**A continuación un análisis diagnostico general del turismo en Panamá**

**Análisis Diagnóstico General del Turismo en Panamá**

**Categoría:**

[Información Relevante](http://www.atp.gob.pa/tipo-de-informaci%C3%B3n-atp/informaci%C3%B3n-relevante)

Dada la relevancia que cada año adquiere el sector turístico en el país, el Gobierno de la República, a través del Instituto Panameño de Turismo (IPAT), considera primordial la disposición de un marco estratégico de carácter integral para el desarrollo turístico de Panamá, que contenga hitos e indicadores de cumplimiento, de manera que los distintos estamentos públicos y privados de Panamá conozcan el escenario en el que se debe desenvolver el crecimiento turístico, generando así, certidumbre, seguridad jurídica y transparencia en relación a la eficacia de la gestión pública. Este instrumento, ejecutado por la firma TOURISM & LEISURE EUROPRAXIS CONSULTING e impulsado por el IPAT y el sector privado de Panamá, cuenta con la financiación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el marco del Programa PN-T1031, y el apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se denomina **Plan Maestro de Turismo Sostenible 2007-2020**.

   \*  [**Descargue el Análisis Diagnóstico General del Turismo en Panamá**](http://www.atp.gob.pa/sites/default/files/documentos/Analisis_Diagnostico_General_del_Turismo_en_Panama.pdf)  
       Nota: Documento en PDF, 549 páginas, tamaño 10MB

En este contexto, se presenta en este documento la primera parte del Plan Maestro de Turismo, que a modo de diagnóstico, analiza las distintas variables y factores que conforman la realidad turística del país y apunta, de manera inicial, la filosofía sobre la que se basarán los distintos programas de actuación que conformarán el documento final. Representa el Primer Informe del trabajo de consultoría y reúne todos los elementos según los requerimientos de los términos de referencia. En él, se extraen una serie de conclusiones que deben ser consideradas en la formulación de la Estrategia de Turismo Sostenible de Panamá. El  documento, asimismo, pone fin a la primera fase del proyecto de formulación del Plan Maestro.

El documento se presenta en diez capítulos: A modo de introducción, el **Capítulo 1** incluye la presente introducción sobre el documento, la metodología aplicada para la obtención del diagnóstico y una breve presentación del país en la que se enmarca el proyecto.

El **Capítulo 2** introduce el marco legal del sector existente en Panamá desde el primer intento de regularizarlo en 1934. La regulación del sector es un paso necesario que permite el fortalecimiento de las instituciones turísticas y facilita el desarrollo del sector turístico. Asimismo, se presentan las instituciones del sector público y privado que se encuadran en el ámbito de turismo y se establece la coordinación interinstitucional como prioridad para un desarrollo efectivo del turismo.

El **Capítulo 3** se adentra en tres aspectos de gran relevancia sin los cuales no es posible actividad turística alguna. Para empezar dos temas muy relacionados: la accesibilidad exterior al país, ya sea vía aérea, marítima o terrestre y la infraestructura de transporte existente en el país que permite la movilidad del turismo en el interior. Se trata además un tercer aspecto vital para cubrir las necesidades más básicas del turismo internacional, la infraestructura básica y de saneamiento que debe cubrir el espacio turístico. Estos elementos de análisis se emplean no sólo en una visión nacional sino también regional.

El **Capítulo 4** profundiza en la oferta turística del país. El análisis se inicia identificando los principales recursos turísticos del país que, sin pretender una plena exactitud, pone al día en los diferentes inventarios y análisis de recursos que se han realizado en el país desde el primer inventario en 1991. El documento describe, a continuación, la valoración de los recursos turísticos de Panamá, que se realizó en su momento siguiendo la Teoría del Espacio Turístico (Boullón, 1992).

