

Competitividad al Día

La Importancia del Turismo y su Impacto Económico en Panamá

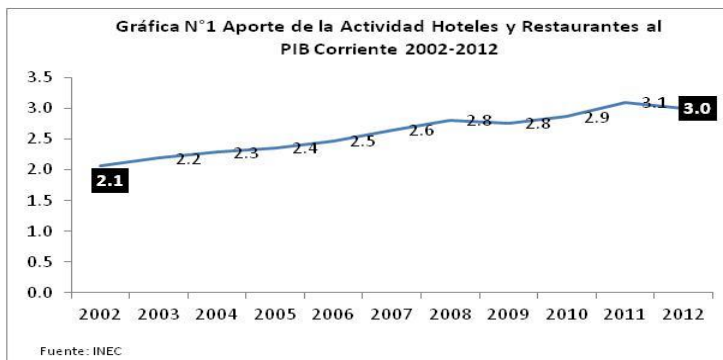
El turismo representa un sector que contribuye positivamente al crecimiento de un país, representando una de las principales fuentes de ingresos de un gran número de naciones. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) para el 2013 las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% hasta alcanzar los 1,087 millones.

Según el informe presentado por el organismo internacional los resultados del turismo mundial estuvieron muy por encima de las expectativas, viajando 52 millones de turistas internacionales más que el año 2012.

Se espera que dicho sector continúe impulsando el crecimiento económico, ya que se espera para 2014 un crecimiento de entre el 4% y el 4.5%. Lo anterior requiere de un sector competitivo que responda a la demanda del mercado manteniendo altos estándares de calidad y brindando los servicios complementarios de salud y seguridad que se necesitan para ese fin.

Sector Turismo en Panamá

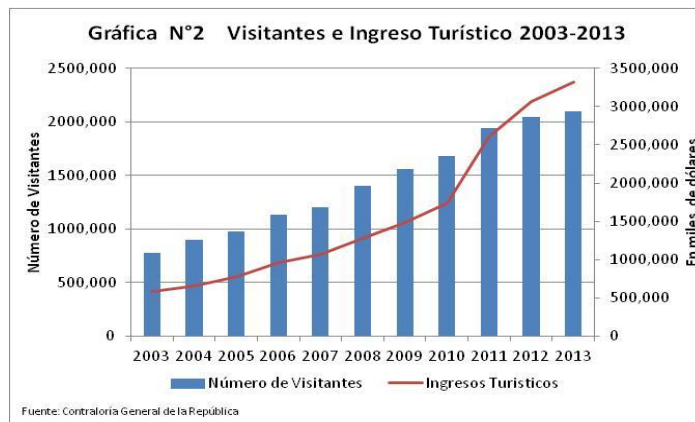
El comportamiento del sector turismo lo podemos inferir a través de la actividad de hoteles y restaurantes que, a pesar de no constituir la totalidad del sector, nos permite obtener un indicador importante. Esta actividad para el tercer trimestre del 2013, representó el 2.7% del PIB (B/.576.5 en millones). El mismo ha aumentado en los últimos años,



pasando su contribución al producto interno bruto de 1.9% en el 1996 al 3% en el 2012.

Según información suministrada por el administrador de la Autoridad de Turismo, en su conjunto el sector turístico contribuyó el 10% del PIB del 2012. Esto gracias a la entrada de turistas que para el año en mención fue de 2.04 millones, mientras que al 2013 fue de 2.09 millones de visitantes.

La importante afluencia de turistas al país, ha generado más de B/.3,066.6 millones en ingresos turísticos según cifras al 2013, en tanto para el 2003 solo fue de B/.584.7 millones.



El turismo también aporta a la economía nacional a través de la generación de empleo, donde para la actividad de hoteles y restaurantes se ha evidenciado el incremento de empleados (ver gráfica N°3), especialmente por la amplia oferta turística con más de 300 hoteles donde el 52% de las habitaciones se encuentran en la ciudad capital y el 48% en el interior del país.



Panamá cuenta con una posición geográfica atractiva al turista y con un encadenamiento de diversos elementos que impulsan el turismo entre ellos se destacan: la promoción del país como destino turístico, la conectividad del transporte internacional y local- está última se beneficia además por las cortas distancias para recorrer el país-, el desarrollo de hoteles, amplios servicios complementarios (agencias de viajes, operadores de turismo etc) y la disponibilidad de una gran oferta de restaurantes.

En adición a lo anterior, se pueden encontrar varias categorías de turismo que amplía considerablemente el interés de locales y extranjeros, tales como:

- el tránsito del Canal,
- la llegada de cruceros,
- las hermosas playas donde se realizan deportes y pesca,
- el turismo de compras con espaciosos malls que incluye tiendas de calidad internacional,
- el patrimonio cultural como el Casco Antiguo y Panamá La Vieja,
- el patrimonio natural con la extensa biodiversidad del istmo,
- el turismo étnico cuya importancia se ha incrementado en los últimos años
- y el turismo que se genera por negocios y convenciones;

Los cuales en su conjunto consolidan la oferta turística de Panamá y lo posiciona positivamente a nivel mundial.

