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo. 1999

RUTAS PATRIMONIALES

Tomando como iniciativa el TCI, el IPAT está desarrollando un sistema de 22 Rutas Temáticas Patrimoniales. Estas son rutas abstractas que permitirán brindar un panorama de la complejidad, diversidad y exclusividad del patrimonio natural, cultural e histórico de Panamá.

Para enriquecer este sistema, el IPAT en conjunto con el PNUD están desarrollando un Sistema de Información Geográfica y una base de datos de la República para brindar información documentada a todos los sectores económicos como instrumento de planificación y desarrollo.

Las Rutas Patrimoniales⁸ trazadas hasta el momento son:

1. El Paso del Milenio: comprende el área del Canal de Panamá y zonas adyacentes. Tiene su perspectiva hacia el futuro, haciendo énfasis en la interdependencia entre la actividad económica del Canal y la conservación ambiental de su cuenca. La Ciudad del Saber se convierte en parte de esta ruta patrimonial, por dedicarse al estudio de la interfase entre el comercio global y el ambiente y estar ubicado en zonas adyacentes al Canal.
2. La Ruta de los Vientos del Comercio: fue la principal ruta de contrabando en los tiempos de la colonia. A través de la cual se traspasó una gran riqueza de ecosistemas, riquezas precolombinas, y herencia colonial.
3. El Sendero del Coral: ruta en donde los ecosistemas del caribe panameño albergan gran diversidad de especies de corales y peces; aunado con la tranquilidad y transparencia de sus aguas que facilitan las incursiones marinas.
4. El Mundo Indígena y Paisajes Mitológicos: muestra cinco grupos indígenas panameños, Kuna Yala, Emberá-Wounaan, Naso Teribes, Bibrís, Ngobe Buglé. Cada uno con su propia historia, idioma, tradiciones y costumbres.
5. El Camino Real: es el eje de población más antiguo de Panamá, durante los siglos XVI y XVII, une los pueblos más antiguos, cargado de folklore hispano-indígena-afrocolonial.
6. La Ruta de las Perlas: es un recuerdo de la intrincada histórica del comercio de las perlas, la conquista colonial, piratas y la defensa de las rutas transísmicas.
7. La Ruta Dorada del Colibrí: es donde se encuentra la inhóspita cabecera del Río Belén, que llamó la atención de Cristóbal Colón por la abundancia de riquezas.
8. La Ruta del Marlin Azul: esta ruta introduce al visitante a la vida marina de dos diferentes ecosistemas, El Golfo de Panamá y el Golfo de Chiriquí. Además del excelente potencial de pesca deportiva.
9. La Ruta del Mar del Sur: la primera ruta interoceánica en donde los indígenas de la región le mostraron el camino a Vasco Núñez de Balboa hacia el declarado Mar del Sur.
10. El Puente de los Quetzales: muestra la belleza de la cadena montañosa central de Panamá con sus diferentes climas y altitudes.
11. Santuario de Vida: zonas que se caracterizan por su alta diversidad biológica.
12. Ruta de Tránsito de los Tesoros: revive la legendaria ruta a lo largo de la cual se construyó el canal transísmico. Misma ruta utilizada durante el tiempo de la conquista para transportara el oro y otras riquezas de Sudamérica hacia Europa.
13. Ruta de Piratas y Pasajes Secretos: son caminos alternativos llenos de la historia de los grandes saqueadores y criminales de todos los tiempos; que asolaron los poblados de Panamá.
14. Ruta de los Tres Océanos: expone el descubrimiento que, además del Caribe, Panamá se encuentra dentro de dos diferentes océanos en el lado del Pacífico. El Golfo de Chiriquí al oeste de Panamá, rico en corales; y el Golfo de Panamá con concentraciones espectaculares de peces, camarones, aves marinas y mamíferos marinos.

⁸ Plan de Acción TCI. Unidad TCI del Instituto Panameño de Turismo. 2001

15. La Saga del Istmo: ruta donde se narra la historia geológica del Istmo de Panamá, con sitios patrimoniales del Valle de Chucunaque, las costas de Bocas del Toro y Colón, y la Península de Burica.

CANAL DE PANAMÁ

El Canal de Panamá es el atractivo más visitados por los turistas durante su visita al país. La divulgación de su traspaso trajo doble ventaja en materia de turismo: mayor visibilidad del país en el exterior y reducción de riesgo de ataques terroristas por dejar de ser propiedad de Estados Unidos.

La Autoridad del Canal de Panamá recibe a sus visitantes en el Centro de Exhibiciones de las Esclusas de Miraflores. El lugar está acondicionado con un mirador elevado a unos seis metros del suelo; en donde el visitante puede sentarse cómodamente a observar todo el recorrido de los barcos de una cámara a otra hasta salir de las Esclusas, mientras reciben una explicación en inglés y español. También tienen un salón de exhibiciones en donde brindan material audiovisual referente a la historia del Canal desde el intento francés hasta nuestros días; y una maqueta con juego de luces que muestra el recorrido de los barcos de un océano a otro. Durante la jornada se regalan trípticos informativos, escritos en cuatro diferentes idiomas.

Está en construcción un edificio de cinco pisos, destinado a ser el Centro de Visitantes de Miraflores; en donde se brindarán mayores y mejores servicios y productos. Se tiene planificado colocar un restaurante de lujo, Snack Bars, tiendas de souvenirs, un centro de reuniones, y un teatro con capacidad para 185 personas. La inauguración del nuevo centro está programada para el 15 de agosto del 2002, día del 88 aniversario del Canal de Panamá.

Dependiendo de la acogida del proyecto se está considerando la construcción de un Centro de Visitantes similar en Gatún. Posteriormente se evaluará la viabilidad de un Parque Temático sobre el Canal.

Otra facilidad turística que ofrece la ACP son las instalaciones del puerto de cruceros en el Lago de Gatún, Gatún Yate Club. Estas facilidades son arrendadas a diferentes empresas operadoras de cruceros, las que se encargan de complementar con otros elementos la experiencia turística a sus clientes.

En 1996, ARI desarrolló un Plan General para Uso, Conservación y Desarrollo del Área del Canal. El Plan es un marco de trabajo para el desarrollo de varios sectores de negocios; tales como el turismo, marítimo, industrial y de salud. Propone unos 17 proyectos relacionados con el turismo a un costo aproximado de B/. 378 millones, generando unos 7.645 puestos de trabajo.

Algunos de los proyectos ya se han realizado. El Gamboa Rainforest Resort, que incorpora el concepto TCI, y los puertos de cruceros en la área portuaria y áreas adyacentes al Canal, son ejemplos de estos. Aun quedan varios proyectos por desarrollar.

El Plan de Desarrollo Turístico de Fuerte Amador desarrollado en 1996, fue dirigido al área del Causeway en la entrada del Canal en el Pacífico. El Causeway, como se le conoce popularmente, es una barrera artificial para bloquear corrientes marinas. El pedraplén parte desde tierra firme y une un conjunto de cuatro islas en un corredor. Desde el Causeway se tiene una vista panorámica de la Ciudad de Panamá y el Puente de las Américas. El proyecto propone el desarrollo de un complejo turístico con una serie de hoteles, restaurantes, marina, museos, comercio y un sistema de transporte interno, todo con estándares internacionales. El proyecto no se ha llevado a cabo de forma integral. Actualmente está construcción una Marina/Resort que se amolda a las propuestas del plan, el Museo "Acuario del Mundo" y el "Panama Canal Village".

PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS

El Arquitecto Frank O. Gehry⁹, reconocido mundialmente por la creación del Museo Guggenheim de Bilbao - España, propuso a Panamá la creación de tres proyectos en el área canalera, todos bajo el Concepto TCI. Planteó la edificación del “Acuario del Mundo” en el Fuerte Amador; el “Museo de Herencia Cultural” al lado del Hotel Washington en Colón; y un “Centro Interpretativo de la Naturaleza” en Fuerte Sherman. El costo total para los tres proyectos es de 70 millones de dólares. Después de una espera de dos años desde el anuncio de los proyectos, fueron superados los trámites legales y técnicos para la construcción del “Acuario del Mundo”. En estos momentos se encuentran en la etapa de diseño.

Es posible que en el 2002 se inicien los trabajos del Acuario del Mundo, proyecto que tendrá un costo de 38 millones de balboas y que consiste en un gran museo tropical, que mostrará la gran biodiversidad marina del país. Los terrenos para la edificación de la obra, así como el capital fueron suministrados por la ARI.

SOL, ARENA Y MAR

Sitios soleados y cercanos al mar constituyen la motivación primaria para gastar en vacaciones en el exterior. Los principales mercados emisores son regiones del norte con climas fríos.

La posición competitiva de Panamá en el sector es buena, pero limitada. El proyecto Royal Decameron Resort con 600 habitaciones de calidad internacional ha sentado las pautas para el desarrollo en la Zona 4- Farallón. Este proyecto generó la oferta necesaria para atraer vuelos chárter directos desde Canadá y Europa.

Un problema registrado en Farallón es la construcción de áreas residenciales en zonas de playa; reduciendo el área de playa para los turistas, dificultado el acceso y alterando la belleza escénica natural de la región.

En los últimos años la Zona 2 – Bastimentos (Provincia de Bocas del Toro) se ha popularizado como destino turístico, pero su sostenibilidad tiene grandes limitantes. El desarrollo del turismo en Bocas del Toro se ha llevado de forma desordenada y está deteriorando las formaciones coralinas de la región. Cuentan con poca supervisión del IPAT. Existe un problema de tenencia de tierras por registros oficiales que no reflejan la realidad; lo que desincentiva la inversión privada. Las delimitaciones de zonas protegidas no están claramente definidas. Los únicos dos caminos de acceso a la provincia sobre los ríos Xixaola y Changuinola tienen puentes en pésimo estado que amenazan con colapsar. La disposición de aguas servidas y sólidos es hecha en las playas sin ningún tipo de tratamiento. La educación de la población es deficiente; por lo que sólo tienen una participación pasiva. El desarrollo es llevado por extranjeros.

EL BID en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas están elaborando una Estrategia de Desarrollo Sostenible Integral para la Provincia de Bocas del Toro. Actualmente se encuentra en fase de diagnóstico.

La Zona 7 – San Blas, adicional a las playas del Caribe, brinda un ambiente de convivencia con la cultura local. Sin embargo, su desarrollo se encuentra obstaculizado por la falta de capital y especialización de los Kuna Yala y por la prohibición de inversión y operación de personas no-nativas.

La Zona 8 - Las Perlas tiene una base de recursos excelentes pero con limitada capacidad de carga, en términos de tierra disponible y facilidades de servicios básicos.

⁹ Ganador del Premio Pritzker de Arquitectura y la Medalla de Oro de la American Institute of Architecture.

ARTESANÍAS

La artesanía ha representado un papel preponderante en la idiosincrasia y cultura de los pueblos en Panamá. Las artesanías panameñas que son más conocidas internacionalmente son la Mola, la Tagua y las Cestas. Cerca del 80% de la exportación artesanal es en Mola; y Estados Unidos es el mayor importador. Sin embargo, no ha constituido uno de los renglones de prioridad dentro de los planes de desarrollo nacional.

La mayoría de los artesanos trabajan individualmente y viven de lo que pueden producir. Sufren de serias limitaciones económicas y no son sujeto de crédito. Tienen problemas para manejar su propio negocio, pues muchos desconocen sus costos de producción, tienen limitada accesibilidad a capacitación técnica y de comercialización. Producen poco y sus diseños carecen de variedad en sus aplicaciones. Por lo general no están organizados en cooperativas u otras agrupaciones en donde puedan apoyarse mutuamente para tener acceso a recursos.

La Dirección General de Artesanías Nacionales (DGAN) en junio de 1997, adscrita al Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), fue establecida para apoyar el desarrollo del sector artesanal. Sus objetivos son organizar, dirigir y coordinar el programa de artesanías nacionales a través de actividades de fomento, desarrollo, asistencia técnica, promoción y comercialización.

A través de su departamento de Fomento y Desarrollo Artesanal se realiza un registro de artesanos a nivel nacional, mediante un carné de identificación. Actualmente tienen una base de datos con 2.000 artesanos en toda la República clasificados por tipo de actividad.

A los artesanos registrados en la DGAN se les brindan seminarios de actualización y gestión de negocios, calidad, autoestima, estímulo de la creatividad y usos de las diferentes técnicas. Para ello cuentan con el respaldo de organizaciones como la Universidad Nacional, INAFORP, MIDA, MIVI, FUNDARTE, y técnicos del exterior. En cuanto a financiamiento, el Departamento de Comercialización coordina un programa de préstamo de B/.200 para los artesanos registrados, pagaderos en especie.

La Dirección administra nueve mercados artesanales, distribuidos uno en cada provincia. Cada uno ofrece un surtido completo de las artesanías típicas de todo el país. Los productos de los artesanos registrados son comprados por la Dirección y revendidos en los mercados. Los mercados son financiados por el Estado y con el 10% de las ventas.

La DGAN anualmente organiza ferias regionales en las provincias; y desde hace 25 años realiza la Feria Nacional de Artesanías. Esta feria reúne a unos 350 artesanos de toda la República que exhiben sus productos al público en general durante cinco días en el Centro de Convenciones ATLAPA. Las ventas y pedidos posteriores han sobrepasado los B/. 200,000. (Gráfico 9)

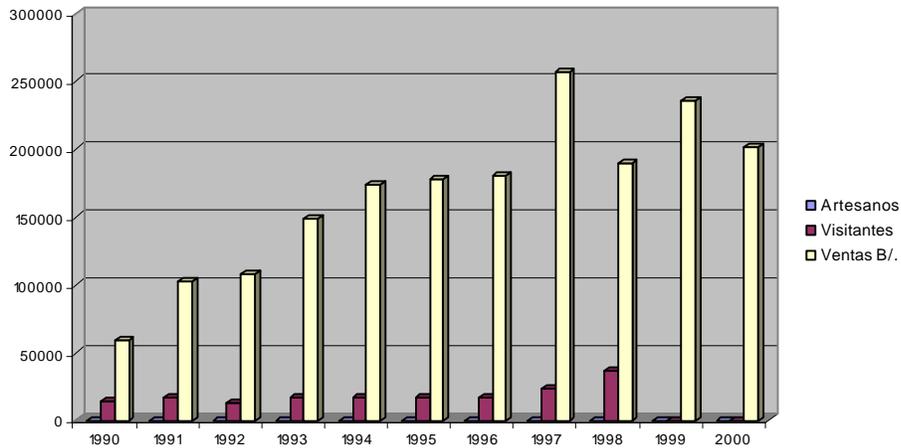
No se identificó un vínculo entre la DGAN y el IPAT para el desarrollo de un plan estratégico combinado. La Dirección ha sostenido reuniones con el Consorcio encargado de la campaña de publicitaria de turismo en donde han conversado de realizar pequeños documentales con artesanías, pero hasta el momento de la entrevista no había ningún acuerdo en concreto.

Debido a la falta de organización y debilidad del sector artesanal, la DGAN es prácticamente el único enlace comercializador del artesano. Sin embargo, la Dirección no se especializa en el mercadeo y comercialización internacional. Su rango de acción se resume en los mercados y ferias artesanales y las relaciones públicas con homólogos internacionales.

Entre las metas de la DGAN para este periodo administrativo están la realización de un Censo Nacional de Artesanos y Artesanías en conjunto con el Departamento de Estadística y Censo de la Contraloría. Pretenden crear una Cooperativa a nivel nacional que agremie a los artesanos de forma tal que facilite la coordinación con ellos. Están desarrollando un Catálogo de Artesanías en español e

inglés; como fuente de información que reposará en las Embajadas de Panamá en el exterior, con miras a incrementar las exportaciones de artesanías.

Grafico 9
Feria Nacional de Artesanías
Estadística de Artesanos Participantes, Visitantes y Ventas



Años	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Artesanos	274	305	400	428	420	420	350	406	348	357	340
Visitantes	15,000	16,746	13,329	17,328	17,096	17,200	17,000	23,262	36,927	Nd	nd
Ventas B/.	59,000	102,325	107,263	148,161	173,368	177,141	179,755	256,159	189,785	235,892	201,820

Nota: No están disponibles los datos de 19989 y algunos del 2000.
Fuente: Dirección General de Artesanías Nacionales, MICI.

En cuanto a la propiedad intelectual de la cultura y artesanía, la Ley 20 del 26 de junio del 2000 protege contra plagio internacional y reproducción en otros países; su aplicación aun está en trámites.

Para el fortalecimiento del sector artesanal se requiere de una entidad que haga de éste una actividad lucrativa. Para ello se requiere coordinar a los artesanos, proporcionarles estabilidad laboral, brindarles capacitación focalizada, implementar normas de calidad y niveles de producción para comercializar nacional e internacionalmente los diferentes productos artesanales.

COMPRAS

La Ciudad de Panamá es un gran centro de compras con varios sitios y avenidas comerciales, ofertando una variedad de artículos nacionales e importados para todo presupuesto. El horario de compras varía, pero la mayoría de los almacenes abren de 9:00am a 6:00pm y algunas incluso hasta las 10:00pm de lunes a domingo.

Varios son los sitios para escoger entre los que destacan la Vía España en el corazón del Centro Bancario y el Área Hotelera que se puede recorrer fácilmente, allí los almacenes de artículos exclusivos, se mezclan con los hoteles que se encuentran a uno y otro costado de esta arteria comercial. También la famosa Avenida Central, convertida en una vía peatonal de compras, donde se concentran la mayoría de los almacenes con precios populares.

En la ciudad encontrará cadenas de supermercados, farmacias, estaciones de gasolina y restaurantes que ofrecen sus productos las 24 horas del día. Adicionalmente se encuentran distribuidos en forma estratégica una gran cantidad de Centros Comerciales de gran tamaño que completan la oferta de compras.

En todos los casos puede utilizarse tarjetas de crédito Visa, American Express, Master Card y Dinner Club o el dólar estadounidense que es de libre circulación.

2.2.2 HOSPEDAJE

Los servicios de hospedaje son los generadores de la mayor cantidad de empleos directos en el sector de turismo de Panamá. Los sitios de hospedaje están clasificados dentro de las siguientes denominaciones: Hotel, Apartotel, Residencial, Pensión, Cabañas, Hostal, Motel y Bungalow.

El 61% de la oferta de alojamiento está concentrada en la ciudad de Panamá; y está mayormente orientada al viajero negocios, debido al estilo de desarrollo de la Capital. Según estudios del IPAT, el turismo que se desarrolla en el resto del país es básicamente turismo interno, siendo la Capital el centro emisor. Actualmente se están llevando a cabo proyectos en la Ciudad de Colón y en las provincias de Chiriquí y Coclé para brindar al visitante facilidades cercanas a atractivos turísticos fuera de la Ciudad Capital. El Gráfico 10 muestra la oferta de lugares de alojamientos por provincia en el año 2000.