Tras señalar los recursos turísticos del país, el análisis evalúa el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993-2002, su grado de cumplimiento en cuanto a ordenamiento espacial y modelo de desarrollo del turismo propuesto y, muy especialmente, la zonificación turística resultante del momento. Tras este breve análisis, el estudio identifica las regiones turísticas consolidadas y potenciales en el año 2007, narrando el desarrollo turístico de la región en el que actualmente se encuentra.

El análisis de la oferta pasa, asimismo, por un análisis de la industria turística. El documento evalúa el impacto de la industria turística sobre el PIB de la economía nacional y el empleo generado. Tras esta introducción de los aspectos macroeconómicos, el análisis se centra en los datos micro que pasan por describir la realidad de la industria del turismo panameña: las empresas registradas, las líneas de negocio, la oferta de alojamiento y la tasa de ocupación.

Tras la identificación y valoración de los recursos turísticos en el primer apartado de este tercer capítulo, se pasa a definir un portafolio de productos turísticos que permita explotar el potencial de los recursos turísticos del país. Adicionalmente, se aportan una serie de elementos de oferta que, en cierto modo, limitan el desarrollo turístico del país y que, por tanto, deberán tenerse en cuenta.

El **Capítulo 5** realiza un análisis exhaustivo de la demanda turística de Panamá. Se inicia con una visión histórica de la evolución del turismo a nivel mundial y regional, de manera que pueda ponerse en contexto la realidad del turismo en Panamá. En él, se evalúa la demanda actual y potencial que recibe el país y se identifican los principales mercados emisores de turismo hacia Panamá. Además, se analiza la demanda de turismo emisor y turismo interno, tan importante éste último para la descentralización y la desestacionalización de los destinos.

El **Capítulo 6** se adentra en la realidad económica del turismo en la República. La Cuenta Satélite de Turismo (CST) es el instrumento que permite conocer el verdadero impacto del turismo en la economía nacional. Dada la inexistencia de una CST en Panamá que nos permita realizar estas valoraciones, el fin de este proyecto es el de establecer unas bases que permitan su creación. Para ello, el contenido de este apartado profundiza en el detalle de los productos estadísticos de los que dispone Panamá necesarios para su creación, así como en las limitaciones de los instrumentos disponibles.

El **Capítulo 7** se adentra en el análisis de la competitividad de Panamá como destino turístico. En los apartados anteriores se ha obtenido una imagen clara de la situación turística actual de Panamá. Ahora bien, es preciso realizar un análisis comparativo con otros países de la región americana, competidores en definitiva, para evaluar la verdadera competitividad de Panamá en el ámbito turístico. Es decir, ¿hasta qué punto Panamá está preparada para competir en el mercado turístico mundial y, particularmente, en el entorno regional? El análisis comparativo se realiza entorno a tres criterios clave en el desarrollo turístico: el marco regulatorio del país, la infraestructura presente y la existencia de recursos naturales, culturales y humanos. Se consideran también elementos como el volumen de llegadas y el desempeño de cada país en los tipos de turismo del portafolio de productos posibles para Panamá.

En el **Capítulo 8** se realiza un análisis FODA del turismo en la República, una herramienta de diagnóstico situacional muy efectiva para la toma de decisiones estratégicas y, en el caso que nos ocupa, para el diseño de un plan de acción coherente que contribuya a la minimización y/o corrección de las debilidades detectadas, así como al diseño de actuaciones dirigidas a fomentar las fortalezas y oportunidades, a la vez que se adopta una actitud preventiva ante las amenazas.

El **Capítulo 9** presenta una propuesta preliminar de estructuración de productos en el espacio turístico de Panamá, a partir de los análisis realizados. Sobre esta propuesta se realizarán los talleres de validación.

Finalmente, el **Capítulo 10** presenta a modo propositivo, la estrategia de productos turísticos de Panamá como destino turístico. Este capítulo profundiza en la estrategia de desarrollo a nivel de producto y destino, la estrategia comercial a nivel de mercado, la calendarización de la estrategia propuesta y, finalmente, las áreas críticas de intervención