

LA POLÍTICA TURÍSTICA EN PANAMÁ. RESULTADOS Y PERSPECTIVAS

Marta Nel-lo Andreu y Yolanda Pérez Albert
Universitat Rovira i Virgili. Tarragona

RESUMEN

La Administración juega un papel central en el desarrollo del sector turístico de manera competitiva y sostenible. Es responsabilidad suya establecer un marco adecuado para que el turismo se desarrolle respetando criterios de sostenibilidad, buscando el equilibrio necesario entre intereses y actores y garantizando que los impactos negativos que provoca esta actividad sean mínimos.

El principal objetivo de este artículo es analizar las acciones y decisiones del sector público de Panamá que afectan de manera relevante a la actividad turística. Además, se evalúan los resultados obtenidos y las perspectivas de acciones futuras.

Palabras clave: Turismo, Panamá, Política turística, Planificación.

Tourist policies in Panama. Results and perspectives

ABSTRACT

The Administration plays a central role in the development of the tourist sector so that this became competitive and sustainable. It's his responsibility to establish a frame so that the tourism develops respecting criteria of sustainability, looking for the necessary balance between interests and actors and guaranteeing that the negative impacts that this activity provokes are minimal.

The principal aim of this article is to analyse the actions and decisions of the public sector of Panama that affect to the tourist activity. Also, there are evaluated the results and the perspectives of future actions.

Key words: Tourism, Panama, Tourist Politics, Planning.

Fecha de recepción: 16 de marzo de 2007

Fecha de aceptación: 23 de octubre de 2007

Unitat de Geografia. Universitat Rovira i Virgili. Plaza Imperial Tarraco, 1. 43005 TARRAGONA (España).
E-mail: myolanda.perez@urv.net

1. EL TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO

Para muchos de los países en desarrollo el turismo se ha convertido en un elemento importante dentro de su proceso de mejora económica y social, como es el caso de Panamá.

Algunas de las características que comparten estos países son: 1) que la mayoría de ellos tiene economías basadas en poco recursos, los sectores de fabricación muy limitados y son altamente dependientes de un conjunto de productos agrícolas exportables para obtener ingresos. Muchos se encuentran completamente subordinados a la exportación de productos primarios con precios fijados por el mercado internacional; 2) casi la totalidad requiere un gran volumen de importaciones procedentes de los países industrializados y desarrollados; 3) tienen una débil infraestructura, sectores de producción no desarrollados, altos niveles de desempleo y una escasez crónica de capital; 4) cuentan con tasas de crecimiento de la población muy elevadas y 5) mantienen un sistema político inestable y una estructura administrativa débil. Estas deficiencias se combinan y proporcionan un escenario poco favorable para el desarrollo y la diversificación económica. Con este panorama económico, social y político, la mayoría de los países en vías de desarrollo, como es el caso del país que nos ocupa, Panamá, ha visto en el turismo una forma de ayuda a sus esfuerzos de progreso (Lickorish; Jenkins, 1997:24).

El turismo ha despertado el interés de los gobiernos de países en desarrollo por su capacidad de generar divisas, favorecer la inversión privada, el desarrollo de empresas locales y la creación de empleo. Además, es sobre todo un sector de crecimiento. Entre los años 1950 y 2005 el número de viajes internacionales pasó de 25 millones a más de 800 millones, con una tasa media anual de crecimiento del 7%. Las últimas cifras proporcionadas por la OMT, confirman que esta espectacular evolución también ha afectado a la región turística en la que se encuentra Panamá, pues con más de 6.5 millones de turistas, triplica las cifras de visitantes registrados en el año 1993, 2.350 millones de turistas, registrando en este último año un incremento del 14,1, el porcentaje más alta de las Américas. Estos datos constatan la dinámica al alza del sector y la capacidad de recuperación de la actividad ante condiciones adversas.

A partir de la década de los 90, Panamá, junto con el resto de países de la región centroamericana, inicia una etapa de estabilidad política y económica y de fortalecimiento de la democracia que permite potenciar el papel del turismo como factor de desarrollo económico en los países de la región. En tal sentido, el turismo ha ido aumentando su peso en las economías de los países del área poniendo de manifiesto su capacidad de generar empleo y divisas incidiendo en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Si la estabilidad política y económica favorece el desarrollo del turismo, el incremento de éste también deriva de la propia naturaleza de la oferta, de la riqueza natural, patrimonial y cultural de la región, donde Panamá tiene un papel cada vez más representativo. Además ofrece grandes posibilidades para explotar, junto con el turismo tradicional, el turismo ecológico y rural en consonancia con la creciente importancia del turismo especializado. (AECI: 2003:4), (Boniface, 2004: 460).

Si se realiza una diagnosis de la oferta se puede comprobar que hay grandes oportunidades y retos: la región centroamericana se ha visto favorecida por el aumento de la demanda internacional, los cambios en las motivaciones de viajes y hábitos de consumo del mercado de larga distancia que busca destinos poco explotados turísticamente donde la naturaleza se mantiene casi intacta y el marco institucional y el papel cada vez más activo de los respectivos gobiernos en el desarrollo turístico (Altés, 2006).

Aunque son muchas las ventajas también hay que remarcar la existencia de desventajas procedentes de la actividad turística, como la fuga de capital, los graves problemas ambientales, la competitividad etc. Por lo que hay que intentar conseguir un equilibrio entre los puntos fuertes y débiles, y solo se podrá conseguir esta situación con un desarrollo de políticas y a través de la planificación del turismo.

El turismo puede transformarse en un importante y dinámico promotor del desarrollo sostenible, pero al mismo tiempo representa el desafío para todos los actores implicados de buscar soluciones a los problemas que se pueden generar y para encauzar y orientar el desarrollo del turismo hacia la sostenibilidad. Los gobiernos para asegurar un turismo sostenible han de adoptar una actitud vigilante y utilizar mecanismos de supervisión, etapas en las que la Administración pública juega un papel importante, pero el sector privado y las comunidades locales también han de prestarle la debida atención, por lo que tienen que ser una acción concertada (Meyer, 2002:2).

Las Administraciones Públicas juegan un papel central en el logro de una mayor competitividad del sector, favoreciendo la implantación de un marco adecuado para que la actividad turística sea competitiva, y buscando el equilibrio necesario entre intereses, garantizando que los impactos negativos que provoca el turismo sean mínimos. Esto exige introducir una visión a largo plazo en el desarrollo de la actividad turística que se recoge en una adecuada política turística. Ésta debe verse como un eslabón más de la cadena que conduce a un mayor bienestar de los ciudadanos de un país, complementando la actuación de los agentes privados que intervienen en el mercado turístico con la finalidad de evitar comportamientos que alejen su funcionamiento del objetivo principal. Para ello, el sector público regula la actividad turística, utilizando medidas de tipo coactivo como los impuestos o concediendo incentivos con la finalidad de favorecer determinadas iniciativas que no puede afrontar el sector privado por sí solo (OMT, 1998: 167).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo que se plantea en este trabajo consiste en analizar las acciones y decisiones que desarrolla el sector público de Panamá desde el conjunto de las administraciones e instituciones que lo componen y que afectan de manera relevante a la actividad turística, además de evaluar los resultados obtenidos y las previsiones de acciones futuras.

La metodología empleada para conseguir los objetivos planteados ha sido diversa y se basa en 1) la compilación de documentos de trabajo de los diferentes organismos públicos implicados en la planificación del turismo de forma directa o indirecta; 2) La recopilación de datos estadísticos, documentos científicos y cartografía relacionados con la temática y el ámbito de estudio; 3) El trabajo de campo visitando algunas de las zonas

de interés turístico del país¹ y 4) La realización de entrevistas con responsables de las diferentes instituciones implicadas con la actividad turística (IPAT, ANAM)².