Nota: Sólo incluye los establecimientos registrados por el Departamento de Empresas Turísticas del IPAT. Excluye los establecimientos de hospedaje en San Blas.

Fuente: Registro Nacional de Turismo. IPAT

El IPAT a diseñado una clasificación nacional en la que divide a los hoteles por categorías, de acuerdo al tipo de servicio brindado. Según este sistema, en la ciudad de Panamá operan quince (15) hoteles designados de primera categoría y treinta (30) de segunda categoría. (Cuadro 13)

Cuadro 13

HOTELEROS DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE PANAMÁ: AÑO 2001

Primera Categoría		Segunda Categoría		
Panamá	Miramar Intercontinental	Aramo	California	Venecia
Plaza Paitilla Inn	Radisson Royal Panamá	Europa	Veracruz	DeVille
Riande Continental Ciudad	Country Inn Suites	Roma	Caracas	Crystal Suites
Ejecutivo	Marriott Panamá	Riazor	Doral	Río de Janeiro
Granada	Bristol	Ideal	Costa Inn	Caribe
Riande Continental Aeropuerto	Holiday Inn	Gran Soloy	Dos Mares	Los Arcos
Caesar Park	Best Western	Acapulco	Montreal	Costa del Sol
Suites Ambassador		Bella Vista	Discovery	Latino
		Centroamericano	Villa del Mar	Andino
		Tower House Suites	Marbella	Lisboa

Fuente: Registro Nacional de Turismo. IPAT. Agosto, 2001.

Una evaluación de la empresa norteamericana Freeman Group, hecha en junio del 2001, muestra bajos niveles de calificación en lo referente a servicio, atención, reservaciones, ama de llaves y calidad de alimentos y bebidas en hoteles. Esto se reflejó especialmente en hoteles del interior del país. Eric Paz, ex-presidente de APATEL, atribuye la deficiencia de los hoteles en el interior a la falta de presupuesto para capacitación y servicio; porque suelen tener una ocupación por debajo del 10%. La calificación de la calidad promedio del servicio hotelero quedó un punto por debajo de la evaluación hecha en Costa Rica, Aruba, Puerto Rico y Bermuda.

Panamá no ha adoptado el sistema de clasificación internacional para hoteles, a pesar de poseer la reglamentación¹⁰ desde 1997. Cada hotel se ubica en el rango que considera que está y se asigna las estrellas en base al servicio que ofrece y las características que tiene. Esta práctica puede desacreditar a la industria hotelera, si los estándares auto-asignados están por debajo de los internacionales, y por ende perjudicar al país como destino turístico.

De adoptarse la clasificación internacional hotelera, la industria turística del país se posicionaría dentro de los estándares del ámbito mundial; garantizando al cliente el tipo de servicio que recibirá, y ofreciendo al inversor claras reglas del juego.

OCUPACIÓN HOTELERA

De 1993-95, la industria hotelera tuvo una disminución promedio de 3% anual en su oferta de habitaciones; lo que ocasionó niveles de ocupación de hasta un 70% en hoteles de primera categoría. El incremento sostenido de turistas originó alerta en la industria y en el sector gubernamental. En 1995 se puso en vigencia la Ley 8 de Incentivos a la industria Turística, con el objetivo de estimular el sector privado¹¹ y preparar al país para continuos aumentos de visitantes. La exoneración de incentivos ofrecidos por la Ley, atrajo gran cantidad de nuevas inversiones en turismo; especialmente en la oferta de habitaciones, las cuales tuvieron un incremento promedio anual de 10% de 1996-2000, después que su crecimiento desde 1993-1996 había sido menor del 1%.

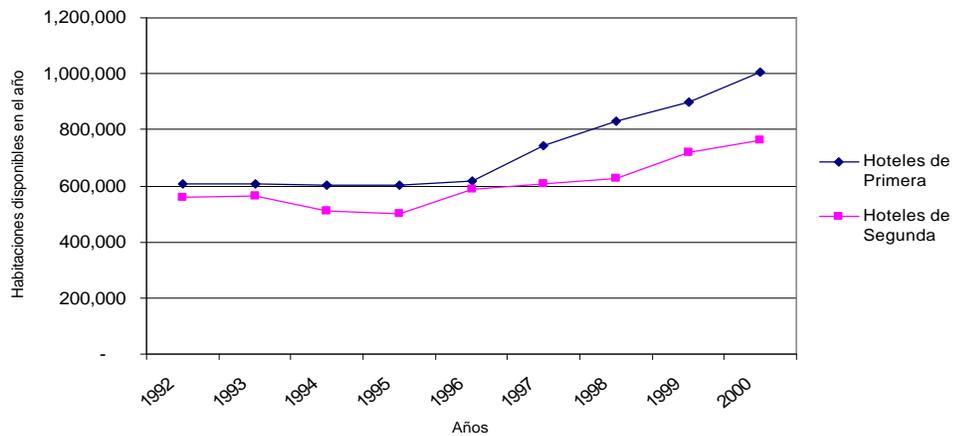
¹⁰ Reglamentación desarrollada con el asesoramiento de la Organización Mundial del Turismo.

¹¹ Siguiendo los lineamientos del Plan Maestro de Desarrollo Turístico para Panamá, elaborado en cooperación técnica con la OEA en 1993.

Los hoteles de primera categoría en la Ciudad de Panamá tuvieron un aumento promedio anual en su disponibilidad de un 11%, y los de segunda categoría de un 9%. Desafortunadamente la llegada de visitantes incrementó a un ritmo menor que el crecimiento en la oferta de habitaciones; lo que ha ocasionado una caída drástica en los niveles de ocupación. La tasa de ocupación en el 2000 registró el más bajo nivel de la última década, pasando de 50.3% en 1996 a 40.06% en el 2000. (Gráfico 11, 12 y 13)

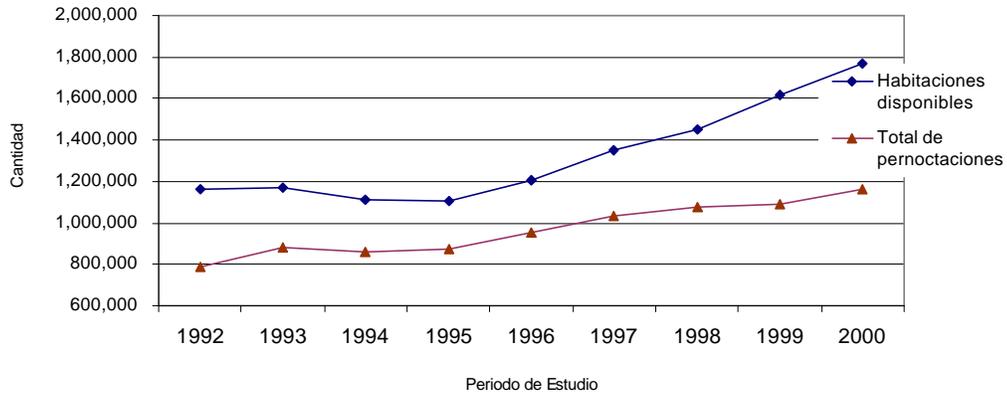
Ante esta situación, los hoteleros decidieron bajar progresivamente sus tarifas hasta un 15% para captar clientela. La estrategia no dio los resultados que esperaban; más bien agudizó la situación al no recibir un incremento de cliente y estar vendiendo a precios cercanos al costo. La práctica sólo abarató la oferta del país con respecto a la región, sin siquiera estimular la visitación. Esto puede crear una desconfianza en la calidad de los servicios hoteleros en el país.

GRÁFICO 11
EVOLUCIÓN DE LOS HOTELES DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA
CIUDAD DE PANAMÁ



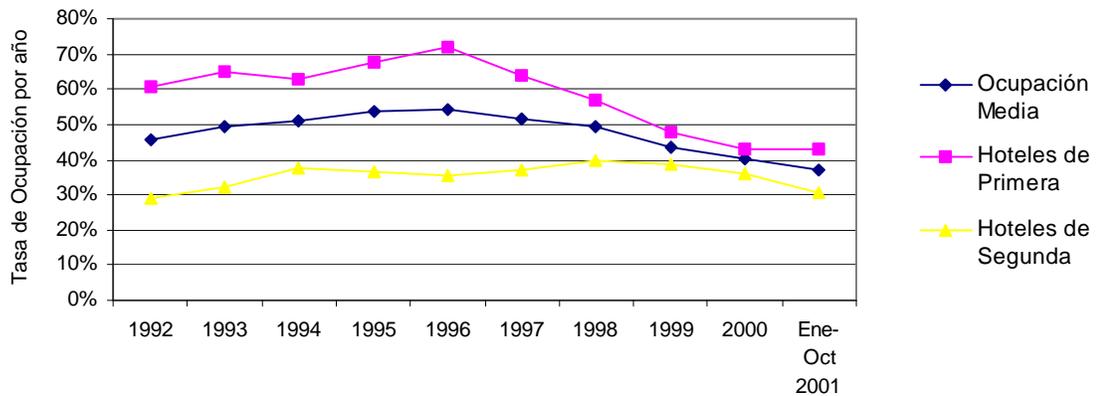
Fuente: Departamento de Estadística del IPAT.

GRÁFICO 12
HABITACIONES DISPONIBLES VS PERNOCTACIONES



Fuente: Departamento de Estadística del IPAT

GRAFICO 13
TASA DE OCUPACIÓN DE LOS HOTELES DE PRIMERA Y SEGUNDA CATEGORÍA
CIUDAD DE PANAMÁ



Fuente: Departamento de Estadística del IPAT.

A pesar de las contrariedades y de la desaceleración económica mundial, la confianza de los empresarios en la industria se ve reflejada en la apertura de nuevos hoteles y Resorts. Se están desarrollando proyectos de turísticos de primera categoría como la recién llegada Cadena Barceló a Chiriquí, el Avalón en las Cumbres, el Country Inn and Suit Amador en el Causeway; también se están ejecutando proyectos de ampliaciones en Hotel Decameron en Farallón, Hotel Gaviota en Las Lajas, el Drago Mar International Resort en Bocas del Toro y el Canopy Tower en Panamá. Estos

proyectos salen del esquema de viajeros de negocios; más bien están dirigidos al turista recreacional y para la convivencia con la naturaleza.

TIEMPO DE ESTADÍA EN HOTELES

Un aumento significativo en la llegada de turista, como el que se dio en 1997, no necesariamente tiene efecto en la tasa de ocupación anual de los hoteles en la Ciudad de Panamá. La ocupación hotelera también depende del tiempo de estadía del visitante. Para ello, el visitante requiere de información que lo estimule a realizar más actividades dentro del país. Un 66% de personas entrevistadas¹² en el aeropuerto internacional dicen haber recibido poca o ninguna información turística.

ASOCIACIÓN PANAMEÑA DE HOTELES - APATEL

APATEL tiene como objetivo el defender los intereses de la industria hotelera y a la vez buscar mecanismos que contribuyan a su mejoramiento. Ésta conformada por dueños y gerentes de hoteles en el país. Actualmente están inscritos 54 hoteles; 16 de éstos ubicados en el interior del país. La Asociación cuenta con el apoyo de los mejores hoteles de Panamá y tiene representación en la Junta Directiva del IPAT.

Recientemente tuvieron elecciones, en donde se eligió como nuevo Presidente de la Asociación a Don César Tribaldos, ex-gerente del IPAT durante el periodo entre 1994 -1999. La nueva Junta Directiva está por desarrollar sus planes para el nuevo periodo administrativo. Dentro de sus lineamientos está el ampliar la cantidad de afiliados para tener mayor representación; ejecutar programas de capacitación para mejorar la eficiencia de los hoteles y generar ahorros; apoyar los programas del Estado dirigidos a la promoción internacional del país.

Don César Tribaldos considera que los mayores problemas que enfrenta el sector hotelero es la falta de promoción del país como destino turístico; el alto costo de la energía eléctrica; el costo de la mano de obra durante el horario nocturno, días feriados y de duelo nacional; y las tarifas aéreas poco atractivas para el turismo recreacional.

Para mejorar un poco la posición del sector se están realizando gestiones para que se les conceda una reducción del 10% en el costo de la energía eléctrica que es uno de los recursos de mayor consumo.

El uso del Internet y los múltiples vuelos hacia un mismo destino en menos de 24 horas, son situaciones del mercado que el sector hotelero considera que les ha traído una contracción en la demanda. El Internet a contribuido a acortar distancia y a no depender de la presencia física en algunos negocios. Por su parte, existen líneas aéreas que tienen vuelos desde y hacia un mismo destino en menos de 24 horas; por lo que hay viajeros de negocios que no necesitan pernoctar en el país.

En su gestión continuarán con los programas de capacitación dirigidos al personal técnico de los hoteles. Para ello trabajan en conjunto con el Departamento de Capacitación en el proyecto del Hotel-Escuela. Como esfuerzo colateral tienen en varios hoteles pequeños centros de entrenamiento de personal. Consideran que lo ideal es unir esfuerzos para diseñar una Centro de Capacitación con estándares internacionales.

¹² Encuesta aplicadas en febrero del 2001, realizadas por el acuerdo de Cooperación Técnica Internacional IPAT-OEA.

DESCRIPCIÓN ALGUNOS HOTELES EN PANAMÁ

GAMBOA RAINFOREST RESORT

El Gamboa Rainforest Resort es un proyecto con un balance entre desarrollo, comunidad y conservación. Está ubicado en el área del Canal de Panamá, en el corazón del Parque Nacional Soberanía, a 40 minutos de la capital. Está posicionado como un resort que proporciona una variedad de experiencias educativas y de aventuras en la naturaleza.

Han creado varias exhibiciones para mostrar la amplia diversidad de la flora y fauna del bosque tropical: acuario de peces de agua dulce, jardines botánicos y de orquídeas, vivero de mariposas, áreas de incubación de las iguanas y tortugas, exhibición de reptiles, exhibiciones históricas y exhibiciones culturales de la comunidad Emberá.

Cuentan con un teleférico para ofrecer a los visitantes una vista panorámica del Parque Nacional Soberanía y del Canal de Panamá. Viajando entre las copas de los árboles, el teleférico alcanza una altura de 30 metros. La marina de primera clase provee giras al Río Chagres, al Lago Gatún y al Monumento Natural Barro Colorado del Smithsonian Tropical Research Institute (STRI) .

Desarrollaron una alianza con el STRI, en donde el hotel le ofrece tarifas especiales por el uso de las instalaciones y el STRI ayuda con la interpretación ambiental para los turistas, el entrenamiento de guías y provee asistencia para aumentar la concienciación de la conservación natural. También les permite usar el logo del STRI en sus publicaciones, previa autorización. Lo que da al hotel un valor agregado incalculable, por estar avalados por una de las entidades líderes en temas de conservación e investigación de áreas tropicales a nivel mundial.

El hotel cuenta con 38 villas renovadas, 107 nuevas habitaciones. Cada una de las habitaciones ofrece una vista espectacular del Río Chagres y los alrededores del Parque Soberanía. Tienen varios paquetes turísticos de tres noches y cuatro días de diferentes tipos de aventura en el bosque, giras acuáticas y giras por la ciudad. Las tarifas de los paquetes oscilan entre B/. 400.00 y B/. 600.00 por personas. Las reservaciones pueden hacerse por Internet. Un 60% de su clientela son corporaciones internacionales y nacionales que llegan a realizar sus convenciones.

HOTEL MELIÁ PANAMÁ CANAL

Nuevo hotel de lujo ubicado en la península del Lago Gatún, rodeado de vegetación tropical; a 15 minutos de la Zona Libre de Colón y 25 minutos de playas del Mar Caribe.

Posicionado como hotel de relajamiento y vida social. Cuenta con área de piscinas, SPA y gimnasio, canchas de tenis, campo de golf, transporte a las playas del Caribe con deportes acuáticos y diferentes paquetes de excursiones.

Tienen 220 habitaciones deluxe con vista al lago Gatún. En un edificio separado tiene el Royal Service con la suite presidencial y las junior suites. Instalaciones para conferencias y convenciones para 650 personas y dos restaurantes.

Ofrecen un sistema de reservaciones en línea y por llamadas gratuitas desde los Estados Unidos y Canadá. Las tarifas se ubican en el rango de los B/. 155.00 – B/. 285.00 por habitación.

HOTEL PANAMÁ

El Hotel Panamá cuenta con 345 habitaciones, suites, cabañas, una suite nupcial y habitaciones con facilidades para personas discapacitadas. Posicionado como hotel para viajeros de negocios, localizado en una de las arterias principales del centro de la Ciudad. Sus instalaciones tienen más de cincuenta años de antigüedad. Las tarifas de las habitaciones están en un rango entre B/. 140.00 y B/. 260.00

Cuenta con centro de negocios y centro de convenciones, galería comercial, restaurantes, gimnasio, SPA y sistema de reservación en línea. Ofrece planes anuales para uso de las facilidades y fines de semana en hoteles de playa y montaña.

HOTEL COSTA DEL SOL

Hotel posicionado para vacacionistas y viajeros de negocios nivel ejecutivo. Ubicado diagonal a los jardines del Hotel Panamá, en el centro de la Ciudad. Tienen sistema de reservaciones en línea. Sus tarifas van desde B/. 93.50 a B/. 114.50. Cuenta con 242 Junior Suites, equipadas con cocina completa y lavandería. Las facilidades del hotel son cancha de tenis, gimnasio, sala de conferencias, centro de negocios, agencias de giras, sala de masajes y peluquería.

MIRAMAR INTER-CONTINENTAL PANAMÁ

Con céntrica ubicación frente a la Bahía de Panamá, y vista hacia la Ciudad y el Casco Viejo, fue diseñado para convenciones, reuniones sociales de alto nivel, negocios y placer. Tiene 25 pisos con 206 habitaciones y suites diseñadas para hombres y mujeres de negocios con tarifas desde B/. 240.00. Ofrece centro de negocios, habitaciones equipada para negocios, piscina, dos restaurantes y un bar cocktail, entre otras facilidades.

SUITES AMBASSADOR

Suites Ambassador es el lugar céntrico para descanso, con cuarenta habitaciones. Está posicionado para viajeros de negocio. Ubicado cerca al área comercial de Vía España, le son accesible el área bancaria y centros de entretenimiento y abastecimiento. Sus tarifas están entre B/. 90.00 y B/. 100.00

BARCELÓ LAS OLAS BEACH RESORT

Hotel de nueva construcción situado en la Provincia de Chiriquí. Sus instalaciones están frente a Playa La Barqueta; playa de unos 27km de longitud, rodeada de exuberante vegetación. El hotel está a unos 29km del aeropuerto en la Ciudad de David.

