

Opinión

Ninotshka Tam
Analista del Centro Nacional de
Competitividad



Competitividad del Sector Turismo

El turismo es un motor importante para la actividad económica mundial, la cual aporta a su economía \$2.6 billones de dólares (10.4% del producto interno bruto mundial en el 2017) y genera cerca de 119 millones de empleos alrededor del mundo (3.8% del empleo mundial).

Su impacto permea otros subsectores como la industria hotelera, restaurantes, operadores turísticos y comercio en general, ya que al atraer turistas se da un efecto derrame en toda la economía.

De acuerdo con la Organización Mundial del Trabajo (OMT), las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctaron) aumentaron un 5% en los primeros nueve meses de 2018 (crecimiento interanual) y se espera que esto continúe creciendo en los próximos años.

En Panamá, de acuerdo con las estimaciones de la Autoridad de Turismo (ATP), el turismo aportó a la economía en el 2017, 6,856.3 millones de dólares, generando más de 138 mil empleos (directos e indirectos).

Este aporte representó el 11% del PIB corriente del año 2017 y el 7% del total de los ocupados en Panamá.

Los visitantes que entran a Panamá ya sea como turistas (personas que pernoctan) o como excursionistas (visitantes del día), llegaron en el año 2017 a los 2.5 millones de personas.

Para el período de enero a noviembre 2018 ingresaron al país 2.2 millones de visitantes, cayendo ligeramente con relación al mismo período de 2017.

Es interesante observar que la entrada de turistas ha mostrado una disminución en los años 2016 y 2017, cayendo en 9% y 4% respectivamente, (1.9 y 1.8 millones de turistas).

Contrario al comportamiento de los excursionistas que ha mostrado incremento en sus visitas al país, de 3% en el 2016 y 47% en el 2017.

Lo que da luces de una deficiencia en poder captar la atención del turista para que se quede por más días en Panamá y logre dejar sus divisas.

En los resultados del Índice de Competitividad Turística 2017, estamos en la posición

35 de 136 economías, una posición menos en comparación con la evaluación 2015.

Los resultados muestran una pérdida de competitividad en aspectos relacionados al recurso humano y mercado laboral, seguridad, salud e higiene y lo que se refiere a recursos culturales y viajes de negocios.

Se cuenta con buenas infraestructuras, con excelentes recursos naturales, pero no son aprovechados en su totalidad por la afectación de los aspectos en el que no logramos repuntar en competitividad.

Durante las últimas semanas se han escuchado diversas propuestas sobre el sector turismo, mucho se ha hablado de promoción lo cual es vital para el desarrollo del mismo, pero no hay que dejar de lado la oferta turística, donde se deben identificar los productos que se desean promocionar y la elaboración de una estrategia país que permita el éxito en esas acciones.

La importancia del sector es inminente y debe atenderse con prioridad los cuellos de botella que impiden a Panamá ser más competitivo.

La definición de la oferta, la elaboración e implementación de una estrategia que incluya la capacitación del personal dedicado a la actividad, una mejora en la seguridad que se le da a los turistas, la activación con fondo del Fondo de Promoción Turística, así como proveer los servicios básicos necesarios para mantener la salud e higiene, son aspectos que requieren atenderse a la brevedad posible para ampliar las oportunidades del país en esta materia y que se pueda aprovechar el crecimiento del turismo mundial, donde Panamá parece haber perdido terreno.