3. EL MARCO LEGAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN PANAMÁ

Según el informe elaborado por Tulio (2000:3), Panamá cuenta con una legislación amplia y generosa. En el cuadro 1 se recogen las principales leyes relacionadas con la actividad turística de Panamá y que conforman el marco legal turístico. Sin duda alguna la más conocida y con más alcance es la Ley n° 8 de 1994, por la cual se reglamentan y promueven las actividades turísticas del país y otorga incentivos y beneficios especiales con este fin, además de coordinar el sector público y privado en lo que respecta al turismo. Según esta ley, las principales empresas turísticas sujetas a beneficios e incentivos son las que aquí se detallan:

- Servicio de hospedaje público turístico (hotel, motel, *apart-hotel*, cabañas o *bungalows*, viviendas a tiempo compartido, sitios de acampada, etc.).
- Inversiones en conjuntos monumentales e históricos.
- Agencias de turismo receptivo.
- Servicios de transporte colectivo de turismo.
- Restaurantes, discotecas y clubes nocturnos.
- Filmación de películas de largometraje, eventos artísticos o deportivos.
- Centros especializados en turismo: construcción de equipamientos, infraestructuras de acceso, rehabilitación y operación de centros de convenciones, parques temáticos, zoos, ecoturismo y marinas.
- Zonas de desarrollo turístico de interés nacional

También es interesante mencionar el Decreto Ley 22 del 15 de septiembre de 1960, por el que se crea el Instituto Panameño de Turismo (IPAT), institución encargada de la promoción y desarrollo del turismo en Panamá, aunque sus funciones se despliegan en un marco institucional coordinado con otras dependencias del sector público como es la Autoridad Nacional del Medio Ambiente (ANAM), y el sector privado.

El marco legal también es una constatación del esfuerzo del gobierno panameño de apostar por un modelo turístico sostenible, al introducir normas ambientales, como la ley de Estudio de Impacto Ambiental de obligado cumplimiento para todos los proyectos de turismo e infraestructura turística.

1 Proyecto AECI C/3859/05 Reuniones técnicas preparatorias para definir un proyecto de planificación de la actividad turística mediante SIG en el Parque Nacional Marino Golfo de Chiriquí (Panamá). Universidad Rovira i Virgili y la Universidad Autónoma de Chiriquí (Panamá).

2 Jaime Cornejo (Director de Desarrollo e inversiones Turísticas), el Ing. Jorge E. Saldaña (Encargado de la Oficina de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones) y con Marilyn Díaz del Instituto Panameño de Turismo. Raúl Gutiérrez y Edgar Arauz, técnicos en la Dirección de Áreas Protegidas (ANAM).

En la selección del marco legal de la actividad turística de Panamá se ha creído oportuno y de gran interés recoger las leyes relacionadas con el patrimonio natural del país, concretamente las referentes a las áreas protegidas, por ser uno de los recursos turísticos estrella del estado y sobre los que es necesario una adecuada regulación de la actividad turística y una buena coordinación entre la Autoridad Nacional del Medio Ambiente, institución encargada de su gestión y el Instituto Panameño de Turismo.

Sin duda alguna, entre las leyes más polémicas se encuentra la reciente Ley 2 que regula las concesiones para la inversión turística y la enajenación del territorio insular para fines de su aprovechamiento turístico. Según los entendidos en esta ley prima más el impacto económico del futuro proyecto turístico que la sostenibilidad ambiental, quedando ésta en segundo lugar. Los espacios insulares son y serán espacios de gran interés turístico, pues hasta el momento un gran número de islas todavía se encuentran al margen del desarrollo turístico y de los inversores. La ordenación de los recursos marinos y costeros y el medio ambiente son prioritarios en un desarrollo turístico sostenible.

4. LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO EN PANAMÁ

4.1. Introducción

Reforzar la administración pública del turismo, ya sea nacional o local, es un elemento clave del proceso para mejorar la sostenibilidad del sector turístico que, de forma ineludible, se ha de basar en una legislación exhaustiva y vigente (Meyer, 2002: 18).

Todos los países de la región centroamericana cuentan con una Estrategia Nacional de Turismo integrada en el Plan Nacional de Desarrollo. El desarrollo sostenible, la valoración de la diversidad cultural, así como los objetivos y estrategias de mercado, son elementos presentes en la mayoría de estos documentos.

La política turística de Panamá se enmarca en el Plan Estratégico de Desarrollo turístico Sostenible de Centroamérica, aprobado por el Consejo Centroamericano el año 2003.

4.2. Los Planes Maestros de Turismo de Panamá

A principios de los años 90 Panamá toma conciencia de que el turismo puede constituir una de las principales fuentes de ingresos de divisas para el país, lo que convierte a esta actividad en uno de los sectores con mayores posibilidades de desarrollo. Bajo esta perspectiva el gobierno panameño aprueba, en el año 1993, el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá (1993-2002) redactado por el Instituto Panameño de Turismo (IPAT) con asistencia técnica y financiera del Ministerio de Planificación y Política Económica (MIPPE) y de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

Este documento permite describir por primera vez el turismo en Panamá, detallando de forma exhaustiva el patrimonio del país, la situación pasada y presente y, lo que es más importante, analizando el potencial y alternativas de proyección futuras tomando como base el sector turístico (Casado, 2001).

Cuadro 1
RECOPIACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS PRINCIPALES LEYES
RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA QUE CONFORMAN EL
MARCO LEGAL TURÍSTICO DE PANAMÁ

- Decreto Ley 22 del 15 de septiembre de 1960. Se crea el Instituto Panameño de Turismo IPAT.
- Decreto 29 del 4 de octubre de 1983. Se crea el Consejo Nacional de Turismo.
- Ley 8 del 14 de junio de 1994. Se promueven las actividades turísticas en Panamá. Modificada por la Ley n°4 del 10 de febrero de 1998.
- Decreto Ejecutivo 73 del 8 de abril de 1995. Se reglamenta la Ley 8 de junio del 14 de junio de 1994.
- Decreto Ejecutivo 197-A del 6 de octubre de 1995. Por el cual se modifica el Decreto Ejecutivo 73 del 8 de abril de 1995 que modifica y deroga algunos artículos.
- Resolución de Gabinete del 27 de noviembre de 1996. Se emite un concepto favorable a la aplicación de las tarifas industriales, a los usuarios calificados por el IPAT como Hoteles, Cabañas y Aparta-Hoteles.
- Decreto 382 del 24 de Agosto de 1964. Se dictan disposiciones de carácter sanitario en relación con establecimientos turísticos.
- Ley 74 de 22 diciembre de 1976. Se regula el servicio remunerado de hotelería y hospedaje público.
- Resolución 75-95. Se establece el reglamento del hospedaje.
- Ley 73 del 22 de diciembre de 1976. Se regula el negocio de las Agencias de Viajes.
- Resolución de Gabinete 43 de 13 de febrero de 1996. Se declara zona de desarrollo turístico de interés nacional en el área denominada Zona 2 Bastimentos, el área denominada Zona 8 Las Perlas, el área denominada Zona 4 Farallón, el área denominada Zona 1 la Amistad, el área denominada Zona 5 Metropolitana.
- Ley 41 de 1 de julio de 1998. Se crea Ley General de Ambiente.
- Ley 3 de febrero de 1994 Ley Forestal. El principio básico es promover la conservación y el desarrollo sustentable de los recursos naturales renovables.
- Ley 24 de julio de 1995 Ley de Vida Silvestre. Establece la vida silvestre como parte del patrimonio natural de Panamá y de dominio público, su conservación y manejo y desarrollo sustentable.
- La Ley 41 de 1 de julio de 1998, en su artículo 66, reafirma la creación del SINAP y reconoce a la ANAM como ente rector del mismo.
- Decreto 58 del 16 de marzo del 2000. Se reglamenta el procedimiento para la elaboración de Normas de Calidad Ambiental y Límites Máximos Permisibles.
- Decreto ejecutivo 59 del 16 de marzo del 2000. Aprueba el reglamento del Proceso de Evolución del Impacto Ambiental. Ley 30 de 30 de diciembre de 1994 Estudio de Impacto Ambiental.
- Decreto Ley 35 de 1966 Ley de Aguas.
- Anteproyecto de regulación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas para el manejo y desarrollo sostenible de las Áreas Protegidas
- Ley 2 Ordenamiento Insular y Costero. Enero 2006.