Posicionado como hotel de descanso y recreación, ofrece su servicio "Todo Incluido", con completo programa de animación, y paseos a los alrededores. Tiene un total de 48 habitaciones y 86 plazas. Tarifas entre B/. 48.00 y B/. 76.00. Cuenta con restaurantes, salón de conferencias para 375 personas, piscinas, parque infantil, gimnasio, SPA, masaje, tiendas de regalos y peluquería.

a. RIANDE AEROPUERTO HOTEL AND RESORT

A unos pasos del aeropuerto Internacional de Tocumen; es el único hotel aeropuerto en la Ciudad de Panamá. Tiene gran accesibilidad al Centro Comercial Los Pueblos y a la Ciudad de Panamá a través del Corredor Sur. Posicionado como hotel para pasajeros en tránsito, con conexiones y viajeros de negocios y eventos sociales. Ofrece a sus clientes transporte gratuito al aeropuerto, tiene siete salones de reuniones y eventos sociales con capacidad para 800 personas; ofrece tours de cacería y observación de aves. Sus tarifas de habitaciones están entre B/. 99.00 y 180.00.

2.2.3 ALIMENTACIÓN

Panamá ofrece una gran variedad de sitios para todos los gustos y presupuestos. Muchos sitios están cerca de lugares de entretenimiento. Últimamente han tenido mucho éxito los restaurantes y cafés al aire libre que ofrecen un ambiente acogedor en lugares pintorescos alejados del ruido.

Entre la gran variedad de comidas que se ofrecen en los restaurantes se tiene comida panameña, caribeña, española, francesa, italiana, china, japonesa, coreana, mexicana, brasileña, comidas rápidas, cafeterías tipo buffet, y otras especialidades nacionales e internacionales. Algunos sitios están abiertos las 24 horas.

Encuesta realizada por Dichter & Neira rebela que los factores importantes para la competitividad de los restaurantes son: la atención, calidad, ubicación, ambiente, higiene, comodidad y variedad; y en menor escala el precio y la innovación en la preparación de la comida¹³.

La situación económica actual, el retiro de los norteamericanos y la proliferación de restaurantes "piratas"¹⁴ han mermado el negocio de los restaurantes y provocado el cierre de algunos establecimientos.

El expresidente y actual asesor de la Asociación de Restaurantes y Afines de Panamá (ARAP) considera que la clientela a restringido sus gastos y por ello la baja ha sido pareja en los restaurantes de todos los niveles. Para contrarestar la situación, los restaurantes han bajado los costos de sus platos de comida y en algunos casos han tenido que absorber el incremento de algunas materias primas como la carne.

En general el sector de restaurantes ha tenido una contracción del 25% al 40% respecto al 2000. De hecho, las quiebras de restaurantes se han multiplicado. No obstante, otros han abierto en los mismo locales. Realmente no son inversiones nuevas, más bien otros inversionistas han remodelado los locales para abrir con otros nombres.

ARAP ha adoptado una serie de medidas para hacerle frente a la crisis, entre estas ha organizado una serie de cursos de capacitación para los miembros. Más de cien restaurantes pertenecen a la asociación. Los dueños y gerentes se reúnen y analizan los problemas y aspiraciones de todos los miembros.

El actual presidente de ARAP, Rino Tamburelli sostiene que la clave para la sobrevivencia en tiempos de crisis es innovar permanentemente, reducir el costo sin menoscabar la calidad del servicio ni de los productos e involucrar al personal en la situación particular del negocios o de la economía.

¹³ Encuesta realizada a 400 ejecutivos de la pequeña, mediana y grande empresa en Panamá. Los resultados pueden estar hasta cierto punto afectados por el apego por lo nacional y definitivamente no necesariamente son representativos del punto de vista del turista recreacional. A pesar de ello, la encuesta es una herramienta que da parámetros para mejorar la ejecución de los restaurantes.

¹⁴ Los restaurantes "piratas" son lugares de preparación de comida que no tienen licencia de operación. Vende sus platos de comida a empleados de oficinas. Tienen gran aceptación por lo económico, el servicio a domicilio sin recargo y las facilidades de pago.

2.2.4 AGENCIAS DE TURISMO

En Panamá, la Ley 73 de 1976 clasifica a las agencias de turismo en dos categorías: la categoría "A" son las empresas autorizadas a operar turismo receptivo y emisor, y la categoría "B" solamente turismo emisor.

Las agencias de turismo receptivo u operadores de tours son los que fabrican los paquetes turísticos. Las agencias de viajes son minoristas que venden boletos de viajes y paquetes turísticos hacia el exterior. Actualmente existen 152 agencias de turismo en el país; 142 con categoría "A", y 10 con categoría "B". Un 86% está concentrado en la Ciudad de Panamá.

Los operadores de tours y las agencias de viajes están agremiados en dos distintas asociaciones: Asociación Panameña de Operadores de Tours – APOTUR y Asociación Panameña de Agencias de Viajes y Turismo – APAVIT, respectivamente.

APOTUR es una organización que une a los operadores especializados en turismo receptivo. Actualmente tiene 25 asociados. Su objetivo es respaldarse mutuamente para tener más injerencia en las decisiones sobre el futuro turístico de Panamá. Actualmente no pertenecen a la Junta Directiva del IPAT, y esta es una de sus grandes metas; porque no sienten que sus intereses son adecuadamente representados ante la Junta por APAVIT.

Aun no están lo suficientemente coordinados para ofertar los planes turísticos como gremio en ferias internacionales o nacionales. Hasta el momento, la participación es individual. Sólo logran promocionarse aquellos operadores de tours que tienen la capacidad económica para sufragar los gastos de participación en las ferias. Esto hace que la oferta del país se perciba como limitada.

Los operadores de tours son considerados por la Ley como agencias de turismo de categoría "A". Aunque solo manejen turismo receptivo, deben llenar los requisitos exigidos para ser emisores de turistas. Los operadores ven esto como un problema especialmente para aquellos que quieren especializarse en nichos definidos. Por ejemplo, un especialista de aves, por Ley, no es idóneo para operar una agencia de turismo receptivo para observación de aves, si éste no llena los requisitos de un agente de viajes.

Uno de los grandes problemas que enfrentan es la existencia de pocos guías con una preparación adecuada para atender clientes exigentes; se estiman unos veinte. Los guías por lo general son empíricos free lancers. Los operadores de tours por un lado y el mismo interés de las personas los convierte en guías profesionales, algunos especializados en observación de aves, flora tropical, etc.

La Ley 8 no ha beneficiado a las agencias de turismo en gran medida, porque está orientada hacia la exoneración de impuesto de bienes adquiridos. La mayor inversión de los operadores de tours es en mercadeo, y este rubro no se contempla dentro de la Ley 8.

APAVIT tiene como finalidad el trabajar en conjunto para alcanzar logros, entre ellos acuerdos con líneas aéreas, que serían difíciles de alcanzar individualmente. Según su presidenta, hay inscritos más de la mitad del total de agencias de viajes en el país.

Forma parte de la Junta Directiva del IPAT, representando tanto a las agencias de turismo emisor como turismo receptivo. De acuerdo con su presidenta, los atributos que lo hacen formar parte de la Junta Directiva son su solvencia económica, nexos a nivel internacional, la participación tanto de operadores como de emisores, y su contribución al financiamiento del IPAT. Por un lado, APOTUR quiere llegar a tener representación propia. Por el otro, APAVIT quiere que tanto operadores como agencias de turismo emisor se agremien en una sola asociación.

Desde hace dos años, las aerolíneas decidieron rebajar la comisión por boletos vendidos a las agencias de viaje, del 10% al 6%. Desde entonces, las agencias empezaron a tener problemas de liquidez, por la reducción en ingresos y porque gran parte de sus ventas son hechas al crédito por

treinta y sesenta días. La situación se agrava aún más por la caída radical de la demanda debido a los atentados terroristas.

Las agencias de viaje están adoptando estrategias a corto y mediano plazo para mejorar su situación. Por una parte están realizando acciones legales para el restablecimiento del 10% como comisión. Por otro lado, trabajan junto con las aerolíneas en el diseño de una campaña masiva de publicidad para aumentar la demanda de vuelos. Idean planes para educar al consumidor a comprar al contado; y están diversificándose, ofreciendo servicios adicionales.

En cuanto a la preparación del recurso humano para el negocio. Se han visto en la necesidad de preparar a sus empleados durante el trabajo; porque consideran que las universidades no llenan las necesidades de la industria. Aún no tienen previsión para solucionar este problema; pero aseguran que el negocio de agencias de viajes en Panamá requiere más tecnología y capacitación para mejorar su productividad.

2.2.5 SISTEMAS DE TRANSPORTE

TRANSPORTE TERRESTRE

TAXIS

La ciudad de Panamá tiene dos tipos de servicios de taxis: el taxi de turismo y el taxi para el público en general. Las tarifas están predefinidas por sector, no utilizan taxímetro. Éstas pueden ser consultados en los puestos de administración ó "piquerías".

Los taxis de turismo tienen su puesto en el área de salida del Aeropuerto, después del paso por Aduana. El viaje de 30 minutos en taxi desde el Aeropuerto de Tocumen hacia la Ciudad de Panamá puede costar alrededor de B/.20.00.

Los taxis para público en general circulan en todo el país. Se distinguen de otros autos por sus rótulos en las puertas y una señal en el techo del automóvil. Las condiciones de los vehículos varían. Hay servicio de taxi con vehículos nuevos y bien acondicionados y también los hay en mal estado. Hay varias agencias de taxis que administran las operaciones de sus miembros. El costo mínimo de un viaje es de B/. 1.00. Puede solicitarse el servicio a domicilio o tomarlo en las avenidas.

BUSES

El sistema de buses dentro de la Ciudad de Panamá está pasando por cambios radicales. Se han agregado a la oferta de buses de transporte los llamados corredores y los expresos. Los buses corredores son aquellos que solo recogen pasajeros en ambos extremos de la ciudad y hacen su recorrido por los Corredores Norte y Sur. Esto agiliza el traslado y descongestiona un poco el tráfico en las tres calles principales de la ciudad. Los expresos son buses que solo recogen pasajeros en las paradas de mayor flujo. Estas dos nuevas modalidades de rutas tienen buses nuevos con aire acondicionado y asientos cómodos, a un costo de B/ 0.75.

Las rutas regulares de buses transportan a la población a través de las cuatro arterias principales de la ciudad. El servicio es deficiente, son pocos para la demanda y una considerable cantidad de los buses están en mal estado. Los dueños de buses alegan que la tarifa del pasaje no cubre los costos de mantenimiento y operación. Por otro lado, la población no está dispuesta a pagar más por un servicio deficiente. Sin embargo, los transportistas y el gobierno acordaron aumentar el pasaje mínimo de B/ 0.15 a B/ 0.25 si para el 15 de diciembre del 2001 el servicio de buses mejora. Para ello se han habilitado facilidades de crédito y otras condiciones para su realización.

Desde el 2000, todos los sistemas de buses en la Ciudad hacen escala en la Gran Terminal Nacional de Transporte en las áreas revertidas de la ciudad capital. La Terminal funciona como centro de

acopio y trasbordo de pasajeros que vienen en buses de la ciudad y del interior del país. Cuenta con múltiples facilidades para los pasajeros tales como: centro de compras, lugares de esparcimiento, feria de alimentación, sanitarios y teléfonos públicos, elevadores, rampas para equipaje pesado y sillas de ruedas, servicio de taxis y buses hacia diferentes puntos del país. Frente a la Terminal se está construyendo un centro comercial grande; de un área de 200.000 mts² y 5.000 estacionamientos.

Los buses del interior del país tienen capacidad para unas 25 personas, asientos cómodos con aire acondicionado y se encuentran en buen estado. Para viajar a las provincias centrales generalmente toma unas 4.5 horas. El costo oscila en B/. 12.00 ida y vuelta dependiendo del destino.

Los buses hacia Chiriquí, Veraguas y Colón tienen capacidad para 60 personas aproximadamente, son buses con mayor comodidad, sillones reclinables, aire acondicionado, música y en ocasiones televisión.

Hay otras líneas de transporte que viajan desde la Ciudad de Panamá hasta la Ciudad de San José en Costa Rica. Utilizan buses de lujo, con aire acondicionado, sanitario y cómodos asientos reclinables. El costo es de B/ 50.00 ida y vuelta. El viaje es de 15 horas aproximadamente.

FERROCARRIL

El Ferrocarril transístmico, Panama Canal Railway (PCR), atraviesa al istmo desde las costas del Océano Atlántico hasta las costas del Mar Caribe; pasando por las Ciudades de Panamá y Colón. Fue inaugurado en junio de 2001. Con sólo 47 millas, es el ferrocarril más corto del mundo.

Su principal objetivo es el movimiento de contenedores a través del Istmo. El negocio está vinculado en mayor grado al comercio internacional que al local. El 25% de los contenedores que movilizó el Puerto de Manzanillo¹⁵ pertenecían a la Zona Libre de Colón y a Panamá.

Durante la ejecución del contrato acogieron la solicitud del Gobierno Nacional de ofrecer el servicio de movimiento de pasajeros y turistas. En ese contexto, la empresa adquirió cuatro vagones de lujo con balcón incorporado, especiales para pasajeros. Cada vagón tiene una capacidad total de 90 personas; pero se redujo a 50 para destinar espacio para un bar privado y área de esparcimiento.

La Zona Libre de Colón, por su parte, le propuso al PCR que ofreciera la opción de vagones acondicionados para que funcionen como salas de negocios para sus ejecutivos. Equipados con acceso a Internet y otras facilidades para apoyar contactos de negocios.

De las 47 millas de recorrido, 40 corren paralelas al Canal de Panamá. Los pasajeros pueden disfrutar de la belleza escénica y del clima de la Cuenca. La historia que acompaña al ferrocarril y al Canal es de gran valor para el turista. Tanto es así que una línea aérea internacional reservó cupos para festejar la Navidad a bordo del tren. Los hoteles que operan en la ruta del ferrocarril hacen planes para servir como "parada obligatoria" en el trayecto de algunos tours. Todo el sector de turismo en general (agencias de turismo, hoteles, restaurantes, artesanos, etc.) puede beneficiarse de los servicios del PCR agregando diversión, información cultural, recorridos conexos y venta de souvenir.

a. PROYECTOS EN ESTUDIO PARA TRANSPORTE TERRESTRE MASIVO

El Gobierno Nacional está analizando otros medios de transporte terrestre masivo para agilizar el traslado y descongestionar las vías en la Ciudad Capital. Se busca que las alternativas se

¹⁵ Manzanillo International Terminal movió más de un millón de teus (unidad de medida de contenedores) en el 2000. Cifra que sobrepasa las operaciones de todos los puertos de América Latina y el Caribe.

enmarquen dentro de las limitaciones del país, tomando en consideración: el costo total del proyecto y la restricción de gasto público acordada con el FMI; la accesibilidad del costo del pasaje para las masas y la cantidad de pasajeros que moverá el proyecto. Ante esto, surgen las alternativas del Tren Ligero y el Sistema de Bus Rápido.

El proyecto del Tren Ligero está diseñado para dos rutas, una de 13.5 Km y otra de 17.5 Km. La primera ruta incluye 42 coches con capacidad para 240 pasajeros en cada uno, que se desplazarían sobre una plataforma a doble vía. Su costo se estima entre 200 y 600 millones de dólares en inversión inicial, más 8.2 millones anuales en gastos operativos y mantenimiento. Algunos especialistas consideran que este tipo de proyecto no es rentable, porque para hacerlo accesible al público, el Estado panameño deberá subvencionar la tarifa para que no pase de B/.0.30.

El Ministerio de Obras Públicas está realizando una licitación pública para los estudios de diseño y confección de planos de la primera línea. Al proyecto se le estima un tiempo de ejecución de aproximadamente cuatro años. De iniciarse su construcción durante el 2002, se estaría inaugurando en el próximo periodo gubernamental.

La segunda opción, recientemente propuesta por La Fundación para la Libertad Ciudadana, es un Sistema de Bus Rápido similar al implementado recientemente en la Ciudad de Bogotá - Colombia. Esta opción también requiere de caminos exclusivos para los buses del sistema. Tiene como ventaja que no desplazará al transportista actual y el costo por kilómetro construido es tres veces menor que el del tren ligero. La primera propuesta presentada fue de 80 millones de dólares, con un periodo de ejecución de 3 años.

TRANSPORTE AÉREO LOCAL E INTERNACIONAL

Dentro de la República existen oficinas que representan unas 40 compañías de aviación internacional para pasajeros y carga. La Compañía Panameña de Aviación (COPA Airlines) es la única aerolínea internacional del país. El resto representan empresas de diferentes países, tales como: Argentina, Perú, Brasil, Estados Unidos, Cuba, Alemania, República Dominicana, Israel, Chile, Costa Rica, Honduras, Japón, Bélgica, Escandinavia, Guatemala, España, Ecuador, Rusia, Taiwan, Venezuela, etc. Esta amplia representación convierte al país en un destino de fácil acceso.

Las líneas de vuelos internacionales de pasajeros son: COPA, Grupo Taca, Aero México, Air France, Air Jamaica, American Airlines, Avianca, British Airways, Continental Airlines, Delta Airlines, Mexicana, Korean Air, Iberia, Lan Chile, KLM, Lloyd Aéreo Boliviano, US Airways, United Airlines, Cubana, entre otras

Las líneas de vuelos internos son: Aero Continente, Aero Taxi, Aeroflot, Aeroperlas, Mapiex Aero. También hay compañías que ofrecen servicios de vuelos nacionales e internacionales en avionetas y helicópteros.

Varias de las ventajas en Panamá para las aerolíneas internacionales son: su posición geográfica privilegiada en medio de dos masas continentales, un aeropuerto ubicado a nivel del mar permitiendo el despegue de aviones a su máxima capacidad, estabilidad social y política, pujante economía, libre de desastres naturales, y clima favorable que permite el funcionamiento del aeropuerto las 24 horas del día todo el año.

COPA Airlines, en alianza comercial con Continental Airlines, está convirtiendo a Panamá en un núcleo de tráfico aéreo que incrementa las visitas al país. En los últimos siete años, los pasajeros en tránsito han aumentado anualmente en un 19% y los excursionistas¹⁶ en un 9%. Esto beneficia a la Zona libre de Impuestos dentro del aeropuerto y a los comercios de la ciudad, especialmente los

¹⁶ Excursionista es el visitante que no pernocta en el país visitado. Refiérase al Glosario de Términos.

cercanos al aeropuerto, debido a que estas personas suelen aprovechar sus pocas horas de escala para hacer compras. El incremento tanto de pasajeros en tránsito como de excursionistas ofrece al país una valiosa oportunidad de darse a conocer, llegando directamente al turista potencial.

Después de los atentados del 11 de septiembre, las aerolíneas de todo el mundo han tenido fuertes bajas en la demanda. Estados Unidos han optado por facilitar ayuda económica hasta que la situación mundial se normalice. Aun así, algunas aerolíneas han despedido hasta el 20% de su personal y han eliminado algunos vuelos. Los Gobiernos de la región no cuentan con la misma capacidad económica para subsidiar temporalmente sus líneas aéreas, lo que las pone en desventaja competitiva.