El rol que la Autoridad de Turismo (ATP) ha venido desarrollado, basados en el plan maestro de turismo 2007-2020, ha permitido reforzar el sector en tres áreas estratégicas: conectividad, infraestructura y producto país. Entre algunos de los principales logros se encuentran:

- Mejor conectividad relativa al PIB en el continente americano por encima de México y Brasil.
- Ciudadanos de 119 países no necesitan visa para ingresar a Panamá.
- Ampliación del aeropuerto de Tocumen en los muelles norte y sur el cual incrementará para el 2016 a 54 los puertos de embarque y se espera recibir más de 18 millones de pasajeros (11 millones más que en el 2012).

- La construcción de nuevos aeropuertos internacionales en el interior del país.
- Moderna infraestructura de negocios, con más de 550,000 pies cuadrados de espacios para reuniones.
- Se licitó un nuevo Centro de Convenciones de clase mundial.
- Se ha promocionado ampliamente los atractivos del país, como lo son: sus más de 1,800 islas, la ciudad cosmopolita, el patrimonio histórico y cultural, el Canal de Panamá, el Primer Museo diseñado por Frank Ghery en Latinoamérica, y la reserva natural incluyendo los grupos étnicos que se desarrollan en ellas.

Todos estos avances se han logrado por la contribución del sector privado y de las instituciones del Estado; los primeros han construido proyectos de hoteles de franquicias internacionales aportando la infraestructura necesaria y de calidad para atraer turistas; mientras que los segundos han implementado políticas e infraestructura que promueven el desarrollo turístico sostenible.

Competitividad Turística de Panamá

Los adelantos mencionados han permitido que Panamá sea calificado como: la 8va ciudad más asequible del mundo (The Economist), uno de los mejores destinos gastronómicos (Trip Advisor), uno de los mejores destinos (Conde Nast Traveller) y el cuarto país en competitividad de viajes y turismo en América- primero en Latinoamérica (Informe de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial- FEM).

En relación a este último sitio obtenido en el informe del FEM, Panamá ocupa la posición 37 de 140 economías posicionándose como por encima de México (44), Costa Rica (47), Brasil (51) y Chile (56). Panamá mostró para esta medición importantes mejoras escalando 9 posiciones en comparación con el 2011, debido principalmente a los siguientes factores:

- La mejora en infraestructura del transporte terrestre (escaló 21 posiciones) y aéreo (escaló 17 puestos), así como también la infraestructura turística (mejoró 24 posiciones).



- Al atractivo de los recursos culturales (subió 27 escaños) y de los recursos naturales (escaló 8 puestos)
- Al progreso en la capacitación del recurso humano (mejoró 8 posiciones)

Sin embargo, de acuerdo al informe del FEM existen áreas que requieren mayor competitividad, especialmente las relacionadas a la sostenibilidad ambiental y a las normas de salud e higiene; ya que todas ellas tienen impactos directos sobre la atracción del turismo al país. Adicionalmente, la seguridad y protección, la prioridad del gobierno en el tema de viajes y turismo, y la atractividad general del país -que incluye la actitud de la población hacia los visitantes-, así como la continua capacitación al capital humano; deben ser considerados prioritarios para el incremento y sostenibilidad del sector.

Conclusiones

1. Panamá ha mostrado avances en el sector Turismo, producto de las importantes inversiones públicas y estrategias de atracción de inversión privada que le ha facilitado el ser catalogado como un buen destino turístico.
2. Este reconocimiento requiere del trabajo conjunto del sector público y privado, donde no solo se ejecuten inversiones sino que se diseñen e implementen políticas que coordinen las acciones para fomentar el crecimiento sostenido del sector y el aprovechamiento de los diferentes nichos de mercado.
3. En el país aún existen zonas con potencial turístico ya sea para desarrollar proyectos nuevos (Islas las Perlas, San Blas, Isla del Rey entre otros), o que necesitan restauración y/o mejoras (por ejemplo: Colón, Portobelo, Camino de Cruces y Bocas del Toro) ubicadas tanto en el Atlántico como en el Pacífico.
4. Las zonas con potencial necesitan de la infraestructura vial, sanitaria, de salud, seguridad y de disposición de desechos, es decir, infraestructura y servicios básicos que les permita a los inversionistas hoteleros desarrollar integralmente estas áreas.

5. La capacitación del personal que trabaja en el sector debe ser continuo y basados en los más altos estándares de calidad.
6. Para seguir posicionándonos competitivamente en el sector turismo se deben diseñar estrategias a largo plazo para desarrollar y mejorar los nichos de turismo.