Fuente: Elaboración propia a partir de Tulio (2000); INRENARE/Agencia Agencia de Cooperación Técnica Alemana (1997).

El Plan Maestro de 1993-2002 considera como principales metas las que aquí se recogen:

- Consolidar la demanda del turismo autóctono e incrementar la del internacional a partir de la oferta de nuevos destinos y productos.
- Difundir, en el mercado internacional, la imagen de Panamá como un destino turístico, centralizando la atención en las nueve áreas turísticas seleccionadas como mercados ya existentes o potenciales. Lo que se pretende es la individualización de las áreas de modo que cada una de ellas se convierta en un modelo diferenciado y con una identidad reconocida derivada de la especialización alcanzada mediante la explotación de sus singularidades.
- Desarrollar las infraestructuras y servicios necesarios de forma que se ajusten a la nueva situación. Este objetivo se centra, en primer lugar, en la construcción de nuevas vías de comunicación, hoteles, restaurantes y complejos turísticos y, en segundo lugar, en la formación de la mano de obra (tanto técnica como de base) necesaria para dar servicio a los turistas (Plan de desarrollo turístico, 1993)

En la actualidad, está previsto que las futuras estrategias de turismo se basen en un nuevo Plan Maestro 2007-2020, que será elaborado con fondos del BID, el PNUD y el IPAT y que tendrá como marco general los objetivos fijados por el gobierno de Panamá en torno al turismo: (a) crear nuevas fuentes de generación de empleo, (b) crear las condiciones para una mejor distribución del ingreso, (c) crear un escenario favorable a la descentralización política y económica.

Los objetivos que debería de cumplir el Plan Maestro 2007-2020 son los siguientes³:

- Establecer las directrices de ordenación y los planes de acción para los distintos ámbitos provinciales y comarcales.
- Definir la estrategia de desarrollo de los diferentes productos turísticos.
- Precisar la estrategia para maximizar las incidencias positivas de la actividad turística y minimizar los impactos negativos en los ámbitos económicos ambientales y socioculturales, mediante el establecimiento de un sistema de indicadores de la evolución de la actividad turística.
- Mejorar el sistema nacional de estadísticas de turismo.
- Elaborar una estrategia de promoción internacional de Panamá como destino turístico de calidad.
- Crear talleres de formación y sensibilización turística en los ámbitos nacional y provincial.

Este nuevo Plan Maestro se estructura en dos fases. La primera de análisis y diagnóstico a partir del estudio de documentación y bases de datos diversas, de trabajo de campo y

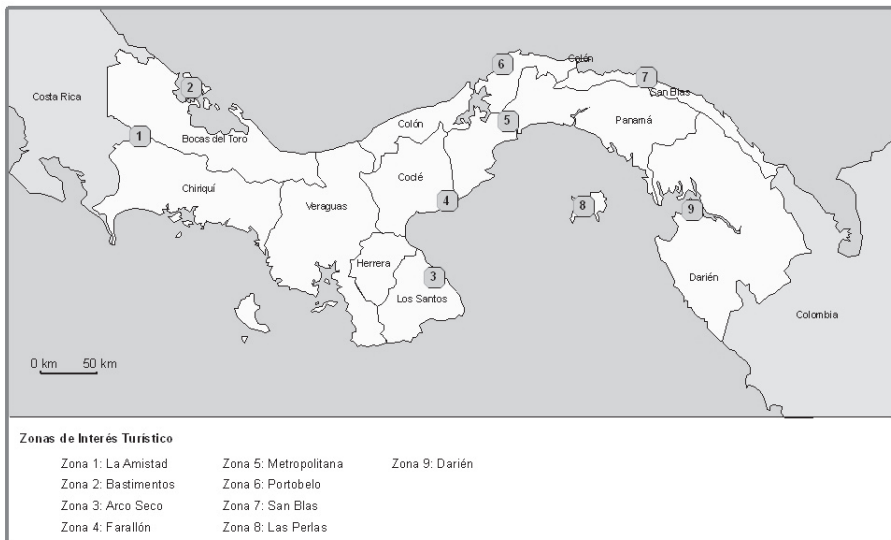
3 Extracto del discurso del Ministro de Turismo R. BLADES en el VI Foro de Turismo de Amcham, IPAT. <<http://www.ipat.gob.pa/esp/page.php?page=news&art=26>>. [10/01/2007]

reuniones con todos los agentes implicados en la actividad turística con la que se pretende obtener un conocimiento exhaustivo de la situación del turismo en Panamá. Las tareas de este apartado presentan dos vertientes, la una orientada a identificar la oferta turística, tanto existente y enfocada a productos turísticos tradicionales como potenciales y aún por desarrollar, y la otra a establecer la oferta actual y potencial de segundas residencias de Panamá. La segunda fase corresponde a la formulación de políticas y estrategias de desarrollo del turismo derivadas de los resultados obtenidos en la etapa anterior (Benot, 2006).

Del documento «Propuesta para la realización del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá, 2007-2020» se desprende que los retos a los que se enfrenta el sector turístico de Panamá en los próximos años se concentran en la dotación de infraestructuras y servicios: (a) construcción de marinas, muelles, puertos para embarcaciones de placer, pistas de aterrizaje y aeródromos, carreteras que en su conjunto faciliten el desplazamiento de los turistas. También se plantea la necesidad de (b) crear nuevas rutas aéreas que promuevan la llegada de visitantes, así como (c) establecer una red eficaz de abastecimiento de víveres y combustibles. Por otra parte, se establece que el fortalecimiento del sector turístico depende de la revisión, actualización y formulación de leyes necesarias para el sector.

También es imprescindible mencionar que los Lineamientos de Política de la ANAM 2004-2009, consideran al turismo en general y al ecoturismo en particular estrategias prioritarias a desarrollar dentro de las áreas protegidas. En la actualidad, el SINAP

Figura 1
ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO DE PANAMÁ



Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT (1993).

(Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Panamá) está constituido por 65 unidades de manejo representando para Panamá aproximadamente el 34.43% del territorio nacional. La ANAM ha identificado nueve parques nacionales con potencial en esta materia, estos son: PN Soberanía, PN Coiba, PN General de División Omar Torrijos Herrera, PN Altos de Campana, PN Marino Isla Bastimentos, Parque Internacional La Amistad, PN Darién, PN Chagres y PN Volcán Barú. Se espera replicar las experiencias en otras áreas protegidas. (ANAM, 2006:11)

4.3. Las zonas de interés turístico y sus estrategias de desarrollo en El Plan Maestro 1993-2002

El Plan Maestro de Turismo dividió Panamá en nueve Zonas de Desarrollo Turístico (IPAT, 1993) (figura 1) basándose, en primer lugar, en la existencia de atractivos propios y posibilidades futuras de desarrollo turísticos y, en segundo lugar, en las necesidades de infraestructura turística y en la distribución de la demanda entre el conjunto del país. Estas nueve grandes agrupaciones o zonas turísticas contienen el 71% de los atractivos identificados en Panamá (Condo y otros, 2001). Posteriormente a esta división inicial, se añadieron zonas especiales desde el punto de vista del interés del desarrollo turístico al Aeropuerto de Tocumén y Barú (IPAT, 2006)

Zona 1: La Amistad

La Zona 1, La Amistad, se localiza en el extremo norte de Panamá junto a la frontera con Costa Rica. En el interior de esta zona existen dos áreas protegidas de especial importancia, el Parque Internacional La Amistad (compartido con Costa Rica; la extensión panameña corresponde a 207.000 ha), que consiste en un extenso territorio de selva virgen con una variedad importante de especies de aves tropicales, y el Parque Nacional Volcán Barú con una extensión de 14,325 hectáreas donde se pueden encontrar grandes contrastes paisajísticos; desde el bosque tropical lluvioso hasta paisajes volcánicos.