Por su parte, COPA ha tenido una reducción de ingresos de 15% y la prima de seguro se ha triplicado al tiempo que la empresa ha incurrido en gastos para aumentar la seguridad en las cabinas de pilotos de sus aviones BOEING 737-700. La empresa asegura que tratará de mantenerse sin tener que despedir a empleados, tal como lo han hecho otras aerolíneas internacionales.

Actualmente no hay vuelos directos Europa – Panamá; todas las aerolíneas que vuelan a Europa hacen escala en los Estados Unidos. Esto es una condición que puede afectar la motivación del europeo de viajar a Panamá por temor nuevos atentados. Inclusive puede limitar los efectos de la campaña promocional que se está programando para Europa.

Por otro lado, el pasado 9 de mayo del 2001, la Federal Aviation Administration (FAA), agencia estadounidense que regula la seguridad aérea de ese país y que fiscaliza la situación de los países a los que llegan sus aviones, decidió degradar a Panamá a la categoría 2. Ésta medida fue tomada porque afirman que Panamá no cumple con las normas de seguridad establecidas en la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI). Entre las deficiencias encontradas están la falta de preparación de los inspectores y la carencia de procedimientos adecuados.

La Junta Directiva de la Dirección de Aeronáutica Civil (DAC), formada por el Contralor y los Ministros de Gobierno y Justicia, Comercio, Economía y Finanzas, reconoce que es urgente un cambio y aprobó proveer a la entidad de todos los recursos financieros necesarios para lograr nuevamente la categoría 1. Para tal fin, desde enero del 2001 se elaboró un plan de acción que pretende cumplir en el menor tiempo posible con todas las exigencias provenientes de la evaluación de la FAA.

La Dirección de Aeronáutica Civil de Panamá viene atravesando por serios problemas. El anterior Director de la entidad, asignado por la Presidencia, renunció 10 meses después de su nombramiento alegando insubordinación que impedían el cumplimiento de sus deberes. El actual Director, Jorge Rodríguez, manifestó que tiene el completo apoyo presidencial para sanear la institución sin política de por medio.

El descender de categoría trae serias consecuencias para la aviación nacional. La categoría 2 de la FAA restringe la cantidad de vuelos de Panamá hacia los Estados Unidos. Esto puede detener la intención de COPA expandir sus destinos dentro de los Estados Unidos. Próximamente vienen tres nuevas auditorías por la FAA, para navegación aérea, accidente y aeropuerto. Si Panamá no se prepara para esas nuevas evaluaciones; le será más difícil alcanzar nuevamente la categoría 1.

Como bien mostró el CLACDS en su Análisis de Cielos Abiertos para la Competitividad de Centroamérica en 1998; la región carece de un acuerdo intraregional de cielos abiertos y de una política común sobre el tratamiento del transporte aéreo frente a terceros. El servicio, en términos generales, se ha deteriorado con sobreventa de vuelos, atrasos frecuentes en los itinerarios y las altas tarifas.

El costo de las tarifas aéreas entre los países de mesoamericanos desestimula al turista a visitar varios países de la región durante su viaje. Como ejemplo, un vuelo de Panamá- Guatemala en temporada alta para Estados Unidos y Europa con una duración de 2 semanas cuesta 5% más que un vuelo Miami – Panamá. (Cuadro 14).

Cuadro 14
Tarifas Aéreas

Lugar de Origen

Lugar de Destino	Países	Panamá	Miami	Nueva York	Francia	Alemania
	Panamá	---	\$485	\$932	\$929	\$785
Costa Rica	\$239	\$889	\$721	\$747	\$707	
Perú	---	\$631	\$632	\$949	\$1096	
Guatemala	\$509	---	---	---	---	

Fuente: Agencia de Viajes del Campus de INCAE Walter Kissling Gam.

Dentro de los acuerdos del Plan Puebla-Panamá, los países mesoamericanos están coordinando esfuerzos para implementar iniciativas que amplíen las operaciones aéreas en toda la región y viabilizar una política de cielos abiertos. Tema que también fue debatido en el IV Foro de Desarrollo e Integración Turística de Centroamérica y República Dominicana, celebrado el pasado 25 de agosto del 2001. Entre otros, se tocaron temas que tienden a la integración de la región en aspectos relacionados al turismo; tales como, la libre circulación de personas y bienes, la estrategia regional de mercadeo y promoción turística y la seguridad turística en Centroamérica.

PUERTOS DE CRUCEROS

Mientras la demanda mundial de viajes internacionales en el periodo 1990-1999 creció a una tasa promedio anual del 4.2% la de cruceros lo hizo a 7.7%. Los cruceros son una modalidad más del conjunto de los viajes de recreación, siendo un competidor directo de las vacaciones en resorts. El producto está en expansión, de manera que a medida que se crea oferta se genera paralelamente la correspondiente demanda. Es una actividad acíclica, lo que lo hace económicamente atractivo.

La confianza de los empresarios a nivel mundial se hace evidente por la cantidad de solicitudes pendientes de entrega de buques para cruceros. En enero del 2001 asciende a un nuevo máximo de 53 nuevos buques con 98.162 camas adicionales. Hay una tendencia de integración entre las líneas de cruceros. La cadena más fuerte en el mercado es la llamada "Big Four": Carnival Corporation, Royal Caribbean Cruise Line (RCCL), P&O Princess y Star Cruises.

En cuanto a la demanda, dos tercios de los consumidores mundiales de cruceros son norteamericanos. Generalmente los viajes son hechos con la familia o con la pareja. Las personas tienen edades entre los 25 y los 59 años. Recientemente la edad promedio ha disminuido, porque se están ofertando viajes más cortos y atracciones para jóvenes dentro de los cruceros. Los principales puertos de cruceros están en el Caribe y los Estados Unidos (Cuadro 15).

Cuadro 15
Principales Puertos de Cruceros

Puerto de Cruceros	Millones de pasajeros
Miami	3.0
Puerto Cañaveral	1.9
San Juan	1.8
Everglades	1.8
Nassau	1.4

Los viajes en cruceros de siete días o menos son ofrecidos en los barcos más grandes y nuevos de la industria. El servicio lo mantienen durante todo el año, transportando una gran cantidad de pasajeros. Los viajes en cruceros que duran de 8 a 14 días han estado decayendo en los últimos años, por falta de renovación en la oferta del producto. Según la Asociación de Cruceros de Florida y

el Caribe (FCCA)¹⁷, esta modalidad de cruceros está incorporando nuevas rutas dentro de sus itinerarios y Panamá es uno de los nuevos destinos.

Panamá cuenta con dos puertos de cruceros en operación, el Puerto Colón 2000 en el Caribe y el Puerto de Cristóbal en el Pacífico. Adicional a esta oferta, está en construcción el Puerto de Cruceros de Fuerte Amador en el Pacífico.

El Gobierno de Panamá y los administradores de puertos de cruceros negociaron con la FCCA y con otras líneas navieras la llegada de naves al país. Los resultados han sido positivos; el primer año de operaciones (temporada 2000-2001) se recibieron unas 76 naves con 60 mil pasajeros. Los resultados preliminares muestran que la cantidad de pasajeros de la temporada 2001-2002 fue aproximadamente 120 mil.

En la tercera temporada se espera una mayor cantidad de cruceros, porque las líneas de cruceros ya conocen el tipo de servicio y la calidad de los mismo. Otro factor que impulsó la llegada de cruceros a Panamá es que líneas del Mediterráneo y Europa se están reubicando dentro del Caribe, por los actos terroristas en los Estados Unidos y el ambiente de guerra en el Medio Oriente. Diversas fuentes ligadas a las agencias de viajes dicen que el precio de los cruceros a bajado en algunos casos hasta un 50% después de los ataques. No obstante la ocupación continúa cercana al 100%. Con el Proyecto Colón 2000 se aprovecha el paso de los cruceros por la región, brindándoles infraestructura, nuevas facilidades y ofertas únicas en el mercado. Para complementar los servicios del puerto de cruceros se desarrolló una operadora de tours y una empresa de equipo rotante. Esta operadora brinda servicios tanto a Colón 2000, al Royal Decameron y al Meliá Canal. Ofrecen tours con visitas a las Esclusas de Gatún en el Canal de Panamá, al Lago Gatún, a los Fuertes de San Lorenzo y Portobelo, Centros Comerciales, y otros atractivos.

En cuanto a las tendencias internacionales de la industria, durante el año 2000 las líneas de cruceros tuvieron un significativo aumento en la cantidad de personas que tomaban un crucero por primera vez. Un 55% de la clientela del Big Four eran nuevos. Según la OMT, se espera que Asia Pacífica y Sur América generen una mayor participación, absorbiendo la demanda agregada.

El tamaño de los cruceros ha ido incrementando. Los mayores de 10.000 GT (tonelaje bruto) tienen capacidad para atracciones que compiten directamente con los Resort. Sin embargo, aquellos que sobrepasen los 106 pies de largo no podrán cruzar el Canal. Los puertos de atracó y la logística para el manejo de un mayor volumen de pasajeros en los lugares destino eventualmente se irán ajustando a los cruceros de mayor capacidad.

2.3 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y SECTORES DE APOYO

2.3.1 INFRAESTRUCTURA

AEROPUERTOS

Panamá tiene dos aeropuertos internacionales para aviones de gran capacidad. Uno es el aeropuerto de la antigua base de Howard, revertido en diciembre de 1999. Este aeropuerto juega un papel fundamental para el Centro Multimodal, el cual facilitará la logística de la red comercial hacia la región.

¹⁷ FCCA es una asociación que reúne a las 14 líneas de cruceros más grandes del mundo.

El otro es el Aeropuerto Internacional de Tocumen, principal puerto de entrada al país. Está ubicado a 35 minutos de la Ciudad de Panamá, cercano a un amplio Centro Comercial. Tiene accesibilidad por dos vías, la carretera principal y la autopista Corredor Sur; próximamente la autopista Corredor Norte también será extendida hasta el Aeropuerto. Brinda servicios a pasajeros y carga internacional. Está en estudio la habilitación de otro aeropuerto internacional en la Ciudad de Colón.

El Aeropuerto Internacional de Tocumen hace conexiones inmediatas, sin trámites de migración y aduana, y tiene una de las más completas zonas libres de impuestos de la región. Su ubicación a nivel del mar, permite que el despegue de aviones llenos a su máxima capacidad con pasajeros y carga. Actualmente, cuenta con dos pistas de aterrizaje y catorce zonas de embarque y desembarque de pasajeros. La actual administración tiene como proyecto expandir el aeropuerto, agregando cinco zonas adicionales de embarque de pasajeros para responder a la meta de desarrollar la industria turística.

CARRETERAS

Panamá dispone de dos ejes principales de los cuales, se desprenden la mayoría de las carreteras y caminos secundarios: un eje en sentido longitudinal, formado por la Carretera Panamericana que se extiende desde Paso Canoa en la frontera con Costa Rica hasta Yaviza, en la Provincia de Darién; justo antes del "Tapón del Darién". El otro eje es la Carretera Transistmica que une las ciudades de Panamá y Colón, así como el mar Caribe y el Océano Atlántico, cuya longitud aproximada es de 81 kilómetros.

En la periferia de la Ciudad de Panamá se construyeron dos corredores viales de peajes para agilizar el flujo de vehículos. Uno de estos es el Corredor Sur, una carretera de 19.5 km que enlaza el Centro Bancario con el este de la ciudad y el aeropuerto internacional. La carretera fue terminada en febrero de 2000, pero otros elementos del proyecto todavía faltan por construirse.

El otro es el Corredor Norte de 13 kilómetros, que conecta la zona del puerto de Balboa con los sectores oeste y norte de la capital; y la Autopista Ciudad de Panamá- Colón. Recientemente fue aprobado el contrato para la construcción de la fase II del Corredor Norte, la cual comprende el tramo entre Tinajita y Tocumen para unirse al Corredor Sur.

Para aliviar el congestionamiento vehicular sobre el Puente de las Américas y apoyando al Plan Puebla-Panamá se convocó a una licitación internacional, para la construcción de un segundo puente sobre el Canal de Panamá, con una vida útil de 100 años.

El nuevo puente será de concreto de mil metros de una longitud y seis carriles. Su altura está contemplada para darle respuesta a las actuales y futuras embarcaciones (Panamax y Post-Panamax).

En cuanto al interior del país, la provincia de Bocas del Toro estuvo largos años incomunicada, pero hoy día se comunica desde la provincia de Chiriquí con el resto del país, mediante una carretera asfaltada que se desplaza paralelamente al oleoducto transistmico. El aislamiento por vía terrestre provocó que la provincia de Bocas del Toro sea una de las menos desarrolladas del país pues sólo cuenta con el 1.71 % de la red vial nacional. Sin embargo, hay que anotar que por vía marítima y aérea se desarrolla un gran intercambio comercial en dicha zona.

Otra provincia que carece de una red vial adecuada es Darién, así como la Comarca de San Blas. Ello ha determinado, junto a otros factores, un desarrollo rezagado con respecto a las demás provincias. Cabe anotar aquí que el cabotaje es un medio de comunicación muy utilizado para el comercio en esa zona.

Según cifras del MOP, en 1999 la red vial de Panamá tenía una longitud de 11.593 km; 35% en hormigón, concreto y asfalto y el resto estaba revestido o eran caminos de tierra. A pesar de haber aumentado en 14% con respecto a 1992; las ampliaciones en la Ciudad son insuficiente para la cantidad de vehículos que circulan en ella.

En los últimos años el deterioro en las carreteras de la ciudad capital y en las provincias dificulta el transporte y ha generado protestas. El MOP a ideado como opción un Fondo de Mantenimiento Vial para establecer la posibilidad de tener recursos económicos específicos para el mantenimiento de las vías y caminos en Panamá. La iniciativa también surge para descentralizar las tareas de rehabilitación de caminos y mantenimiento de avenidas y carreteras. Sugieren que las fuentes sean un porcentaje de las recaudaciones en peajes, calcomanías de registro y placa. EL MOP se encuentra gestionando presentaciones de su propuesta a la Contraloría de la República, la Cámara Panameña de Comercio y la Sociedad Panameña de Ingenieros y Arquitectos, el sector transporte y los consumidores.

Por otro lado, la Ciudad Capital tiene un grave problema de señalizaciones. Por tradición las direcciones se dan de acuerdo a la cercanía con un sitio conocido. Las calles y avenidas tienen nombres; pero son muy pocas las que están señalizadas. Para corregir esta deficiencia el MOP adjudicó a la empresa Servicios Jamarva, S.A. el desarrollo de un programa de señalización vial en la ciudad de Panamá, el cual debe entregarse a finales del 2002.

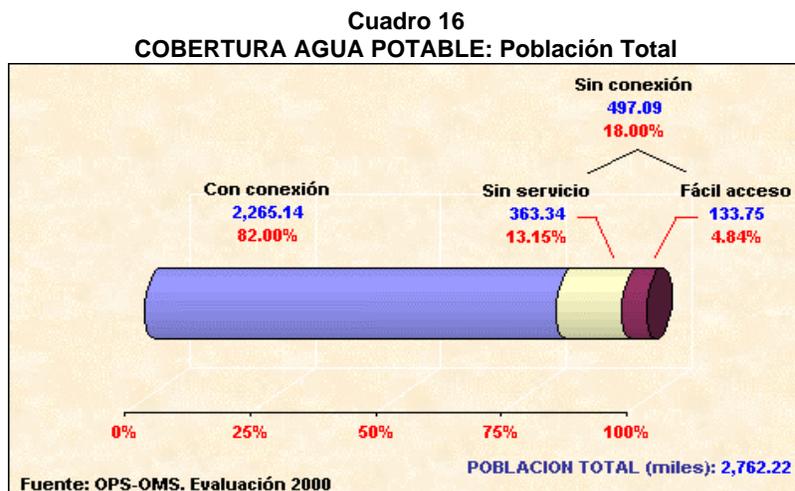
El Plan Puebla-Panamá contempla una iniciativa de integración vial mesoamericana. La iniciativa es construir, rehabilitar y mejorar el corredor vial de integración entre Ciudad de Panamá y la ciudad de Puebla en México, con estándares internacionales en lo referente al tipo de pavimento, el ancho de la vía, la construcción de espaldones, la colocación adecuada de señalizaciones horizontales y verticales y la instalación de elementos de seguridad vial y servicios para los usuarios.

El tramo desde Costa Rica hasta Panamá utilizará la Carretera Panamericana desde Peñas Blancas, pasando por Barranca, San José, Cartago, Palmar del Norte hasta Paso Canoas en la frontera con Panamá y de ahí hasta Ciudad de Panamá, a través del nuevo puente sobre el Canal.

SERVICIOS BÁSICOS

ABASTECIMIENTO DE AGUA Y SANEAMIENTO

El 82% de la población tiene conexión directa domiciliar de agua; sin embargo, en las afueras de la Ciudad Capital se registran problemas por ausencia del vital líquido (Cuadro 16). Este año se están ejecutando ampliaciones de los servicios del agua potable.



Conexión domiciliaria¹⁸: El punto de agua instalado dentro del domicilio o en una parcela privada, independientemente de la fuente o método de extracción.

Fácil acceso: Fuente pública de agua potable y fuente pública de agua cercana.

Fuente pública de agua potable: Cualquiera de los siguientes tipos de tecnología que proveen agua potable y que son compartidos por los usuarios fuera de la vivienda:

- ?? fuentes públicas
- ?? pozos con bombas de mano
- ?? pozo excavado protegido
- ?? manantiales protegidos
- ?? colección de agua de lluvia
- ?? otras tecnologías: use la definición local.

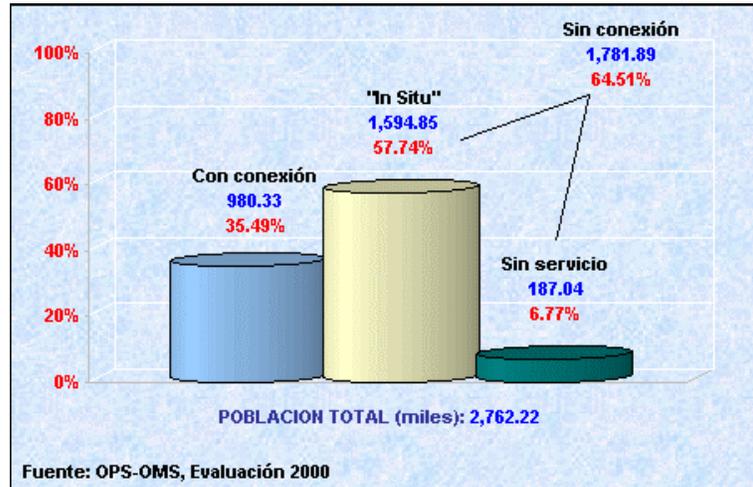
Acceso a fuente pública de agua cercana: Ampliamente definido como la disponibilidad de 20 litros de agua potable promedio por persona por día de un fuente pública de agua potable ubicada a un kilómetro de la vivienda del usuario.

¹⁸ Definición usada en el Programa de Monitoreo Conjunto de la OMS/UNICEF

El 93% de la población tiene algún tipo de sistema de saneamiento (Cuadro 17). Sin embargo, las aguas servidas son vertidas en la Bahía de Panamá o en el subsuelo sin ningún tipo de tratamiento. Hasta el momento no se tiene previsto ningún cambio en este sentido.

Cuadro 17

COBERTURA DE SANEAMIENTO



Conexión al alcantarillado público: Tubería de salida de la vivienda al sistema público de alcantarillado (su función es descargar las excretas y aguas residuales al sistema de tratamiento de alcantarillado).

Sistema "in situ" de saneamiento: Incluye cualquiera de los siguientes tecnologías:

- ?? conexión a tanques sépticos
- ?? letrinas con descarga de agua
- ?? letrinas secas (de ventilación mejorada)
- ?? letrinas simple de hoyo
- ?? otras tecnologías: use la definición local.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tienen 6 periódicos de circulación nacional, 5 canales de televisión nacionales, acceso a canales internacionales, más de 60 emisoras de radio, una compañía transnacional de las comunicaciones telefónicas (Cable & Wireless Panama) y dos compañías de telefonía celular (Bellsouth Panama y Cable & Wireless Panama) con cobertura en las principales áreas del país (Cuadro 18).

Cuadro 18
COBERTURA DE TELEFONÍA CELULAR: 2000



ENERGÍA ELÉCTRICA

Las principales compañías distribuidoras de energía eléctrica en Panamá son Empresa de Distribución Eléctrica Metro Oeste, Empresa de Distribución Eléctrica Elektra Noreste, Empresa de Distribución Eléctrica Chiriquí, and Empresa de Transmisión Eléctrica, S.A.(estatal). Anualmente se producen 4.442GW y se consumen 3.544 GW, según datos Estadísticos de la Contraloría. Panamá tiene la más alta tarifa en energía eléctrica de Centroamérica.

2.3.2 TELECOMUNICACIONES

Cable Hub es una red de cableado subterráneo altamente confiable que utiliza fibra óptica con capacidades de transmisión de alta calidad atravesando el istmo desde el Océano Pacífico hasta el Océano Atlántico con conexiones al resto del mundo. El uso de fibra óptica aunada a la alta tecnología de los equipos que conforman el Cable Hub permiten que el sistema transporte hasta 10 Gbps de información lo cual equivale a transportar simultáneamente desde el conocido sitio web Napster hasta su PC un aproximado de 3,000 canciones cada segundo. Esta capacidad puede ser incrementada hasta 40 Gbps de ser necesario en el futuro. El objetivo de Cable & Wireless Panamá es unir por medio del Cable Hub a todos los sistemas de cable de alta capacidad que arriban a Panamá (Pan American, Maya-1, ARCOS-1, Red de Micro ondas Centroamericana, y Global Crossing entre otros), con el propósito de brindar conectividad tanto a nivel local como a nivel internacional para la transmisión de voz, video y audio a altas velocidades.

Utilizando el Cable Hub las empresas de telecomunicación tendrán básicamente dos opciones: adquirir capacidades de transmisión de datos a modo de tránsito por el país o usar a Panamá como punto terminal conectando sus oficinas regionales a cualquiera de los siete puntos de presencia estratégicamente ubicados.

2.3.3 TECNOLOGÍA

INTERNET

Todos los sectores entrevistados consideran que el Internet es una herramienta fundamental para su negocio; porque facilita las comunicaciones, genera ahorros en tiempo y dinero y es un medio que los mantiene informados en tiempo real.

En Panamá existen varios proveedores y sistemas de servicio de Internet para residencias y comercios. Está el sistema Dialup, que utiliza la línea telefónica para la conexión. Éste es el sistema más básico y económico del mercado, las tarifas mensuales de servicio ilimitado no superan los B/.15.00 (sin incluir tarifa telefónica). Sin embargo, tiene el inconveniente que la conexión se dificulta durante las horas pico y el servicio suele ser bastante lento.

Hay disponibles otras tecnologías que no utilizan la línea telefónica, brindando una conexión sin interrupciones, con velocidades desde 64 Kbps hasta 2MB. Sus tarifas mensuales van desde B/. 40.00. Con la instalación de fibra óptica en el país la comunicación es mucho más rápida y confiable.

El Internet como herramienta para negocios fue el tema central del VII Foro de Turismo, organizado por APEDE el 30 de octubre de 2001. En el Foro se presentó el análisis de una muestra de los sitios de webmarketing del turismo en Panamá. El análisis reveló que son pocas las empresas turísticas con páginas en Internet. La mayoría de los sitios analizados se encuentran en una etapa inicial del desarrollo, con estructura de navegación sencilla. Sólo el 50% de las encuestadas tenía información en inglés, algunas páginas estaban sobrecargadas por contener los dos idiomas a la vez. Otro error que se mencionó fue la ausencia de fecha de actualización e información desactualizada. Las páginas web precisan de un seguimiento continuo y del dominio del lenguaje turístico adecuado para llamar la atención del mercado internacional.

Por su parte, la Gerente del IPAT, Liriola Pitti de Córdoba, reconoció que la página web de la Institución (www.ipat.gob.pa) tiene debilidades que requieren ser subsanadas. Su diseño no fue concebido para promover el turismo; sino como revista informativa en español para crear presencia institucional en la web. Uno de los problemas, según Lic. Pitti de Córdoba, es la complejidad de la página y la dificultad de encontrar información específica. La cantidad de visitas o solicitudes a la base de datos del IPAT apenas llega a las 30 diarias. Sin embargo, se encuentran desarrollando esfuerzos para convertirse en un efectivo canal de comunicación turístico en varios idiomas.

En el Foro se ofreció a la industria turística en Panamá, un portal informativo y de discusiones llamado Community Zero (www.communityzero.com/ipat). El portal puede ser consultado por el interesado, y libremente participar de las discusiones y dejar anuncios informativos. Los administradores del portal son la Dirección Nacional de Tecnología de Cámara Júnior de Panamá y la Comisión de Turismo de APEDE.

CUENTAS SATÉLITE

Panamá está considerando implementar el sistema de cuentas satélite de turismo. Este es un sistema de información macroeconómica que permitirá conocer y dimensionar la contribución real del turismo en la economía del país. Asimismo, posibilitará la identificación de actividades económicas que producen bienes y servicios destinados a turistas.

El cálculo de la contribución del turismo en el PIB por los métodos convencionales se expresan en las Cuentas Nacionales, subestiman la aportación real de esta actividad, que no era considerada como sector económico y por ello no les son atribuidos rubros que se derivan directamente del turismo. En este sentido, una mejor cuantificación del aporte del turismo en la economía le daría mayor prioridad sobre otros sectores.

2.3.4 ORGANIZACIONES DE APOYO

GOBIERNO NACIONAL

El Gobierno de la Presidenta Mireya Moscoso plantea que el sector turismo forma parte integral de su política económica. Recientemente se aprobaron una partida de diez millones de dólares para la creación y ejecución de una campaña internacional que promueva la imagen de Panamá como destino turístico. Se espera que la campaña incremente en 12% la llegada de turista.

INSTITUTO PANAMEÑO DE TURISMO - IPAT

El Instituto Panameño de Turismo es la entidad gubernamental encargada facilitar el desarrollo del turismo en Panamá así como la promoción de productos y servicios turísticos tanto a nivel nacional como internacional.

La actual administración, dirigida por la Lic. Liriola Pitti de Córdoba, busca el fortalecimiento de la institución. Para lograr este propósito han presentado un anteproyecto de Ley al Órgano Legislativo para elevar el estatus del IPAT dentro de la estructura gubernamental. En este anteproyecto se garantiza la autonomía de la institución y los fondos necesarios para promoción y desarrollo turístico. Incluyendo dentro del desarrollo la capacitación del recurso humano, la conservación del patrimonio natural, histórico y cultural. Tienen como meta lograr el fortalecimiento de la entidad para septiembre del 2002.

La visión del IPAT para el 2005 es posicionar a Panamá como uno de los cinco destinos turísticos más preferidos de Latinoamérica. Aspiran recibir un millón de visitantes para el 2003. Para cumplir con la meta, están ejecutando estrategias para hacer de Panamá una marca entre los destinos turísticos, en los mercados de algunos países en Norteamérica, Europa y Latinoamérica; a través de una campaña de mercadeo y relaciones públicas. Mientras esto se concretiza, continúan con el desarrollo de las zonas turísticas identificadas en el Plan Maestro y el desarrollo de las 22 Rutas Temáticas Patrimoniales surgidas en el proyecto TCI.

Uno de los indicadores de la ejecutoria de la institución y el sector privado es la llegada de turistas. La proyección del IPAT en cuanto a llegada de turistas para el año 2000 fue sobrepasada; el país recibió unos 600.169 visitantes. En el 2001, la llegada de visitantes tuvo un significativo incremento del 23%

respecto al 2000. Durante el año ingresaron al país unas 737.350 visitantes, 137.181 más que en el 2000.

Frente al nuevo reto en la industria turística mundial y la aviación, el IPAT planea contrarrestar el impacto negativo con una mayor afluencia de cruceros y turistas que buscan alejarse de las áreas de conflicto; promoviendo la seguridad que tiene el país como atributo esencial en un destino turístico.

Los gremios del turismo consideran que este es el mejor momento para promocionar a Panamá como un país seguro y neutral. Consideran que los agentes mayoristas de estadounidenses podrían replantear sus viajes y redirigirlos hacia Latinoamérica, beneficiando a Panamá.

LEY DE TURISMO

LEY 8 DE 1994 INCENTIVOS A LA INDUSTRIA TURÍSTICA

El objetivo de la ley es establecer un proceso simple, rápido y racional para el desarrollo de la actividad turística. Otorgando incentivos y beneficios, y adoptando mecanismos para lograr la coordinación del sector público y privado vinculado al turismo.

Los incentivos ofrecidos son exoneraciones de impuestos para las actividades de construcción, rehabilitación y equipamiento de establecimientos de alojamiento público y privado turístico. Tales exoneraciones son: impuesto de importación e inmuebles por 20 años; impuesto de muellajes y tasas de aterrizaje en muelles, aeropuertos o helipuertos de su propiedad, construidos o rehabilitados por la empresa; impuesto sobre la renta causado por intereses que devenguen de acreedores; depreciación sobre los bienes inmuebles de 10% anual, excluyendo el valor del terreno.

Incentivos para las zonas de desarrollo turístico: exoneración del impuesto de inmuebles sobre los terrenos y mejoras por 20 años; impuesto de importación, contribución o gravamen del ITBM que recaigan sobre importaciones de materiales, equipos, mobiliarios, accesorios y repuestos que se utilicen en construcción, rehabilitación y equipo por 20 años; impuesto sobre la renta derivado de la actividad de la empresa a 15 años.

Para las actividades de transporte turístico están las exoneraciones de impuestos de importación de medios de transporte dedicados exclusivamente a actividades turísticas. Establece la deducibilidad de impuesto sobre la renta del monto que inviertan las personas naturales o jurídicas en el mantenimiento, restauración e iluminación de los conjuntos monumentales históricos. También hay exoneración de una serie de impuestos para la producción de películas de largo metraje, eventos artísticos o deportivos de carácter internacional que promuevan la imagen turística de Panamá.

CAMPAÑA PUBLICITARIA Y DE RELACIONES PÚBLICAS 2002

El Gobierno Nacional, a través del IPAT, autorizó B/.10 millones para el desarrollo de una campaña turística de mercadeo y relaciones públicas de Panamá en varios países de Norteamérica, Suramérica y Europa. Es la primera vez en la historia del país que el Gobierno ha designado una cantidad semejante para promoción turística. Generalmente el presupuesto designado no sobrepasaba los 3 millones de dólares. Se dio un gran incremento en la tendencia del presupuesto asignado para promoción internacional. (Cuadro 18)

Cuadro 18
Presupuesto Promocional para Turismo

Año Fiscal	Presupuesto Promocional para Turismo	Incremento
1993	2 millones	--
1997	2.8 millones	40%
2001	10 millones	360%

Fuente: IPAT

Antes del diseño de la campaña el BID desarrolló un Estudio Estratégico de Mercado para la creación de la campaña promocional¹⁹. El estudio concluyó que Panamá tiene la oferta turística necesaria para generar un crecimiento turístico de dos dígitos. Éste crecimiento no se ha dado por falta de una agresiva promoción en los mercados claves.

Según el estudio, los mercados de turistas para Panamá están en:

?? Estados Unidos	?? Alemania	?? Francia
?? Canadá	?? Italia	?? Países Bajos
?? España	?? Reino Unido	

Los países que compiten directamente con Panamá como destino turístico son Costa Rica, Guatemala, Belice, Perú y Ecuador. Los principales mercados emisores son Estados Unidos, Europa Occidental y Canadá. El mercado turístico para este grupo competitivo creció a un ritmo mayor que el Caribe durante los últimos diez años.

En su análisis de impacto económico y social del país, llegaron a las siguientes conclusiones para los diferentes segmentos de mercado durante el periodo 2000-2007:

- ?? El segmento de Mercado Patrimonial seguirá siendo la fuente más grande de visitantes extranjeros y domésticos y el generador más grande de visitantes nocturnos, gastos de turismo, empleo, ingresos e ingresos por impuestos.
- ?? El segmento de Mercado de Sol, Arena y Mar crecerá rápidamente hasta el 2007 en 17% anualmente.
- ?? El segmento de Mercado de Cruceros tendrá la tasa crecimiento más alta en términos de visitantes, gastos y empleo.
- ?? El segmento de Naturaleza / aventura experimentará un crecimiento anual del 11%.
- ?? El segmento de Reuniones / Convenciones y Compras proyectan que aumentará a una tasa más lenta que el de otros segmentos de mercado. Los visitantes de este segmento limitan sus viajes principalmente a las Zonas 4- Farallón, 5 – Metropolitana y 6 – Portobelo.
- ?? La Zona 5 – Metropolitana seguirá siendo la zona turística dominante en términos de todos los indicadores económicos y sociales. Sin embargo, otras zonas turísticas lograrán un crecimiento sustancial, aventajado por la Zona 4 – Farallón que se beneficiará del crecimiento del segmento de Sol, Arena y Mar.
- ?? Consideran que el impacto de crecimiento en el turismo ocurrirá a lo largo de todas las zonas turísticas de Panamá.

Se estructuraron estrategias de promoción junto a una serie de planes de acción para ejecutarse al inmediato, corto y mediano plazo, para generar el nivel de crecimiento en la llegada de turistas y gastos necesarios descritos anteriormente. Como identificaron restricciones significativas de capacidad institucional en el IPAT para ejecutar en forma exitosa y consistente la campaña; ésta fue llevada a licitación por la Institución.

¹⁹ Realizada para el BID por las empresas consultoras PKF, Nathan Associates y Arden & Price. Enero 2000

El Consorcio BBDO/Ketchum International, representada en Panamá por Publicitaria Campagnani/BBDO en Panamá, ganó la licitación. Tienen entre manos el gran reto de hacerlo en medio de un clima de inseguridad e incertidumbre global. Dispondrán de un año para su ejecución, comenzando a finales del 2001.

La campaña fue diseñada antes de los atentados del 11 de septiembre por lo que estará siendo reevaluada. Está orientada hacia los más grandes mercados de turistas con alto nivel adquisitivo e intereses en los segmentos ofertados en Panamá. Estados Unidos había quedado en primer plano por su cercanía y ser un gran mercado emisor. Lo seguían Canadá, Europa, Centro y Sur América. La campaña hacia Centroamérica se dirigía básicamente los segmentos de Reuniones/Convenciones y Compras.

El enfoque de la campaña turística es hacia los Adoptadores Iniciales de nuevos destinos. Este grupo es de personas de alto nivel adquisitivo y educativo, en busca de nuevas experiencias, con tiempo y dinero disponible. Son generalmente viajeros experimentados, para los cuales es importante dentro de su estatus social decir que visitaron lugares nuevos y exclusivos.

Con la campaña no se busca un turismo masivo, porque Panamá no cuenta con la infraestructura para manejar grandes masas, pudiéndose afectar el balance ecológico y la preservación de los atractivos turísticos. Su diseño rompe con el esquema de las promociones anteriores, en cuanto a presentación del producto. Los resultados de la campaña pueden esperarse a partir de mediados de año, teniendo un gran incremento entre diciembre 2002 a marzo del 2003.

Por otro lado, el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), al cual pertenece Panamá, acordó en el mes de octubre implementar un plan de mercadeo dirigido a promover la región como destino turístico ante los países europeos. Esta promoción se realizará en la Feria Internacional de Turismo en enero del 2002 en España. La campaña fue diseñada por la Gerencia de Promoción Turística de la Dirección de Turismo del Sistema de Integración Centroamericano, con ayuda de la Agencia de Cooperación Técnica de Alemania y los aportes de los gobiernos centroamericanos.

AUTORIDAD NACIONAL DEL AMBIENTE - ANAM

En 1998 a través de la Ley 41 se crea la Autoridad Nacional del Ambiente, entidad autónoma del Estado que asume todas las responsabilidades del antiguo Instituto Nacional de Recursos Naturales Renovables (INRENARE) y la gestión de todos los demás factores con ingerencias en el ambiente.

La misión del ANAM es garantizar un ambiente sano a través de la promoción del uso racional de los recursos naturales, el ordenamiento de la gestión ambiental y la transformación de la cultura ambiental de los panameños para mejorar la calidad de vida.

Con el propósito de fortalecer apropiadamente las áreas protegidas, se creó en 1992 el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). El Sistema cuenta con un total de 68 áreas protegidas, de las cuales 43 están declaradas y 25 están siendo propuesta. Las áreas declaradas representan aproximadamente un 25% del país, alrededor de 1.925.525 hectáreas. La tendencia se ha dado hacia la creación de pequeñas regiones de áreas protegidas, el 40.3% de las áreas protegidas tiene 10.000 hectáreas o menos. El SINAP utiliza catorce categorías para las áreas protegidas; de las cuales sólo diez tienen planes de manejo.

Además de ANAM existen otras instituciones que tienen bajo su responsabilidad algunas unidades de manejo. Tal es el caso del Patronato con el Parque Natural Metropolitano, STRI con el Monumento Natural de Barro Colorado, ANCON con la reserva privada de Punta Patiño, y las comunidades darienitas administradoras de la reserva hidrológica de Filo del Tallo.

Las principales problemáticas que enfrenta el SINAP es la falta de presupuesto y la insuficiencia de profesionales para cumplir con las responsabilidades y ejecutar los planes de manejo y fiscalización en las 68 áreas protegidas. A finales de 1998, contaba con 268 funcionarios para el trabajo de campo en 1.896.350 hectáreas; aproximadamente 7.100 hectáreas por persona. Realmente sólo treinta de éstas áreas tienen algo de presencia institucional. A esta problemática se le suma la falta de personal capacitado y de programas de entrenamiento sistemático, así como la deserción del recurso humano.