Las principales poblaciones turísticas son Boquete, Volcán y Cerro Punta.

Las estrategias de desarrollo de La Amistad se basan en el turismo de naturaleza de aventura y cultura y se apoyan en la calidad y variedad de la oferta turística así como en la facilidad de acceso a la zona.

Una de las limitaciones que presenta esta zona son las deficientes carreteras secundarias; los parques han de ser explotados de forma independiente debido a la carencia de vías que los comuniquen (Acceso de Cerro Punta a Boquete).

Zona 2: Bastimentos

Bastimentos se localiza en la costa caribeña del extremo norte del país y su principal atractivo corresponde al Parque Nacional Marino Isla de Bastimentos que fue creado en 1988 y está formado por un conjunto de 9 islas, 51 cayos y 200 islotes que cubren una extensión de 13.226 ha. y que se extienden entre la Bahía Almirante y la Laguna de Chiriquí.

Los principales atractivos naturales con que cuenta se refieren a las playas, los arrecifes coralinos y los manglares.

Debido a la riqueza natural, la estrategia de desarrollo propuesta para esta zona se fundamenta en el turismo de playa, naturaleza, aventura y cultural (patrimonio histórico), a pesar que actualmente la oferta de actividades culturales y de naturaleza es limitada.

La actividad turística en la zona es escasa a causa de la inexistencia de carreteras que la comuniquen con el resto del país. La única forma de acceder a la Zona de Bastimento es a través del mar o por aire llegando al aeropuerto de Bocas del Toro.

Los alojamientos y servicios a los turistas se encuentran principalmente en Bocas del Toro en Isla Colón y Bastimentos en la Isla Bastimentos y en su mayor parte pertenecen a extranjeros y son regentados por ellos mismos. Otro de los problemas que afecta a esta zona es el de la especulación de las tierras ya que ha habido una importante inversión de dinero foráneo centrado en la adquisición de segundas residencias.

Zona 3: Arco Seco

La zona 3: Arco Seco corresponde a la franja costera del este de la Península de Azuero limitada por la misma costa y la carretera que une las provincias de Los Santos y Herrera, en la bahía de Parita del océano Pacífico; desde la población de Santa María en la provincia de Herrera hasta Punta Mala en la provincia de Los Santos.

En esta zona se localizan multitud de áreas de especial valor como el Parque Nacional de Sarigua (un conjunto de 8.000 ha. repartidas entre un ecosistema marino y otro terrestre semidesértico) o los Refugios de Vida Silvestre de Ciénaga de los Macanos, el Peñón de la Honda, Isla Iguana y Pablo Barrios además de otros situados en la periferia de la zona.

Una de las características principales de esta área es que cuenta con buenas comunicaciones con la zona de Ciudad de Panamá, la más poblada del país y que, junto a un clima favorable al turismo y a la existencia de diversos festivales (carnavales y Semana Santa), la configura como un destino de turismo de interior.

El principal centro turístico es Chitre, situada en la mitad superior de la franja que articula esta zona.

La estrategia de diferenciación turística de la zona de Arco Seco se apoya en el turismo cultural e histórico enfocado a la visita de lugares históricos y la participación en actividades culturales además de contar con playas óptimas para la actividad turística y reservas naturales de fauna bien conservadas. Las limitaciones a la implantación de estas estrategias provienen de la escasez de infraestructuras y servicios y, además, los que existen no cumplen con los estándares internacionales.

Zona 4: Farallón

Franja costera de alrededor de 75 km. (desde Punta Chame a Juan Hombrón) situada en la zona oeste adyacente al área metropolitana de la Ciudad de Panamá y delimitada por la propia costa pacífica y la carretera Panamericana. A este territorio hay que añadir el sector central del Valle de Antón.

El inicio de la actividad turística en Farallón se remonta a los años 60 cuando se ocupa de forma rápida y sin control la línea de costa, que en la actualidad se encuentra subdividida en varias zonas residenciales destinadas al turismo interno.

El principal atractivo de la zona corresponde a las playas, muy frecuentadas durante los fines de semana y vacías entre semana, sobre todo en la temporada alta que se extiende desde enero a marzo.

La única estrategia que se sigue en la zona 3 de Farallón es la del turismo de playa ya que está relacionada directamente con el especial atractivo que presentan sus playas tropicales además del fácil acceso desde la capital y la posibilidad de observar el paisaje del canal.

Zona 5: Metropolitana

La zona Metropolitana cuenta con una superficie de 942,68 km² que se extiende entre las provincias de Colón y Panamá. Corresponde a la zona más heterogénea de entre todas las designadas por el Plan Maestro ya que en ella es posible encontrar todas las categorías en que se clasifican los recursos turísticos en este país.

Desde el punto de vista medioambiental es interesante destacar que en esta Zona de Desarrollo Turístico se encuentran cuatro Parques Nacionales (Chagres, Camino de Cruces, Metropolitano y Soberanía) y el Monumento Natural Barro Colorado.

Además se concentra la mayor parte de los servicios turísticos de Panamá, es posible decir que está suficientemente equipada. La mayor carencia de esta zona es la promoción.

Es importante señalar que al lado de una capital como Ciudad de Panamá aparecen importantes áreas naturales protegidas, con bosques tropicales húmedos primarios y secundarios. Otros atractivos: Canal de Panamá, Conjunto Monumental Histórico Casco Antiguo, conjunto Monumental Histórico Panamá La Vieja.

La diferenciación de la zona Metropolitana se basa en la gran oferta del comercio para las compras y en el canal como obra de ingeniería singular. Esta zona es la más desarrollada desde el punto de vista de la actividad turística ya que presenta una oferta importante de productos y atractivos turísticos, se encuentra bien comunicada ya que cuenta con enlaces aéreos locales e internacionales, con una oferta de alojamiento variada que cumple los estándares internacionales, además de contar con una población 'entrenada' en la explotación turística aunque centrada en el turismo tradicional comercial que sería necesario diversificar a otros tipos de turismo (Casado, 2001).

Zona 6: Portobelo

Portobelo se encuentra en la costa del caribe y se extiende hacia el este respecto al Canal de Panamá.

Dentro de esta área queda comprendido el Parque Nacional de Portobelo con una superficie de 34.846 ha. que se distribuye entre zona marina y bosque húmedo tropical. Además de los importantes atractivos naturales, aparecen los históricos y culturales en la Ciudad de Portobelo que en el año 1980 fue declarada por la UNESCO Patrimonio Mundial de la Cultura y por la OEA Ciudad Monumental de América.

Otra de las ventajas que presenta es la facilidad de las comunicaciones ya que se encuentra bien conectada con la Ciudad de Panamá mediante autopista, pero el deterioro de la ciudad antigua de Portobelo y la escasez de servicios representa un problema para el desarrollo turístico ya que los alojamientos son escasos y su calidad es inferior a los estándares internacionales.

En conjunto la zona 6 ofrece grandes posibilidades de restauración de la ciudad colonial junto con la explotación sostenible de la zona de bosque protegido al pié de la costa. Debido a estas opciones, la propuesta de singularización del desarrollo turístico de esta zona se basa en el turismo de playa, la historia y la cultura.

Zona 7: San Blas

Corresponde al Archipiélago de San Blas conformado por más de 370 islas (80 de las cuales se encuentran habitadas) situadas en la costa caribeña que se extiende a lo largo de 322 km entre el límite con Colombia y el Golfo de San Blas. San Blas está considerado como el más importante atractivo turístico de la costa caribeña panameña por sus fondos marinos coralinos que ofrecen grandes posibilidades a los deportes acuáticos.