De estas problemáticas se deriva la dificultad para:

- ?? Definir las zonas de amortiguamiento en muchas de las áreas protegidas,
- ?? Evitar asentamiento de comunidades dentro de las áreas protegidas y en los territorios de amortiguamiento,
- ?? Impedir el avance de las fronteras agrícolas hacia áreas boscosas, lo que genera una disminución de la vegetación y degradación de suelos,
- ?? Evitar la cacería ilegal y la explotación ilegal de recursos forestales,
- ?? Regular las emanaciones de gases contaminantes y uso de agroquímicos,
- ?? Evitar y en su defecto controlar incendios generalizados.

Otro problema que aún tiene una solución definitiva es la contaminación de la Bahía de Panamá. La Bahía de Panamá recibe anualmente 40 millones de toneladas métricas de aguas servidas crudas, al igual que otros desechos sólidos. Una importante corriente costera litoral que sirve como limpiador natural es obstaculizada por el pedraplén de Fuerte Amador, y los rellenos de Punta Pacífica y el Corredor Sur,

El plan de mitigación para reducir la sedimentación fecal en el área entre la costa y la carretera consistía en construir tuberías desde la costa hasta el otro lado del pedraplén de Fuerte Amador, a fin de llevar las aguas servidas hasta el lado de la carretera que da hacia la bahía. No está claro qué tan exitosa será esta medida de mitigación, ya que el sistema de tuberías es por gravedad y no cuenta con estación de bombeo. Hay preocupación por la probabilidad de reflujos de las aguas servidas hacia los sitios circunvecinos. Si el sistema no tuviere éxito se le permitiría a ICA (empresa constructora del Corredor Sur) rellenar el área entre la costa y la carretera, y se le concederían derechos sobre esos terrenos.

No obstante, hay acciones que favorecen la protección de los recursos naturales y el manejo de las áreas protegidas. En octubre de este año se creó la Comisión Nacional de Cuentas Ambientales para dar valor económico a la flora y fauna del país. El BID otorgó medio millón de dólares para financiar dicho proyecto.

La valoración ambiental, dará las herramientas para tomar mejores decisiones sobre proyectos que afecten el medio ambiente. Uno de los valores no cuantificados dentro de las cuentas nacionales es el de las cuencas protegidas del Parque Nacional Chagres, que captan el 50% del agua para el funcionamiento del Canal y el 80% del agua para consumo habitacional y procesos industriales de la región metropolitana.

A nivel nacional no hay un plan para concienciar a la población sobre la importancia del medio ambiente, pero se están llevando a cabo esfuerzos aislados. Programas de concienciación ambiental están siendo llevados a niveles escolares, con actividades que le dan al niño la oportunidad de tener un impacto positivo en la naturaleza. Algunas empresas han tomado el tema ambiental para promocionar sus productos y servicios. El país cuenta con una serie de proyectos de cooperación técnica y financiera que tratan de mitigar el deterioro de los recursos naturales y lograr el uso sostenible de los mismos.

DESCRIPCIÓN DE LOS PARQUES NACIONALES DE PANAMÁ²⁰

Un parque nacional es una extensa área silvestre (más de mil hectáreas), que contienen muestras representativas de las principales regiones, de importancia nacional e internacional. Las distintas especies de plantas y animales, sitios geomorfológicos y hábitat son de especial interés científico educacional, creativo y turístico. Ellos contienen uno a varios ecosistemas completos, que no han sido materialmente alterados por la explotación y ocupación humana.

Los parques ayudan a conservar el patrimonio natural y cultural, proporcionan oportunidades de recreación y turismo, investigación científica, educación ambiental e interpretación de la naturaleza, protección a las cuencas hidrográficas y el balance atmosférico.

Parque Nacional Volcán Barú:

Se encuentra ubicado en la Provincia de Chiriquí, a 498 Km de la ciudad de Panamá. Abarca todo el macizo volcánico, ubicado sobre la Cordillera de Talamanca, formando parte de la geografía Centroamericana. Tiene una superficie total de 14,000 hectáreas. El Volcán Barú, punto más alto del país, tiene una altura de 3,486 metros sobre el nivel del mar (msnm) en una pendiente de 60 grados y temperatura promedio de 7°C.

La región ofrece áreas de recreación para los visitantes, y paisajes escénicos como las formas de macizo volcánico los bosques nubosos, la flora y vistas panorámicas de la puesta y salida del sol. Los senderos son prolongados y empinados. Se encuentran sitios apropiados para acampar al aire libre. El alpinismo es relativamente fácil de realizar.

El parque tiene gran variedad de especies que habitan en la provincia de Chiriquí. Aproximadamente 40 son endémicas del parque, entre ellos, el precioso Quetzal, considerada por muchos como la más bella ave del mundo en peligro de extinción.

Parque Nacional Altos de Campana:

Campana fue el primer Parque Nacional de la República de Panamá, por lo que tiene un valor histórico y simbólico para la comunidad ambientalista panameña. Con una superficie aproximada de 4,817 hectáreas se encuentra ubicada en la Costa del Pacífico, a 60 km al sudoeste de la Ciudad de Panamá. El área está enteramente compuesta por pendientes. Es una de las mayores vertientes de agua para la cuenca del Canal de Panamá.

Panamá es el único país donde habita la apreciada y amenazada rana dorada. El Parque Nacional Altos de Campana es uno de los pocos lugares que sirven de hábitat a esta especie.

Los problemas principales en el parque han sido causados por incendios forestales (usualmente provocados por moradores del área), por la deforestación con propósitos de agricultura y por cazadores furtivos en la zona.

Parque Nacional Portobelo:

Está localizado en la vertiente Atlántica, hacia el noroeste de la Ciudad de Colón y abarca una extensión de 35,929 hectáreas. Esta ubicación ha jugado un papel importante como puente o tierra de transición, al movimiento de diversas especies de fauna y flora hacia Norte y Sudamérica.

²⁰ Fuente: Autoridad Nacional del Ambiente, 1998

Los bosques del Parque se distribuyen entre las cuatro siguientes zonas: *Bosque Húmedo Tropical*, *Bosque muy Húmedo Premontano de Transición Cálida*, *Bosque Húmedo Tropical* y *Bosque Pluvial Premontano*. Los manglares se encuentran actualmente distribuidos en forma discontinua a lo largo de la costa.

Estudios preliminares del ANAM indican que de las 33 especies de mamíferos en peligro de extinción, existen 28 en el interior del parque. Entre éstos podemos mencionar los siguientes: *tigre o jaguar*, *conejo pintado*, y *saíno*. Los bosques, ríos, áreas pantanosas, esteros (muelles), islas, bahía y zonas litorales son también de vital importancia para algunas especies migratorias, como el *Tero Sureño*.

El parque posee más de 70 Km de costa de configuración muy sinuosa sin acantilados, con grandes bahías en las salidas de algunos ríos (Bahía de Buenaventura, Portobelo e Indio).

Prácticamente la totalidad de la costa está cubierta de arrecifes de coral. El arrecife es uno de los ecosistemas con mayor biodiversidad. Esta zona es el único habitat del mundo del coral pilar.

En el Parque se construyeron gran cantidad de edificaciones de carácter militar, civil y religioso del tiempo de la colonia. Fue declarado como sitio de Patrimonio Mundial Cultural en 1980 por la UNESCO.

Parque Nacional Sarigua:

Esta ubicado en la provincia de Herrera, distrito de Parita con una superficie aproximada de 8,000 hectáreas. El significado del vocablo Sarigua, según el estudio de la lingüística significa *SAR:SAL*, *IGUA: AGUA* monosílabo que van acorde con la región. Es un desierto creado por la deforestación del área y la salinificación por los vientos del pacífico

Sarigua, tiene una historia muy antigua y según estudios realizados la ocupación humana data de hace más de 8 mil años. En todo el territorio de Sarigua predominan un característico clima seco desértico: calor intenso durante el día, acompañado de fuertes vientos, y mucho frío durante la noche.

Parque Nacional Chagres:

Entre los principales objetivos del parque esta el producir agua en cantidad y calidad suficiente para el Lago Alajuela, garantizando el normal funcionamiento del canal de Panamá; abastecer el uso doméstico e industrial, generar electricidad para la ciudad de Panamá y Colón.

Los bosques de este parque nacional, comprenden cuatro zonas de vida a saber: Bosque Húmedo Tropical, Bosque muy Húmedo Premontanos, Bosque Pluvial Premontano y Bosques muy Húmedos Tropicales.

Geológicamente, el Parque Nacional Chagres está conformado en parte de la cordillera de San Blas. En la cuenca del río Chagres se encuentra uno de los últimos santuarios para varias especies en peligro de extinción en Panamá. En este sector se han reportado huellas de ñeques, jaguares, tigrillos, venados, cerdo salvajes y tapires. Entre las aves reportadas se encuentra el martín pescador, tucanes, colibríes, loros, pericos y Águila Arpía entre otras. Lamentablemente también hay rastros de cazadores deportivos.

Parque Nacional Coiba:

Tiene una superficie de más de 270,000 hectáreas e incluye la isla de Coiba y zonas marinas contiguas. El Parque Nacional de Coiba se sitúa en el Océano Pacífico, aproximadamente 150 millas náuticas al oeste de la península panameña de Azuero. El Parque presenta carácter marítimo terrestre, abarcando los archipiélagos de Pájaros e islas centrales y las islas del canal, Ranchería, Coiba, Jicarón y Jicarita.

El objetivo del Parque Nacional Coiba es el de conservar muestras de ecosistemas insulares marinos y costeros existentes en el área a fin de mantener la diversidad de especies, el flujo genético y los procesos evolutivos de la flora y fauna allí presente. Existen además tres complejos de pozos termales de alto poder medicinal.

Los bosques de Coiba ocupan el 80% del territorio insular. De esta masa forestal, la mayor parte pertenece al bosque primario nunca explotado por el hombre.

La fauna de Coiba cuenta con numerosas especies endémicas y amenazadas. En lo relativo a las aves, se han citado 133 especies diferentes. Además, Coiba cuenta con una aceptable población de guacamayo bandera, prácticamente extinguidos en el territorio continental panameño. Amplios sectores de la costa sur y este de Coiba se encuentran protegidos por los manglares, permitiendo el desarrollo de peces y larvas de crustáceos, al tiempo que protege la costa de la erosión marina. Las playas de la isla sirven como lugar de desove a cuatro especies diferentes de tortugas marinas: carey, caguama, tres canales y mulato.

El medio marino del parque cuenta con gran cantidad de peces incluidos merlín y tiburones, que han proporcionado numerosos records mundiales de pesca deportiva. La claridad y temperatura de las aguas es prácticamente constante a lo largo de todo el año, lo que facilita el crecimiento de una vigorosa comunidad de corales en la parte norte del parque nacional.

Parque Nacional Copé o General de División Torrijos Herrera:

Tiene una extensión de 20,000 hectáreas. Su biodiversidad es propia del Bosque Tropical y Pluvial. En el parque nacen importantes cuencas hidrográficas que bañan tanto la vertiente Atlántica como Pacífica, siendo la red hídrica que drena al Pacífico, la garante del desarrollo socioeconómico de la región y su auge agroindustrial y pecuario.

Parque Nacional Mario Isla Bastimento:

Tiene un área de 13,360 hectáreas de las cuales el 12% son tierras insulares y 88% zona marina. Esta unidad de conservación protege diversos ecosistemas de la región húmedo tropical como: arrecifes de coral, playas, manglares, bosques húmedos y un sistema lacustre, representado por un lago de aproximadamente 10 hectáreas con especies de interés como el sábalo real y el robalo.

La accesibilidad y cercanía de los ecosistemas de coral con las zonas de manglares y al alta biodiversidad de flora y fauna presentes en estos ecosistemas, ofrecen una buena oportunidad hacia el desarrollo de programas educativos para ampliar los conocimientos de los visitantes.

Uno de los objetivos considerados en la designación del parque, es el de impulsar las actividades recreacionales mediante el aprovechamiento turístico del paisaje natural inalterado, así como de sus componentes biológicos. Estas actividades pueden incluir el buceo, la pesca deportiva, actividades de playa, navegación entre las isletas de manglar.

Parque Internacional La Amistad:

El PILA – Parque Internacional La Amistad abarca una extensión aproximada de 207,000 hectáreas. Un 95% está en la Provincia de Bocas del Toro y el resto en la Provincia de Chiriquí. Representa un sitio ideal para la conservación de ecosistemas, y ofrece la oportunidad para la acción conjunta binacional (Costa Rica-Panamá) para implementar un plan de desarrollo.

La Reserva de la Biosfera La Amistad está citada en la cordillera de Talamanca, al sudeste de Costa Rica y en el extremo occidental de Panamá, contiene uno de los paisajes naturales más extensos y ricos de Centroamérica.

Geográficamente, La Reserva de la Biosfera La Amistad se ubica a lo largo de un angosto corredor que une dos continentes biológicamente diversos; sus rasgos latitudinales van desde 100 hasta 3,475 msnm (Volcán Barú), representados en nueve zonas de vida esto incluye el Cerro Echadi (3,166 msnm) y Cerro Itamut (3,279 msnm) únicos lugares en Panamá donde existe un clima subalpino. Se desarrollan tipos de vegetación característicos a estas zonas muy distintas al resto de cualquier otra área natural.

EL PILA, contiene la mayor riqueza en fauna y quizás del mundo entero. Muchas especies están en peligro de extinción y otras tantas son endémicas entre ellos el quetzal, la pava negra, el jaguar, el puma y otros.

Las condiciones climáticas son altamente variables en función de su extensa área, ubicación geográfica como sitios de convergencia de las dos grandes regiones climáticas, la del Atlántico y la del Pacífico.

Parque Natural Metropolitano:

Su ubicación es en la provincia de Panamá. Su superficie es de aproximadamente 265 hectáreas de extensión. Este es el único parque trópico latinoamericano con bosques naturales situados dentro de una región capitalina metropolitana. Su altura máxima es de 150 metros sobre el nivel del mar.

Una de sus funciones es mantener en la Ciudad de Panamá un área natural que contribuya al equilibrio ambiental de las zonas urbanas, a fin de disminuir la contaminación y proporcionara un ambiente sano.

El Parque Natural Metropolitano está conformado por paisajes de colinas y una planicie cercano al río Curundú. La zona montañosa constituye 2/3 del área en la sección noroeste. Aproximadamente 192 hectáreas del parque están compuestas por bosques tropicales de tierras bajas. Este tipo de bosques casi ha desaparecido en las regiones central y occidental de Pacífico y el Darién.

Parque Nacional Soberanía:

Este parque fue creado en virtud de los Tratados Torrijos-Carter, el 1 de mayo de 1980. El Parque Nacional Soberanía está ubicado en la porción central de la Cuenca Hidrográfica del Canal de Panamá y cubre aproximadamente 22,104 hectáreas. Es una de las áreas protegidas que presentan fácil acceso; se encuentra a sólo 20 minutos de la Ciudad de Panamá y a 30 minutos de la Ciudad de Colón. Podemos llegar a él usando el Ferrocarril Panamá-Colón, por la carretera a Gamboa y Madden o por el Río Chagres.

Principalmente cubierto por vegetación del Bosque Húmedo Tropical, con algunas secciones cubiertos por boques de crecimiento secundario de 60 a 70 años. Existe un aproximado de 3,000 especies de flora como mínimo.

Mantiene una abundante fauna silvestre que incluye, aproximadamente 105 especies de mamíferos, 394 especies de aves, siendo reconocidos como uno de los lugares del mundo

con mayor diversidad en su avifauna, 55 especies de anfibios, 79 especies de reptiles y 36 especies de peces de agua dulce.

Parque Nacional Darién:

El Parque Nacional Darién es el más grande de América Central; se localiza en la provincia del mismo nombre. Colindan sus límites con el Parque Nacional Los Katios en Colombia. Abarca una extensión de 579,000 hectáreas. En 1981 fue declarado Sitio de Patrimonio Mundial por la UNESCO y en 1983 Reserva de Biosfera, por el comité del Programa El Hombre y la Biosfera, también de la UNESCO.

Dentro del parque se encuentran las mayores elevaciones de la región. El cerro más alto es el Tacarcuna con 1,875 msnm. Se encuentran cinco zonas dentro del parque: Bosque Húmedo Tropical, Bosque muy Húmedo Premontano, Bosque muy Húmedo Tropical, Bosque Pluvial Premontano y Bosque Pluvial Montano Bajo.

El bosque del Darién ha sido caracterizado como uno de los ecosistemas más completos en toda América Tropical. Se encuentran más de 60% de las especies de mamíferos existentes en Panamá, 26 de ellas se encuentran en extinción.

Para Darién más de 500 especies de aves han sido reportadas; 20 de ellas están en peligro de extinción. El Parque Nacional del Darién es el hábitat del Águila Arpía, ave nacional.

Parque Nacional Camino de Cruces:

El Parque Nacional Camino de Cruces tiene recursos naturales y culturales significativos incluyendo recursos que apoyan la salud ambiental de la ciudad. Debido a su extensa cobertura boscosa, el parque contribuye a la buena calidad del agua en áreas aledañas.

La designación del parque es el proteger y mantener los bosques entre el Parque Nacional Soberanía y Parque Metropolitano, promover la diversidad biológica y la sobrevivencia de las especies, conservar el flujo y régimen del agua, mejorar la calidad de vida de los residentes de la Ciudad de Panamá, promover la investigación científica, la educación ambiental, recreación y ecoturismo y proteger el legado cultural de la nación.

Parque Nacional Interoceánico de las Américas:

El Parque Nacional Interoceánico de las Américas va desde las aguas marinas, situadas frente a la desembocadura del río Chagres, provincia de Colón, hasta el trayecto costero que media entre Veracruz y la entrada pacífica del Canal en la provincia de Panamá.

El parque esta compuesto, fundamentalmente, por bosques naturales, ubicados en tierras de antigua Zona del Canal que revirtió a Panamá en octubre de 1979. Es el único en América que tiene un diseño transístmico o interoceánico, lo que asegura los intercambios ecológicos entre la vertiente del Caribe y la del Pacífico. Integra y protege un complejo arquitectónico militar del período de dominación hispánica, dotado de sitios y objetos arqueológicos en sus inmediaciones.

Parque Nacional Cerro La Hoya:

Este parque cuenta con una superficie de 32,000 hectáreas. En él se protege el bosque natural más importante de toda la Península de Azuero y nacen más de diez cuencas hidrográficas. Cerro La Hoya es la zona boscosa más importante de la Península de Azuero y por eso se le ha considerado como el único pulmón natural del área.

En el parque se localiza una de las faunas más ricas de la República de Panamá, encontrándose diversas especies como: guacamaya verde, roja, pericos caratos, perdiz de arca, tucanes, pavones, perdiz de rastrojo, puerco de monte venado cola blanca, manigordo, jaguar, mono colorado, y conejo pintado. Se encuentra diversos tipos de ranas, reptiles, mariposas y otras hermosas especies de la fauna silvestre.

Parque Nacional Marino Golfo de Chiriquí:

El Parque Nacional Marino Golfo de Chiriquí cuenta con una superficie de 14,740 hectáreas. Más de 25 islas e islotes pertenecientes al Golfo de Chiriquí conforman este parque. Además el parque cuenta con 19 arrecifes coralinos que contienen una gran diversidad de vida marina.

LEGISLACIÓN AMBIENTAL PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Existen varios decretos y leyes que regulan actividades en zonas protegidas y establecen reglamentos para la conservación del medio ambiente; los cuales de forma indirecta establecen parámetros para las actividades turísticas.

La Ley 41 de 1 de julio de 1998, por la cual se dicta la Ley General de Ambiente de la República de Panamá. En esta se establecen principios y normas básicas para la protección, conservación y recuperación del ambiente, promoviendo el uso sostenible de los recursos naturales. Además, ordena la gestión ambiental y la integra objetivos sociales y económicos, a efectos de lograr el desarrollo humano sostenible del país.

El Decreto Ejecutivo N°58 del Ministerio de Economía y Finanzas del 16 de marzo del 2000 por el cual se reglamenta el procedimiento para la elaboración de normas de calidad ambiental y límites máximos permisibles, a que se refieren las disposiciones del Capítulo III del Título IV de la Ley N° 41. Las normas de calidad ambiental que se dicten conforme a este Reglamento son de cumplimiento obligatorio en todo el territorio nacional, y participarán en su ejecución las autoridades competentes, las comarcas, los municipios y la comunidad organizada.

La Ley 10 del 10 de diciembre de 1993, por la cual se adopta la educación ambiental como una estrategia nacional para conservar y preservar los recursos naturales y el ambiente.

La Ley 30 del 30 de Diciembre de 1994, sobre Estudios de Impacto Ambiental, por la cual se establece la obligatoriedad sobre exigencia de los estudios de impacto ambiental, para todo proyecto de obras o actividades humanas.

Ley 24 del 7 de junio de 1995, por la cual se establece la legislación de vida silvestre como parte del patrimonio natural de Panamá y declara de dominio público su protección, conservación, restauración, investigación, manejo y desarrollo de los recursos genéticos así como especies, raras y variedades de la vida silvestre, para beneficio y salvaguarda de los ecosistemas naturales, incluyendo aquellas especies y variedades introducidas en el país y que, en su proceso de adaptación, hayan sufrido cambios genéticos en los diferentes ecosistemas.

Ley 26 del 10 de Diciembre de 1993, por la cual se aprueba los estatutos de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales, enmendados el 25 de diciembre de 1990.

Estas legislaciones permiten la acción encaminada de entidades no gubernamentales ambientalistas para el desarrollo del medio ambiente y regulación de actividades que puedan tener injerencia en el mismo. Ejemplo de ello son El Programa Ambiental Regional para Centroamérica y el Fondo de Fideicomiso.

El Programa Ambiental Regional para Centroamérica (PROARCA/CAPAS²¹) proporciona apoyo técnico y económico a políticas para el manejo de áreas protegidas en Centro América. El trabajo de PROARCA/CAPAS se ejecuta en una relación de socio con la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) y está financiado por la Agencia Internacional para el Desarrollo (USAID).

La Fundación Natura administra el Fondo de Fideicomiso Ecológico (FIDECO). Ese fondo, con un capital inicial de \$25 millones de dólares, fue establecido en 1995 con las contribuciones del Gobierno de Panamá con \$15 millones, La USAID con \$ 8 millones, y The Nature Conservancy con \$ 2 millones. El objetivo del fondo es ser una fuente permanente para financiar iniciativas ambientales, con énfasis en iniciativas en la cuenca del Canal de Panamá.

La creación del El Fondo FIDECO (Fideicomiso Ecológico), se fundamenta en la Ley No 1 del 5 de enero de 1984 y se suscribe el 25 de enero de 1995 el Convenio FIDECO entre el Ministerio de Planificación y Política Económica (MIPPE) por la República de Panamá como Fideicomitente y The Nature Conservancy (TNC) como Fiduciario. El fondo patrimonial de FIDECO es de 25 millones de balboas de los cuales la USAID aporta 8 millones, TNC 2 millones y el Gobierno de Panamá 15 millones. Dichos fondos son administrados por la Fundación NATURA

Por otro lado, este año la región centroamericana, incluyendo Panamá y Belice, adoptó el Certificado de Sostenibilidad Turística como sistema estándar en la región. Esta decisión se tomó debido a la imperante necesidad de contar con un instrumento que incentive la adopción de prácticas dirigidas a alcanzar la sostenibilidad que se ajuste a las necesidades de la región.

INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA - INAC

El INAC es la institución responsable del diseño, orientación e instrumentación de la política cultural del país, en concordancia con el interés del gobierno panameño de brindar a la sociedad opciones para una vida mejor y más segura, mediante un vasto plan de modernización que asegure el desarrollo económico y social.

En reconocimiento de que la cultura y los sitios patrimoniales son atractivos turísticos del país; una de las líneas de acción del INAC es reconocer la aparición de nuevas categorías de patrimonios culturales, tal como el paisaje cultural, el patrimonio industrial y el turismo cultural. .

Actualmente están trabajando en conjunto con el IPAT en diferentes unidades gestoras. Tales son el Patronato de Panamá Viejo, en las Oficinas del Casco Antiguo y en la valorización de los Fuertes de San Lorenzo y Portobelo; siendo éstos los de mayor atractivo turístico hasta el momento.

La institución tiene la capacidad de brindar un importante aporte al turismo, por su labor investigativa, informativa y de conservación. No obstante, hay indicios de que no está bien integrada al cluster. Según el Director Nacional de Patrimonio Histórico, el INAC no fue invitado a participar dentro de la Alianza TCI. Tampoco han sido convidados a dar aportaciones para la campaña de promoción turística. Sin embargo, plantearon la intención de coordinarse con el IPAT para asegurar que la

²¹ Central American Protected Area Systems

campaña promocional del IPAT programada para el 2002 presente una oferta turística correcta en materia de sitios patrimoniales; procurando que se ajuste a la realidad.

Son necesarias negociaciones entre el IPAT y el INAC para llegar a acuerdos entre las expectativas de IPAT en materia de turismo y las expectativas y responsabilidad legal del INAC por salvaguardar los sitios históricos. Es necesario definir sistemas de administración turística y de conservación para los sitios patrimoniales que se designarán para este fin.

COMISIÓN DE LIBRE COMPETENCIA Y ASUNTOS DEL CONSUMIDOR - CLICAC

CLICAC es una entidad semiautónoma responsable de velar por el bienestar del consumidor mediante el fortalecimiento de una economía de libre mercado, promoviendo un comportamiento por parte de los agentes económicos y la defensa de los derechos del consumidor.

Siendo las compras uno de los fuertes motivadores de visitas al país, la labor que realiza la CLICAC es de gran importancia para el desarrollo del turismo nacional.

El Comisionado Gustavo Paredes está considerando ampliar el alcance de la CLICAC con un sistema que agilice el recibimiento de quejas a través del Internet y el teléfono. Este sistema, que actualmente es utilizado en México, viene acompañado de un plan de divulgación en puntos claves. Tiene como objetivo facilitar, tanto al visitante como al nacional, los medios para hacer llegar sus quejas y darle seguimiento a los casos; ya sea que se encuentren dentro o fuera del país.

El panameño conoce de la existencia de la CLICAC como recurso de defensa contra abusos en el comercio. La institución publica en los medios de comunicación sus requisas al comercio y avisos para el consumidor. Además tienen puestos permanentes en lugares de mayor concentración comercial.

El actual procedimiento para quejas es apersonarse a las oficinas de la CLICAC, en horas de oficina y dejarla por escrito. El tiempo de respuesta suele ser de 15 días. Este sistema puede ser desestimulador para el consumidor por el tiempo que debe invertir para colocar la queja. En caso de aprobarse el nuevo sistema de rápido acceso, más consumidores se verán incentivados a dejar sus quejas. En tal caso, la entidad tendrá que prepararse a manejar un mayor volumen de trabajo.

CÁMARA DE TURISMO DE PANAMÁ – CAMTUR

Es la entidad que agrupa a todos los gremios turísticos del país. Procura ser el representante de los intereses del sector ante el Gobierno. Tiene como estrategia organizar y establecer alianzas, buscando el crecimiento de la industria. Actualmente están trabajando, junto al IPAT y al Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral, en el establecimiento de las funciones de trabajo y estándares de rendimientos de todas las posiciones involucradas en el ambiente turístico. Sobre todo, de aquellas posiciones que no son reconocidas como profesiones, mas son medibles y pueden aprenderse. Este proyecto fue tomado de uno similar aplicado en México. La motivación para implementarlo en el país es sentar una serie de parámetros para calificar la calidad y productividad del recurso humano.

Otro proyecto de gran magnitud es la organización de la primera Convención Nacional y Exhibición Internacional de Turismo - CONETUR en Panamá. Evento organizado por CAMTUR y el IPAT. Éste se realizó en septiembre del 2001; y tuvo como tema central el turismo interno y la oferta turística del país. Se llevaron a cabo conferencias en donde mostraron nuevos métodos y técnicas para comercializar los productos turísticos, incrementar las ventas y obtener mejores resultados económicos. Fue dirigida a ejecutivos, inversionistas, entidades de gobierno, financiadores, comerciantes, estudiantes y profesionales de turismo y público en general.

El objetivo para el 2002 es elevar CONETUR a un nivel internacional; dirigiéndolo al mayorista en Suramérica, Estados Unidos y Europa. Se planea llevar a cabo el evento una semana antes de la Feria Turística Latinoamericana a celebrarse en Costa Rica; aprovechando la afluencia de participantes en la misma.

CAMTUR forma parte de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica – FEDECATUR. A través de esa entidad lograron ser partícipes del programa de capacitación para la Licencia de calidad SERVICE-BEST, financiado por el PAR²². En julio del 2001, la Universidad Santa María La Antigua (USMA) firmó un convenio de cooperación con la CAMTUR, mediante el cual se aprueba la inclusión de los seminarios Service-Best dentro del pénsum como opción de trabajo de graduación en la Escuela de Turismo.

En acción conjunta entre el IPAT y CAMTUR se brindó capacitación para atención al cliente, al personal de Aduanas, Migración, Autoridad Portuaria, Policía Técnica Judicial y Policía de Turismo del Aeropuerto Internacional de Tocumen.

NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

Panamá es la sede temporal del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) desde marzo del 2001. Este hecho ha generado beneficios directos para el sector turismo. El país está recibiendo visitantes de los 34 países que participan de las negociaciones. Se estima que el ingreso anual por la estadia de los negociadores será de B/. 11 millones²³. Los sectores que se benefician directamente son los que brindan servicio de alojamiento, restaurantes, transporte y compras, entre otros.

A parte del beneficio económico directo, generado por la afluencia de negociadores; existe un beneficio intangible mucho mayor. El estatus del país se eleva por haber sido escogido para llevar a cabo una parte crucial de las negociaciones de todo el Continente Americano. Esto promueve su imagen de neutralidad y seguridad, y sus capacidades en recurso humano e infraestructura.

Si Panamá logra ser la Sede Permanente del ALCA, se convertiría en la capital diplomática de negociaciones del comercio de las Américas. Tendría cobertura a nivel internacional, lo que le garantizará una mayor visibilidad a nivel mundial y se posicionará a un mayor nivel en el ambiente de los negocios internacionales.

2.3.5 CAPACITACIÓN

Los sectores directamente involucrados en el turismo, como hoteles y agencias de turismo, tienen problemas para conseguir personal entrenado, lo que les crea la necesidad de invertir en programas de capacitación. Las mayores deficiencias que los empresarios encuentran en la preparación del recurso humano es el dominio de idiomas, el sentido de hospitalidad y servicio al cliente y la poca experiencia práctica del profesional recién graduado.

En Panamá hay nueve universidades que dictan carreras de turismo; una estatal y ocho privadas. Gradúan aproximadamente a unos 400 profesionales del turismo por año. Sin embargo, estas carreras no llenan todas las necesidades del sector, pues sólo se enfocan en la parte administrativa de las empresas. (Cuadro 19)

²² Programa de Apoyo a Iniciativas Regionales para Centroamérica.

²³ Estimado del Consejo Presidencial para la Concesión de la Sede del ALCA.

Cuadro 19

PROGRAMAS Y CENTROS DE FORMACIÓN PARA PROFESIONALES EN EL TURISMO

Cantidad de centros de preparación turística	1 universidades y 2 centros de capacitación
Programas de Maestría turística	1 Maestría en Ecoturismo
Programas de Licenciatura para el sector turístico	7 en turismo y hotelería 4 en administración de empresas turísticas 1 con enfoque a la hospitalidad
Programas técnicos para el sector turístico	1 en turismo y hotelería 2 en empresas turísticas 3 para formación de guías 2 programas culinarios

Fuente: Investigación de campo.

Durante la investigación se percibió desconfianza entre los participantes del sector educativo privado. La mayoría de los directivos de carreras en las universidades privadas se negaron a brindar información sobre sus planes de estudio, enfoque de la carrera, costos y matrícula, entre otras. Algunos nos explicaron que es una medida de prevención para evitar el espionaje. Esta tensión en la industria puede retraer cualquier intención de cooperación conjunta entre las universidades para el desarrollo de planes que cubran las necesidades tanto del sector turismo como de otros sectores económicos.

En cuanto a los planes de capacitación del IPTA, éste ha desarrollado un plan que involucra tanto la capacitación institucional como la del sector privado. Se han enfocado gran parte de sus recursos en apoyar en el sitio a la micro, pequeña y mediana empresa del interior del país.

También está dictando un programa de post-grado a distancia para entrenar a docentes; pues una de las deficiencias que identificaron en las universidades es que los docentes en las carreras de turismo no tienen especialidad en turismo.

Otro de sus planes es el desarrollo de programas pilotos de cultura turística a nivel comunitario y escolar dentro de zonas seleccionadas. Estos programas tienen como objetivo mostrar como la actividad turística puede beneficiar a la comunidad y la importancia de la participación de la misma para el desarrollo y sostenimiento de la actividad.

Por otro lado, el IPAT fortalece los vínculos para la cooperación técnica de expertos y entidades internacionales. Están nuevamente trabajando en la propuesta del Proyecto Hotel-Escuela para la región. Buscan el apoyo del BID y del gobierno de España para la concretización del mismo.

Empresas privadas también están creando centros de capacitación que pueden fortalecer las prácticas en la industria del turismo. ICT y Cable & Wireless están ofreciendo su proyecto denominado Net Express para los pequeños y medianos empresarios que estén interesados en capacitarse sobre el uso y funcionamiento del Internet y el comercio electrónico; principal herramienta para las empresas turísticas.

Pocos de los esfuerzos de capacitación conjunta identificados involucra la participación de las universidades privadas. Esto constituye una debilidad para el sector, porque se está desaprovechando un recurso valuable. La experiencia y especialidad en la administración de docencia y sus recursos convierten a las universidades y centros de estudio en claves para solventar las deficiencias en entrenamiento para el sector.

2.3.6 OTROS SERVICIOS

SEGURIDAD

No obstante existen dos problemas de seguridad que saltan a la luz pública y que pueden afectar la imagen internacional del país. Uno de ellos son las infiltraciones y ataques de grupos colombiano en la selva del Darién. El segundo son los casos robos de grandes sumas de dinero a turistas que llegan al país para hacer compras en la Zona Libre.

SALUD

La probabilidad de que un turista contraiga una enfermedad infectocontagiosa en Panamá es sumamente baja. La calidad del agua es bastante buena y no existen epidemias generalizadas. Panamá es uno de los pocos lugares en el mundo que el agua puede ser ingerida directamente del grifo. Las dos amenazas que al momento mantienen al país con programas de vigilancia y prevención son el hanta virus y el dengue hemorrágico. En 1999 se presentaron, por primera vez en Panamá, casos de hanta virus. Estos sólo se dieron en la región de Azuero. Los brotes fueron controlados y eliminados por una acción de cooperación entre los científicos del Centro de Control de Enfermedades de Atlanta, Estados Unidos, la Pan-American Health Organization (PAHO) y el Ministerio de Salud. Esta enfermedad que en Costa Rica, Corea y Estados Unidos a ocasionado un muchas muertes; en Panamá pudo dársele un rápido control cobrando sólo cuatro víctimas fatales.

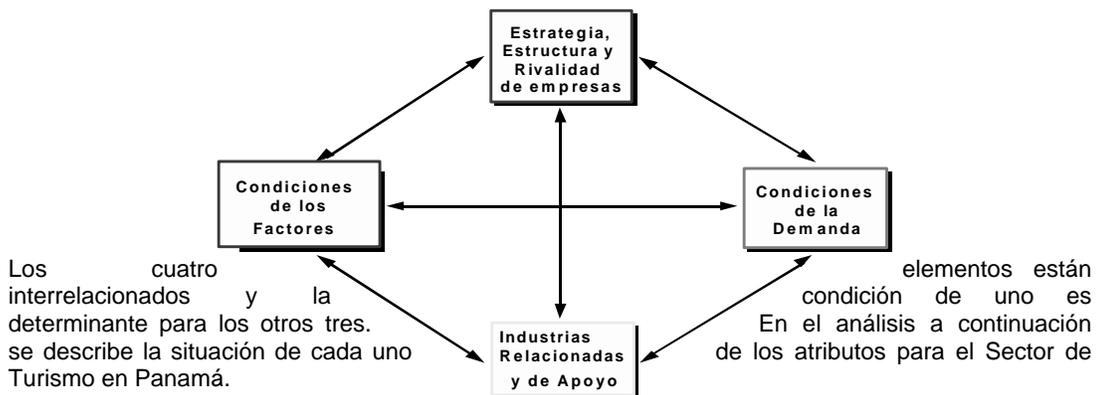
A la fecha se han registrado siete casos de dengue hemorrágico en diferentes puntos de la República. Esta es una situación que mantiene la atención de las autoridades de la salud, pues en Panamá se encuentran los cuatro tipos del virus transmitidos por el mosquito aedes aegypti. Por lo que se ha mantenido durante años una extensa campaña de eliminación de criaderos de mosquitos, fumigación en los lugares de mayor concentración, y recientemente gestionaron la aprobación de la ley que aplica sanciones económicas y encarcelamiento a los que reincidan en tener dentro de sus propiedades criaderos.