Las playas, la aventura, la naturaleza, la cultura y la historia son los pilares diferenciadores del desarrollo turístico de San Blas.

Las principales limitaciones se refieren a la inexistencia de infraestructura turística: El escaso alojamiento no reúne los requerimientos mínimos de la mayoría de los segmentos de turistas; las carreteras que se dirigen a los puertos se encuentran en mal estado; en las islas la infraestructura aérea se reduce a espacios para el aterrizaje de avionetas y la marina a muelles rudimentarios. Además, la administración es autónoma y está controlada por la etnia Kuna reticente a la presencia de planificadores externos y que perciben el turismo como una amenaza potencial a su cultura.

Zona 8: Las Perlas

Archipiélago formado por 33 islas situado en el Golfo de Panamá (Océano Pacífico) divididas entre la parte norte, formada por islas de menor tamaño (Isla Taboga, Isla Taboguilla, etc.) situadas en el extremo oeste del Golfo de Panamá y la parte sur, constituida por islas de mayor tamaño (Isla del Rey, Isla San José, Isla Pedro González, Isla Contadora...) junto con islotes.

Una veintena de esas islas cuentan con grandes posibilidades turísticas ya que poseen aguas transparentes y playas paradisíacas que constituyen la base de la propuesta de desarrollo turístico. Otro aspecto positivo que hay que destacar es la facilidad de acceso a esta zona desde la capital ya que, por aire o mar, se reduce a un corto trayecto.

Las limitaciones se derivan de la escasez de alojamientos y la falta de infraestructuras aunque algunas de ellas se han construido recientemente o se encuentran en fase de construcción. Solamente Isla Contadora ha sido desarrollada turísticamente. También es necesario tener en cuenta que muchas de ellas son de propiedad privada.

Zona 9: Darién

Situada en el extremo oriental del país, junto a la frontera colombiana, presenta una estructura lineal ya que sigue el curso de varios ríos (Tuira, Chucunaque, Pucuru, Paya y Balsas), además del trazado del ferrocarril minero que unía Boca de Cupe con el valle de Cana. A estas zonas, hay que añadirles otras dos costeras independientes de las anteriores: Garachine y Bahía Piña.

El principal atractivo natural se encuentra en el Parque Nacional Darién declarado en el año 1981 Reserva de la Biosfera de la Humanidad por la UNESCO. Cuenta con 579.000

ha. en las que se extiende un bosque tropical surcado por varios ramales de ríos navegables y con una fauna de alto valor ecológico.

La estrategia de diferenciación propuesta para Darién se basa en el turismo de naturaleza y aventura que permitiría la explotación de esta región considerada una de las más singulares y mejor preservadas del país.

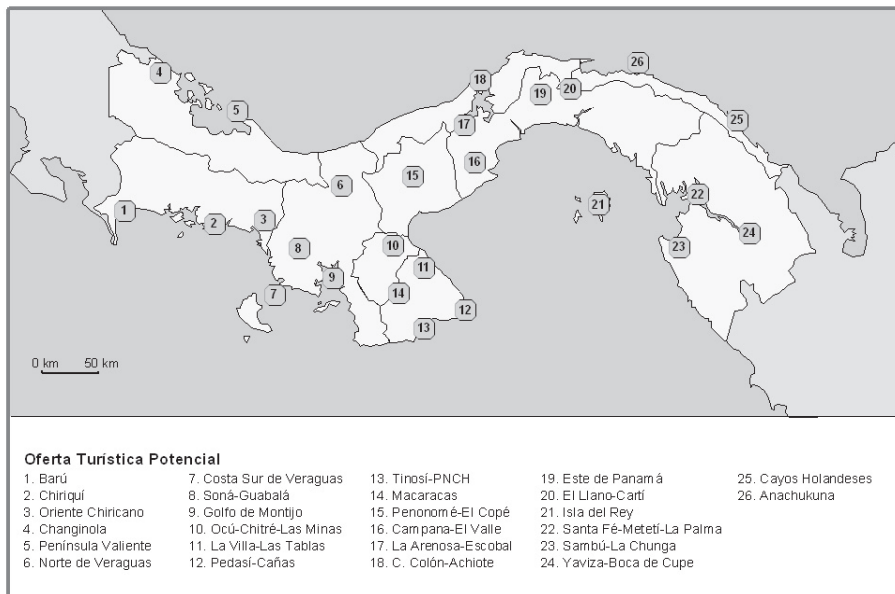
La actividad turística es escasa debido a la inaccesibilidad a este territorio (a algunos lugares sólo se puede llegar a pié a través de la selva) y los problemas fronterizos de la guerrilla colombiana y a las actividades de los traficantes de cocaína.

4.4. Las ofertas turísticas potenciales del Plan Maestro 2007-2020

Tal y como se ha mencionado en el apartado 4.2 uno de los objetivos del Plan Maestro 2007-2020 consiste en diseñar estrategias de planificación y desarrollo de las regiones y comarcas con potencial turístico, minimizando los aspectos negativos que esta actividad pueda generar. La realización de este objetivo se ha enfocado, en primer lugar, hacia la identificación de la oferta existente, tanto de segunda residencia como turística, y, en segundo lugar, al el establecimiento de los lugares potenciales para el desarrollo del turismo y de residencias secundarias.

En la figura 2 se pueden observar los focos turísticos potenciales identificados por el IPAT. Si se realiza una comparación entre este mapa y el anterior, es posible comprobar

Figura 2
OFERTA TURÍSTICA POTENCIAL DE PANAMÁ



Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT en Benot (2006).

como se ha producido una multiplicación de la oferta, censándose hasta 26 puntos en los que es posible desarrollar alguna forma de turismo. Este incremento de los polos turísticos potenciales hace que sea posible extender esta actividad al conjunto del territorio, abarcando nuevas zonas, tanto de interior (3. Oriente Chiricano, 6. Norte de Veraguas, 8. Soná-Guabalá, 15. Penonomé-El Copé, etc.) como de costa (2. Golfo de Chiriquí, 5. Península Valiente, 7. Costa Sur de Veraguas, etc.). Otro aspecto que cabe señalar consiste en el intento de asimilación de zonas que pueden ser consideradas periféricas debido a los problemas de acceso (13. Tinosí-PNCH, 14. Macaracas, 12. Pedasí-Cañás, etc.) y, junto con el anterior, de conflictividad (22. Santa Fé-Metetí-La Palma, 23. Sambú-La Chunga, 24. Yaviza-Boca de Cupe).

5. LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN

5.1. Los productos turísticos

Existen diversas clasificaciones de productos turísticos. En este estudio se utilizará la establecida por la Cámara de Turismo de Panamá que determina hasta nueve tipos diferentes de turismo: turismo de aventura, turismo científico, turismo cultural, turismo ecológico, turismo étnico, turismo de negocios, turismo recreativo, turismo de salud y turismo de tercera edad (CAMTUR).

El turismo de aventura se enfoca a la realización de actividades deportivas que entrañen cierto riesgo y se desarrollen en entornos naturales de modo que el que lo practica tenga la sensación de exploración y descubrimiento del territorio. La gama de actividades relacionadas con el turismo de aventura que se pueden realizar en Panamá es enorme: escalada y *rappel* (Cerro Azul, Cerro Campana, Chorro Las Mozas, Volcán Barú y El Macho en el Valle de Antón), *rafting* (Parques Nacionales de Chagres y Volcán Barú), buceo, *snorkeling*, pesca (Bocas del Toro, Isla Escudo, Kuna Yala, Parque Nacional Coiba, Isla Iguana, Archipiélago Las Perlas), *surfing* (Playas del Pacífico), *trekking* (en cualquiera de los espacios protegidos), etc.

Uno de los productos turísticos más singulares de Panamá se refiere al turismo científico practicado por personas con un alto nivel cultural y que tienen como objetivo la observación de las diferentes manifestaciones de la naturaleza y/o la visita a instituciones científicas. La práctica científica más habitual consiste en la observación de aves en las reservas del Parque Nacional Volcán Barú y el Parque Nacional La Amistad. La institución científica más visitada corresponde al Instituto Smithsonian de Investigaciones Tropicales (STRI) que tiene como objetivo el estudio de la fauna y la flora del entorno tropical con el fin de controlar las enfermedades tropicales. Otros centros de interés científico se encuentran en Isla Galeta (provincia de Colón), Centro de Investigación Isla Naos y la Estación Científica Fortuna en la provincia de Chiriquí. Este tipo de turismo se encuentra fomentado por el Plan de Acción «TCR» (*Tourism, Conservation, Research*) en el que participa el IPAT, STRI y diversas administraciones de Panamá a partir del cual se han creado una docena de rutas clasificadas en temáticas (herencia natural y cultural), cronológicas (paleontológicas y geológicas), y espaciales (cruzando Panamá o trans-ístmicas y corredores ístmicos) (Ayala, 2000).

El turismo cultural de Panamá valoriza sus recursos patrimoniales y de costumbres y tradiciones. Este tipo de producto se oferta de forma habitual en los paquetes turísticos que programan visitas a las Ruinas de Panamá La Vieja, al casco antiguo de la Ciudad de Panamá, al Fuerte de San Lorenzo y al de Portobelo. Algunas tradiciones que cabe destacar son de influencia española como la danza de Corpus Christi y africana como el baile del Congo en la provincia de Colón. Estas opciones se complementan con los eventos culturales que se suceden a lo largo del año en el país y que se desarrollan en museos, teatros, cines, centros de convenciones, etc.

El turismo ecológico, verde o de naturaleza persigue el disfrute del entorno natural virgen o con un alto grado de preservación. Los recursos con que cuenta Panamá para la práctica de este tipo de turismo son innumerables ya que en el país hay declarados alrededor de 50 espacios protegidos entre parques naturales, reservas y refugios que se distribuyen en diferentes ecosistemas.

La riqueza de los pueblos de Panamá, que cuenta con varios grupos étnicos (Kunas, Emberá-Wounaan, Ngöbe-Buglé, Teribe, Bokotas y Bri Bri) distribuidos por la extensión del país, supone un recurso turístico de gran importancia sobre el que se basa el turismo étnico. Este producto en la actualidad se encuentra en alza y ofrece al visitante la oportunidad de observar y en algunos casos convivir con las comunidades.

El turismo de negocios lo practican aquellas personas dedicadas a la actividad comercial que, bien de forma individual o acompañado por algún familiar, aprovechan una estancia de trabajo en Panamá para conocer el país y disfrutar de su estadía. Debido a la concentración de la actividad económica en Ciudad de Panamá, es allí donde se ejerce principalmente este tipo de turismo.

El turismo recreativo o convencional tienen como finalidad el ocio, el no hacer nada, acompañado de actividades que permitan el disfrute del turista como las visitas a monumentos, la gastronomía, las compras, la asistencia a discotecas, bares, etc.

La variedad paisajística y climática de Panamá así como la presencia de balnearios de montaña, de playa y fuentes termales permiten la oferta de un turismo de salud. Las fuentes termales más importantes se encuentran en Agua de Salud, Cerro Hornito, Los Pozos (Catalina), Santa Cruz (Pejeperro), Volcán Barú (Chiriquí), Valle de Antón (Cloqué) y El Potrero (Veraguas).

El turismo de tercera edad está protagonizado por aquellas personas jubiladas que buscan conocer el país, descanso, salud, etc. y que constituye un modalidad turística de gran potencial de desarrollo.

5.2. La comercialización del turismo

La comercialización del turismo en Panamá se realiza a partir de diferentes campañas que promueven la marca de Panamá. El mensaje central que se lanza desde la administración responsable del turismo en Panamá, el IPAT; es que «Panamá es una ruta por descubrir.» De modo que principalmente se está promocionando un turismo de naturaleza, ecológico o de aventura.

La campaña se enfoca hacia diferentes segmentos de tipos de viajeros además de a los potenciales inversores en el sector del turismo. Dentro del primer caso, se dirige hacia el turista pionero o de mochila que exige unos estándares de servicios inferiores a los que

exigiría un viajero que se podría llamar tradicional. El otro sector de mercado corresponde al segmento de los retirados o jubilados que cuentan con un poder adquisitivo alto y está relacionado con el turismo de cruceros.

Según el Instituto Panameño de Turismo (IPAT, 2006), Las estrategias se centran en tres ámbitos geográficos: Norteamérica, Europa y Latinoamérica. En este último los esfuerzos se dirigen a lanzar una imagen renovada del país junto a la publicidad de la amplia gama de productos turísticos con que cuenta. Dentro del mercado norteamericano la promoción se dirige a los pensionistas e inversores, mientras que en el europeo, de menor tradición, las energías se dirigen a la realización de diferentes estudios de mercado para determinar en qué países existe una mayor demanda potencial.

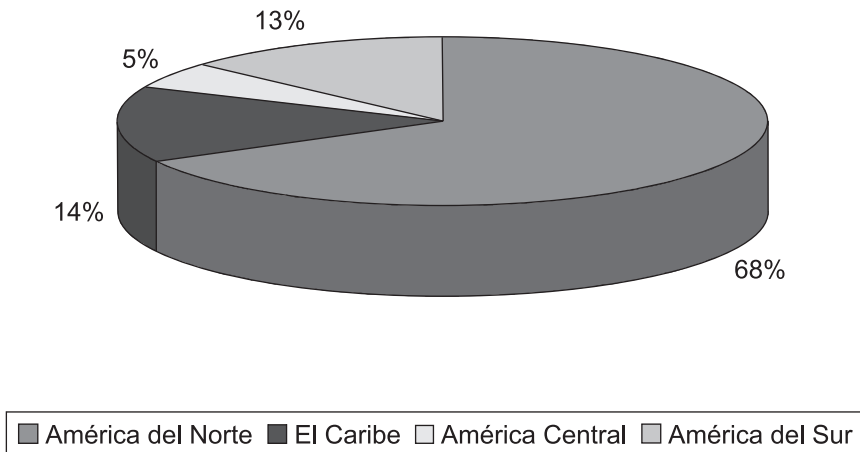
6. LOS RESULTADOS DE LA POLÍTICA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN PANAMÁ (1993-2006)

6.1. Evolución del turismo

Las Américas recibieron el año 2005 un total de 133,6 millones de turistas. Su cuota de mercado en el ámbito mundial para ese mismo año fue del 18.5% mientras que América Central, respecto al total mundial, obtuvo el 0.8% de los turistas.

Si se toma como referencia el conjunto de América, América Central absorbe el 5% de los turistas de la región (figura 3). Pero lo más remarcable es el espectacular incremento de visitantes que la zona está registrando año tras año. Las últimas cifras proporcionadas por la OMT confirman esta evolución, pues con más de 6.5 millones de turistas, triplica las cifras de visitantes registrados en el año 1993, 2.350 millones de turistas.

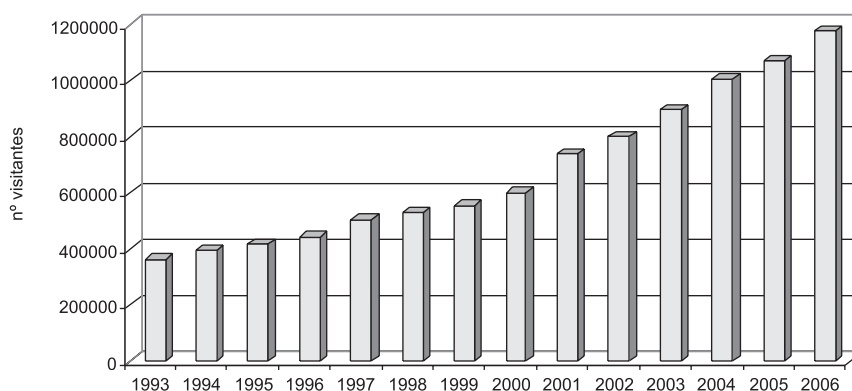
Figura 3
CUOTA DE MERCADO PARA LAS REGIONES DE AMÉRICA. 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT (2006a:8).