El Ministro de Salud, Fernando Gracia, está gestionando para que en adelante, Panamá sea uno de los países de mayor tecnología en bioseguridad y bacteriológica de la región para afrontar próximas epidemias naturales o de bioterrorismo.

3. EVALUACIÓN DEL CLIMA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD

Al evaluar el clima de negocios del sector turismo se utilizó como base el marco conceptual desarrollado por Phd. Michael Porter²⁴. En donde la prosperidad nacional se crea, no se hereda; y la competitividad de las naciones depende totalmente de la capacidad de su industria para innovar y mejorar.

La capacidad de innovación, por su parte, está determinada por cuatro fundamentales atributos de la nación. Éstos son esenciales para lograr el liderazgo internacional y constituyen la base del entorno donde las empresas nacen, compiten y evolucionan. A estos atributos se les conoce como el póquer de ases de la ventaja competitiva de las naciones:



3.1 CONDICIONES DE LOS FACTORES

Los factores básicos que posee Panamá son de gran valor para el desarrollo de la actividad turística. La mayoría de estos factores son heredados; tales como la cercanía a mercados emisores, un amplio y variado inventario de riquezas naturales, especies nativas de Centro y Sur América, algunas en peligro de extinción, variedad de climas entre los 10°C y 30°C, volcán, desierto, amplias playas en el Pacífico y el Caribe. Además el país cuenta con importantes riquezas arqueológicas, sitios declarados patrimonios mundiales, arquitecturas europeas de principios de siglo y estilos de vida de diferentes culturales.

Otros factores como la economía dolarizada y la frecuencia de vuelos a mercados emisores son, más que una ventaja, una condición para países que quieran desarrollarse como centro de compras y destinos turísticos.

²⁴ Autor de Competitive Strategy 1980 y Competitive Advantage 1985. Profesor de Harvard Business School.

El 90% de la población está alfabetizada, lo que constituye una base para el aprendizaje. Sin embargo, esto y otros factores básicos son necesarios más no suficientes para hacer que la industria del turismo sea competitiva a nivel internacional. Los factores más importantes son aquellos especializados. Éstos, por lo general implican una importante y continua inversión.

Nuevas inversiones en el país están creando factores más especialización. Proyectos como el Gamboa Rainforest Resort, el Acuario del Mundo, Panama Canal Village y los puertos de cruceros brindarán una oferta diferente al turismo.

No obstante, importantes factores especializados están débilmente desarrollados y en otros casos ausentes. Recursos naturales importantes para el turismo están siendo afectados por diversas prácticas. Por ejemplo, los sistemas de disposición de aguas servidas del país están perjudicando proyectos turísticos en Farallón, contaminando la Bahía de Panamá y playas aledañas. La extracción de arena y piedra también es una actividad preocupante para los inversionistas. Éstas y otras situaciones ponen en alto riesgo la sostenibilidad de los atractivos turísticos y por ende la inversión privada.

De designarse algunas zonas protegidas y patrimoniales como sitios de visitantes, éstos requerirán de una administración que garantice su conservación y además brinde un servicio de calidad al turista. Para ello es necesario, entre otros factores, que se defina la capacidad de carga de cada sitio, evitando así que la afluencia de turistas los afecte; instalar facilidades básicas para el recibimiento de visitantes; mejorar los caminos de acceso y señalizaciones; formar guías debidamente capacitados para atender a un público conocedor; diseñar la información de interpretación en varios idiomas; y establecer un sistema de cobro de entrada que contribuya a mantener los sitios en buen estado.

En cuanto a la capacitación del recurso humano, la industria requiere de personal especializado para cada negocio. El compromiso con el desarrollo humano debe ser compartido entre el gobierno y la empresa privada. Se requiere un acuerdo de intereses entre las partes para unificar esfuerzos y llevar a cabo esta misión. El gobierno como estimulador de la actividad, los centros de educación aportando su experticia en docencia, y los empresarios con su conocimiento de las necesidades y tendencias en la industria.

El IPAT ha definido una nueva meta: hacer de Panamá una marca en lo que a destinos turísticos se refiere. El esfuerzo se inicia con una campaña de promoción y relaciones públicas que en su primer año pretende incrementar en al menos 72.000 personas la llegada de visitantes. Para llenar las expectativas del mercado al cual se dirige la campaña es indispensable la coordinación de toda la industria, haciendo que las fortalezas y experticias de cada uno contribuyan a armar la experiencia turística del visitante.

Bien es cierto que el país cuenta con un amplio y variado inventario de atributos para el turismo; sin embargo, la velocidad de respuesta y creación de los factores es tan importante como los factores mismos.

3.2 CONDICIONES DE LA DEMANDA

Panamá es un destino turístico poco conocido. Sin embargo, inversionistas nacionales y extranjeros están desarrollando nuevos proyectos; lo que es un indicativo de la confianza en el potencial del país.

Por los recientes atentados terroristas, se espera que la atención del turista se desvíe hacia regiones que se perciban como seguras. Esto genera una oportunidad para incrementar la actividad en el

país; promoviendo, además de los atributos turísticos, el nivel de seguridad y estabilidad. Hay dos hechos que lo sustentan: uno es el desempeño del Canal después de su traspaso, y el ser electo como sede pro-témpore y considerado para la Sede Permanente del ALCA.

Según la OMT, hay un creciente interés por destinos no-tradicionales y destinos centroamericanos. La región ha tenido un crecimiento promedio anual de 10.3% en el periodo 1995-00. Fue el mayor crecimiento registrado en el mundo durante ese periodo. Sin embargo, la participación de la región en el turismo mundial es pequeña, representando sólo un 3.3%, y Panamá un 0.4%. El crecimiento en números reales no es tan significativo a nivel mundial; pero puede ser un indicativo del despertad del interés en la región.

Estudios del Consorcio PKF, Nathan Associates y Arden & Price muestran que el viajero que le gustaría visitar Panamá tiene la siguientes características: generalmente viaja a Latinoamérica y el Caribe, con su familia o pareja, tiene alta preparación académica e ingresos superiores a los \$50.000 anuales. Este tipo de turista tiene un nivel alto de exigencia, por lo que la oferta turística debe ser competitiva para satisfacer sus expectativas.

Un elemento importante en este sentido es la información turística del país, tanto en el exterior como dentro del país. Hasta el momento, esto es una debilidad de la industria, porque el 66% de visitantes entrevistados en el aeropuerto dicen haber recibido poca o ninguna información turística.

En cuanto a los cruceros, éste es el segmento que mayor crecimiento ha registrado. La OMT lo considera prometedor por las inversiones en nuevos buques y porque su demanda ha seguido el ritmo de crecimiento de la oferta. La tendencia internacional es transportar en buques más grandes por lo que el país debe prepararse para administrar la logística de grupos de visitantes más grandes, manteniendo alta calidad en la experiencia turística brindada.

3.3 ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS

Panamá ha dado el primer paso para romper el círculo vicioso en donde la poca oferta atrae poca demanda, y la poca demanda no justifica inversión para mayor oferta. La oferta de hoteles, restaurantes, centros de esparcimiento y compras aumentó rápidamente desde 1997. En cuanto a los participantes en la industria, éstos muestran indicios de integración horizontal por el desarrollo de consorcios como: Ventas y Proyectos y Corporación de Costas Tropicales Panamá & Colón, S.A. (Colón 2000 y Aventuras 2000). Otros grupos empresariales hacen alianzas para complementarse mutuamente. Por otro lado, están entrando nuevas franquicias internacionales como Barceló, Meliá, Gray Line y Decameron. No obstante, no existe un plan estratégico definido a nivel nacional para el desarrollo de la industria turística

Todos los países centroamericanos tienen entre sus planes económicos el incrementar su actividad turística. Los planes de integración regional se hacen más importantes que la competencia cuando los recursos son limitados, como ocurre con los países de la región. Sin embargo, si el plan solo toca la parte promocional y no profundiza en acuerdos más integrales, sus resultados pueden ser limitados.

3.4 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y SECTORES DE APOYO

El tercer determinante de la ventaja competitiva de la nación es la presencia de sectores internacionalmente reconocidos que apoyen a la actividad turística. Panamá ha contado con el apoyo de reconocidas entidades y consultores de nivel internacional expertos en el área.

Los proyectos de organizaciones como el JICA, BID, OEA, CLACDS y de otros consultores como el Arg. Frank Gehry, la Dra. Hana Ayala y Freeman Group están vigentes. Algunos han sido utilizados para armar estrategias y otros están en proceso de ejecución. El inconveniente es que muchos de los proyectos se estancan en la fase de ejecución, por falta de una entidad nacional que los lidere y que les garantice continuidad a pesar de los cambios de administraciones.

Por otro lado, participantes de otros clúster no relacionados están ofreciendo servicios turísticos. Entidades como el Canal de Panamá y Panama Canal Railway diversificándose incluyendo servicios para turistas. El STRI, por su parte, dentro de su trabajo investigativo realiza el diseño de rutas patrimoniales y del material descriptivo de la flora y fauna del país, orientado al turista. Sin embargo, hay entidades no relacionadas con el turismo, que son importantes para la sostenibilidad y crecimiento de la industria turística, pero aún no tienen un vínculo directo con la industria.

4. GOBIERNO

La misión del gobierno no es crear sectores competitivos; es el estimular y catalizar la actuación del sector empresarial. El apoyo a planes de promoción, relaciones internacionales y acuerdos regionales han sido parte de los esfuerzos del gobierno para estimular la demanda. Sin embargo, denuncias de corrupción gubernamental, demora en la toma de decisiones y desconfianzas en el sistema judicial son factores que pueden retraer la inversión y deteriorar la imagen de país ante los inversionistas.

Para el desarrollo integral del turismo en Panamá es necesaria la definición de un plan nacional con la participación y el compromiso del gobierno nacional, los partidos políticos, el sector privado y la comunidad. Sobre todo, se requiere de la participación proactiva de los involucrados y de un ente coordinador que garantice la continuidad de dicho plan.

5. BIBLIOGRAFIA

PROYECTOS

IPAT. **Nivel de Avance en la Estrategia de Desarrollo Turístico en las Diferentes Zonas de la República.** Panamá, 2001.

Unidad Coordinadora IPAT-BID. Consorcio PKF – Nathan Arden & Price. **Estudio Estratégico de Mercadeo, Planificación y Comunicación del Componente I del PAST.** Panamá, 2000.

Comisión de Turismo. **Documento Base. Acciones Concretas a Desarrollar en el IPAT, durante los cien primeros días de trabajo del Gobierno de Unión por Panamá.** Panamá, 1999.

ANAM. **Estrategia Nacional del Ambiente, Áreas Protegidas de Panamá. Vol 4/7.** Panamá, 1999.

CLACDS. **Turismo en Panamá. El reto de la Competitividad.** Panamá, 1998.

CLACDS. **Cielos Abiertos para la Competitividad de Centroamérica.** 1998.

ANAM-UICN. **Sinopsis del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Panamá.** Panamá, 1998.

Cooperación Técnica IPAT-OEA. **Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993 – 2002.** Panamá, 1993.

Harvard-Deusto Business Review. **¿Dónde Radica la Ventaja Competitiva de las Naciones?. Por Michael Porter.** 1990

INFORMES

CAMTUR. **Informes de CONETUR.** 2001

APEDE. **Informes del VII Foro de Turismo. Tecnología Aplicada al Turismo.** 2001

IPAT. **Resumen Estadístico.** 2001.

OMT. **Tendencias de los Mercados Turísticos: Panorama mundial y temas de Actualidad.** 2001.

OMT. **Tendencias del Mercado Turístico: Las Américas.** 2000.

OMT. **Barómetro de los Viajes y del Turismo.** 2000

OMT. **Presupuesto de las Administraciones Nacionales de Turismo.** 1999.

UNESCO. **Breve Descripción de los Sitios Inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial.** Convención Acerca De La Protección Del Patrimonio Cultural Y Natural Del Mundo. 1999.

IPAT. **Memoria Anual 1997-1998.** Panamá, 1998.

Informe sobre Alianza Turismo – Conservación – Investigación “TCI”. **El Catalizador Esencial para el Desarrollo Nacional y la Identidad Internacional de Panamá.** 1998

Contraloría General de la República. **Boletín Estadístico**. 1988 - 1997

Contraloría General de la República. **Informes Estadísticos de Establecimientos Comerciales**. 1996.

Ministerio de Economía y Finanzas. **Informes Económicos Anuales**. 1993 - 2001.

LEGISLACIONES

Gobierno Nacional de Panamá. Ley 41 de 1 de Julio de 1998. **Ley General del Ambiente de la República de Panamá**. 1998.

Colección de Textos Jurídicos. **Legislación sobre Turismo**. Panamá, 1997

PUBLICACIONES DE DIARIOS LOCALES E INTERNACIONALES

?? Capital. Panamá	?? El Panamá América. Panamá	?? Publicaciones del Plan
?? La Prensa. Panamá	?? Bolsa de Noticias. Nicaragua	Puebla-Panamá
		?? Otros

6. ENTREVISTAS²⁵

Aida Quijano, Presidente de APAVIT.
Carlos Fitzgerald, Director Nacional de Patrimonio Histórico. INAC
Pedro Poveda, Director General del Aeropuerto Internacional de Tocumen
Luis Arguedas, Presidente de Hotel Costa del Sol y Gray Line Panamá. Ex-presidente de CAMTUR
Marco Gandásegui, Presidente de APOTUR y Gerente de Ancon Expeditions
Gloria Clavel Velásquez, Gerente de IBERIA Panamá
José Manuel Pérez, Coordinador del Proyecto de Desarrollo Sostenible para Bocas del Toro. MEF
Juan Tam, Secretario de APOTUR
Fidel Reyes, Gerente General del Gamboa Rainforest Resort
Estrella Endara, Presidente de la Comisión de Turismo de APEDE
Augusto Terracina, Gerente de Mercadeo de Colón 2000
Roberto Maduro, Gerente General de Campagnani/BBDO Publicidad
Laura Flores, Gerente de la Oficina de Iniciativas Empresariales, STRI
Nivia Roxana Castellón, Consejo Presidencial para la Concesión de la Sede del ALCA
Enrique Pesantez, Gerente de Pesantez Tour. Ex-presidente de APOTUR
Gustavo Paredes, Comisionado de la CLICAC
Yamina de Castillero, Directora de Capacitación y Cultura Turística. IPAT
Evans Canto, Coordinador de Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible. IPAT
Tomás Sosa, Director de Planificación y Desarrollo Turístico. IPAT
Fátima Gomes-Tomaz, Asesora de Mercadeo. Universidad Panamericana
Jairo Blanco, Director de Executive Consulting Group Inc.
César Tribaldos, Presidente de la Asociación Panameña de Hoteles y Ex-Director del IPAT.
Olmedo Salidas. Dirección General de Artesanías Nacionales. MICI
Sheila de Ríos, Departamento de Promoción y Publicidad. DGAN. MICI
Diniz Ramos Mendoza, Unidad TCI. IPAT
Walter Luchinger. División de Nuevos Negocios. ACP
Ernesto Holder. División de Servicios Audiovisuales. ACP

²⁵ Se omiten los títulos personales.

7. GLOSARIO DE TERMINOS

CLUSTER: Grupo de acción interdisciplinario que trabajan coordinadamente para alcanzar un fin común.

CUENTAS SATÉLITE DE TURISMO: Es la construcción de un sistema de información económico relacionado con el turismo en forma de cuenta de turismo satélite del sistema principal de cuentas nacionales. Es un cálculo de los efectos del turismo en la economía nacional, el cual proporciona indicadores de resultados ideales para la planificación estratégica. Incluye dos modelos de previsión que pueden utilizarse para trazar escenarios y evaluar el efecto potencial de la inversión en Turismo.

GASTO TURÍSTICO: Todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estadía turística en el lugar de destino.

HUB: Centro de conexiones de vuelos internacionales.

PASAJEROS DE TRANSITO: No son considerados como visitantes, porque no ingresan a territorio nacional.

TURISMO²⁶: Las actividades que realizan 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.

TURISMO EMISOR: Enviar personas a realizar turismo fuera de su lugar de origen.

TURISMO RECEPTIVO: Atraer y recibir extranjeros para que hagan turismo.

TURISTA: (Visitante que pernoctan) un visitante que permanece una noche por lo menos y menos de 365 días en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. En las estadísticas del IPAT incluyen al viajero de negocios como turista o excursionista dependiendo del tiempo de estadía en el país.

VISITANTE DEL DIA: (Excursionista) un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, incluye a los pasajeros en cruceros, miembros de la tripulación, que visitan el país en menos de 24 horas.

VISITANTE INTERNACIONAL: Toda persona que viaja por un período no superior a 12 meses, de un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. Los visitantes internacionales incluyen: turistas y visitantes de día (excursionistas).

²⁶ Concepto aprobado por la Comisión de Estadística de la ONU e implementado por la OMT.

8. GLOSARIO DE SIGLAS

ACP – Autoridad del Canal de Panamá
ALCA – Área de Libre Comercio de las Américas
ANAM – Autoridad Nacional del Ambiente
ANCON – Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza
APAVIT – Asociación Panameña de Agencias de Viaje y Turismo
APEDE – Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresas
APOTUR – Asociación Panameña de Operadores de Tours
ARAP – Asociación de Restaurantes y Afines de Panamá
BID – Banco Interamericano de Desarrollo
CEASPA - Centro de Estudios y Acción social Panameño
CLICAC – Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor
CONACA – Comisión Nacional de Cuentas Ambientales
CONETUR – Convención Nacional y Exhibición Internacional de Turismo
DAC – Dirección de Aeronáutica Civil
DGAN - Dirección General de Artesanías Nacionales
D.M.E – Duración Media de Estadía
FAA – The Federal Aviation Administration
FCCA – Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe*
FMI - Fondo Monetario Internacional
INAC – Instituto Nacional de Cultura
INAFORP – Instituto Nacional para la Formación Profesional
INRENARE – Instituto Nacional de Recursos Naturales Renovables
IPAT – Instituto Panameño de Turismo
JICA - Agencia Japonesa para la Cooperación Internacional*
MEF – Ministerio de Economía y Finanzas
MICI – Ministerio de Comercio e Industrias
MIDA – Ministerio de Desarrollo Agropecuario
MIVI – Ministerio de la Vivienda
MOP – Ministerio de Obras Públicas
OACI - Organización de Aviación Civil Internacional
OEA – Organización de Estados Americanos
OMT – Organización Mundial de Turismo
PEA – Población Económicamente Activa
PCR – Panama Canal Railway
PIB – Producto Interno Bruto
PPP – Plan Puebla-Panamá
PROARCA/CAPAS - Programa Ambiental Regional para Centroamérica
Central American Protected Area Systems
SINAP – Sistema Nacional de Áreas Protegidas
STRI – Smithsonian Tropical Research Institute
TCI – Alianza Turismo – Conservación - Investigación
UICN - Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y sus Recursos
UNESCO – Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*
USAID – United State Agency for International Development
ZLC – Zona Libre de Colón