La tendencia observada para América Central se repite si se analizan los datos de Panamá (figura 4). Desde la implantación del Plan Maestro en el año 1993 se ha producido un incremento paulatino del número de visitantes que ha pasado de los 364.528 turistas a 1.177.162 en el año 2006. Para el conjunto del periodo, esta evolución representa un incremento del 229,9%.

Figura 4
NÚMERO DE VISITANTES INGRESADOS EN PANAMÁ. 1993-2006



Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT (2004), Campuzano, J. (2006).

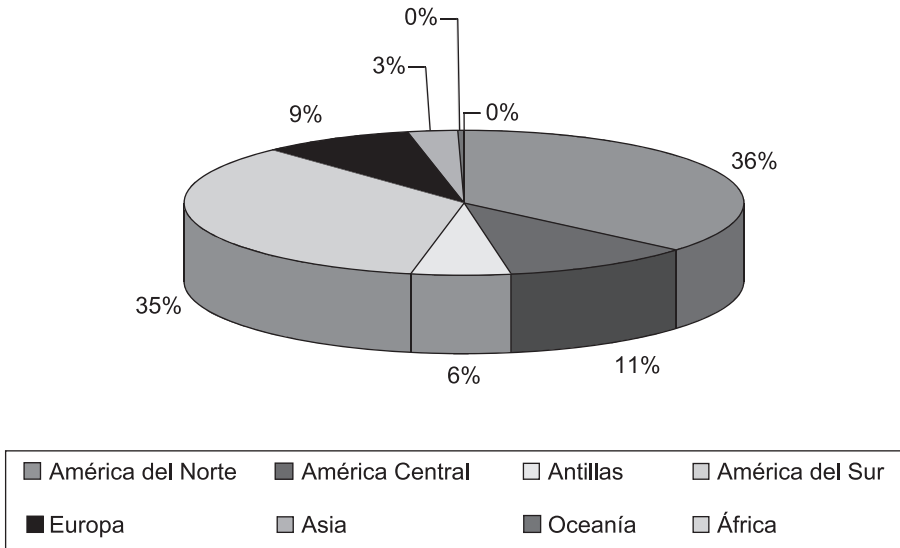
La región de procedencia de los turistas que llegan a Panamá es cercana (figura 5); más del 80% de los visitantes provienen de América del Norte (36%) o del Sur (35%) seguida de la propia región centroamericana (11%).

Es posible realizar un análisis más detallado a partir de los países que aportan más de 10.000 turistas al año al cómputo global de visitantes de Panamá. Así resulta que el principal país de procedencia es Estados Unidos (29%) seguido de Colombia (19%). Cabe señalar que el resto de países pertenece a la región americana, con lo que la captación de visitantes europeos se configura como un reto para la política turística panameña.

6.2. El turismo en la economía de los países centroamericanos

La importancia creciente de la actividad turística para Panamá queda demostrada analizando los ingresos que percibe el país de este sector. La figura 6 muestra la evolución de los citados ingresos en millones de Balboas desde el año 1993 hasta el 2006. El incremento de los ingresos es evidente (en el periodo se ha quintuplicado la cifra) y, además, es paralelo a la mayor participación de la actividad del turismo en el PIB (6,3% del PIB en 2003 lo que supone un incremento de más del 16% respecto el año 2000).

Figura 5
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS LLEGADOS A PANAMÁ
POR REGIONES. 2004



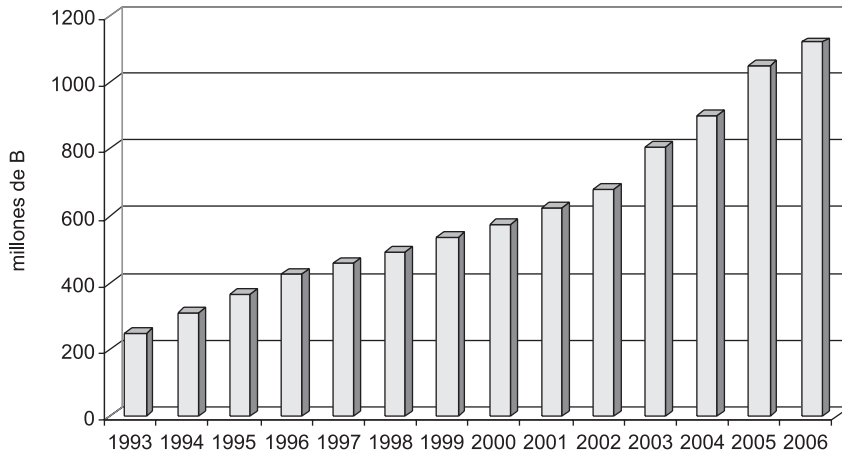
Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT, 2004.

En el año 2005 la actividad turística supuso para América Central una inversión de 2151 \$USA. Panamá fue el segundo país de la región en recibir más inversión de capital para turismo, el 22,8% del total invertido en la región. Del despliegue del Plan Maestro de Desarrollo Turístico aparecen una serie de inversiones en proyectos turísticos derivados de la aplicación de la Ley 8 de incentivos al turismo. En el periodo que va desde 1995 (durante los años 1993 y 1994 no se inscribieron proyectos) y 2004, el número de proyectos inscritos fue de 5.818 la mayoría de los cuales se dedicaban al hospedaje turístico y a la restauración seguido de las agencias de viaje y el transporte turístico (figura 7). El monto total destinado a inversiones en proyectos turísticos corresponde a 850.104.500,00 balboas de los cuales la mayor parte (97,3%) han sido destinados a la construcción de hospedajes turísticos.

A pesar de la concentración de las inversiones en proyectos destinados a alojamientos y del constante incremento de los ingresos generados por el turismo y del número de visitantes, el total de habitaciones disponibles en Panamá no ha sufrido el crecimiento que cabría esperar. Desde 1995 hasta el año 1999 se produce un incremento moderado que despunta en el año 2000 (figura 8) (coincidente con una alta inversión en proyectos turísticos en el 1999) pero que se estanca desde ese año hasta el 2004.

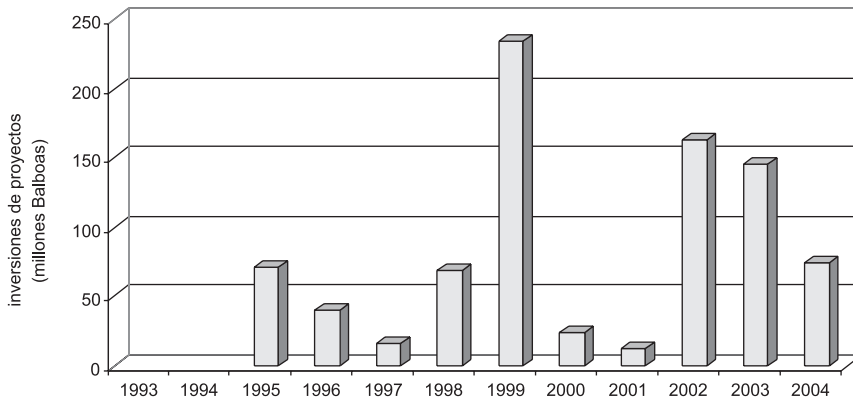
Uno de los impactos positivos que produce el desarrollo de la actividad turística es la generación de puestos de trabajo. Tal y como se puede observar en la figura 9, el número

Figura 6
INGRESOS GENERADOS POR EL TURISMO EN MILLONES DE BALBOAS,
PANAMÁ 1993-2006



Fuente: Elaboración propia a partir de Condo y otros (2001), IPAT (2004), Campuzano, J. (2006).

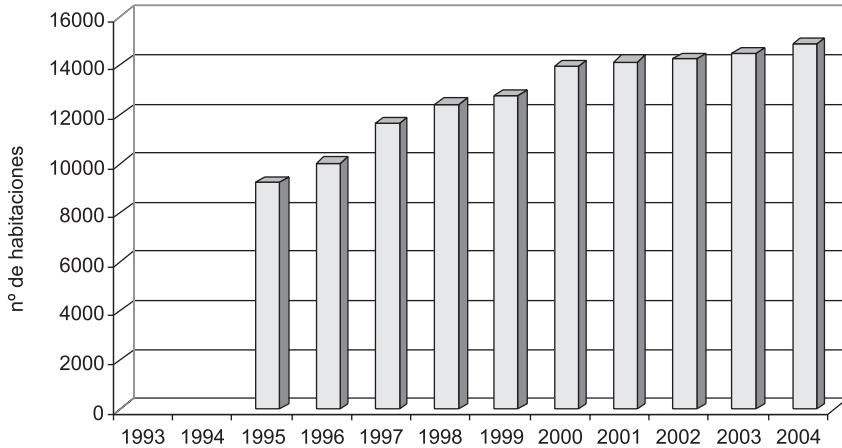
Figura 7
INVERSIONES EN PROYECTOS (LEY N° 8) REALIZADAS EN PANAMÁ.
1993-2004



Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT (2004).

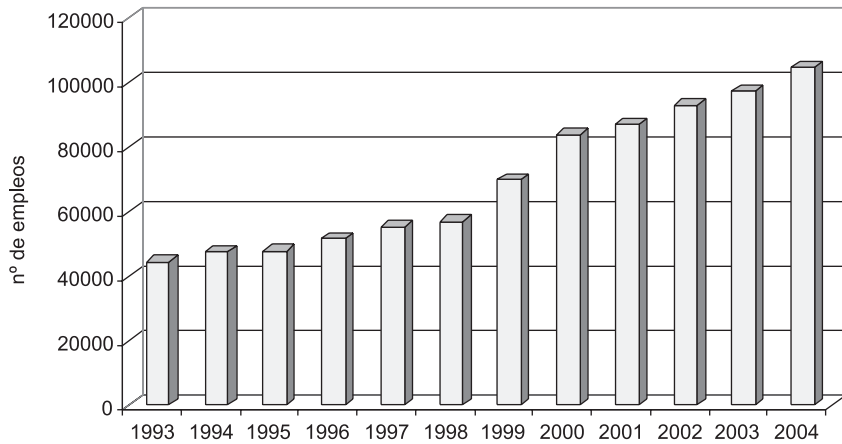
de empleos ligados a la industria turística está en continuo crecimiento. En el conjunto del periodo estudiado (1993-2004) se ha producido un incremento del 119,1% de puestos de trabajo. En este caso también parece plausible que exista una relación directa entre

Figura 8
NÚMERO DE HABITACIONES. 1995-2004



Fuente: Elaboración propia a partir de IPAT (2004).

Figura 9
NÚMERO DE EMPLEOS GENERADOS POR EL TURISMO. 1993-2004.



Fuente: Elaboración propia a partir de Condo y otros (2001), IPAT (2004).

las inversiones en proyectos turísticos y el incremento de los empleos ya que en el año 1999 se produce una inflexión al alza después de un periodo que podríamos calificar de estancamiento.

7. CONCLUSIONES

En el ámbito centroamericano en general y panameño en particular, el turismo es considerado sector prioritario de desarrollo; los resultados globales, la trayectoria y dinámica de la demanda y las cifras económicas hacen entrever unas expectativas de auge para los próximos años. Pero es necesario detenerse y reflexionar sobre algunas de las futuras estrategias de desarrollo turístico de Panamá que están suscitando preocupación y abriendo un serio debate sobre el modelo de desarrollo turístico por el que se está apostando.

La planificación del turismo en Panamá se basa en un marco legal amplio que lentamente se va elaborando, actualizando y adaptando a las nuevas necesidades. Ante unas perspectivas de altas ganancias generadas a partir de la actividad turística, los intereses económicos priman por encima de la protección de los recursos naturales. Esta medida se revela un tanto peligrosa pues, aunque la oferta turística de Panamá sea muy diversificada, la joya más preciada y que despierta mayor interés en el mercado internacional es su paisaje y biodiversidad.

Dos instrumentos muy interesantes que se han desarrollado, y en el caso del primero también aplicado, a favor de la planificación de la actividad turística son los Planes Maestros. El primer Plan (1993-2002) ha permitido detectar el potencial y los recursos turísticos estrella con que cuenta el país. Una de las aportaciones clave ha sido la delimitación de las 9 zonas de Desarrollo Turístico a partir de la existencia de atractivos turísticos y sus posibilidades futuras de explotación, de la distribución de la demanda entre el conjunto del país y de las necesidades de infraestructura. Tal y como se ha podido comprobar, los primeros resultados derivados de la implantación de la política de desarrollo en Panamá ha sido más que satisfactorios. El crecimiento de la demanda en estos últimos años ha sido espectacular y la tendencia según las previsiones de la OMT es muy positiva. Las buenas cifras económicas en ingresos e inversión en turismo hacen que Panamá ocupe las primeras posiciones a escala regional, tampoco se queda atrás según los datos recogidos en generación de lugares de trabajo.

En el nuevo Plan Maestro (2007-2020) se pretende, por un lado, incrementar substancialmente el número de polos turísticos potenciales y, por otro, favorecer el desarrollo de residencias secundarias que es uno de los objetivos estratégicos a medio y largo plazo. Esta última estrategia de desarrollo turístico ha suscitado mucha controversia entre la opinión pública y profesionales del sector.

A partir del análisis del fenómeno del turismo en la zona de Chiriquí y Bocas del Toro se constata que detrás del llamado turismo residencial hay poco de turismo y mucho de actividad «inmobiliaria». Según Josep Ros, consultor internacional del BID⁴ las leyes que incentivan el desarrollo turístico han estimulado la actividad que requería de menos alicientes: el turismo residencial. Ello ha desencadenado en un *boom* de la construcción y un proceso especulativo que por su intensidad y velocidad y por la carencia de normativas

4 Opinión extraída del artículo de prensa de GOMEZ, P. El espejismo del turismo residencial. *La Prensa*. [En línea]. Panamá, 6 de julio de 2006. < <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2006/07/30/hoy/panorama/685191.html> >. [25 de enero de 2007].

que lo regulen, puede producir un rápido agotamiento del suelo de mayor interés y valor económico ambiental.

Las segundas residencias en Panamá se dirigen a un mercado eminentemente extranjero, con lo cual se está produciendo una enajenación del territorio que, si este fenómeno se extiende de forma generalizada, puede limitar las posibilidades de mejora de la calidad de vida autóctona a partir del desarrollo de pequeñas empresas del sector turismo. Difícilmente se puede dar otro uso a los espacios dedicados a zonas residenciales, de modo que este proceso será irreversible.

La experiencia del sur de Europa puede servir de referente a la hora de establecer los problemas potenciales derivados del desarrollo de segundas residencias. Es evidente que la expansión de este tipo de poblamiento tiene algunas ventajas inmediatas (incremento rápido de puestos de trabajo en la construcción y sectores vinculados, dinamización económica del territorio, etc.) pero plantea muchas incógnitas, especialmente las referentes a la sostenibilidad ambiental a medio plazo. Sería imprescindible una regulación exhaustiva de este modelo de crecimiento que, en muchos casos, ha comportado un deterioro del paisaje que es el producto a vender como reclamo turístico (Gili, 2003). Los expertos recomiendan una desaceleración del sector inmobiliario en todo el país para evitar un agotamiento rápido del territorio de mayor valor turístico.

De la política turística que ha llevado a cabo el Estado de Panamá durante esta última década se ha podido entrever también la necesidad de una estrategia de promoción de Panamá como destino turístico a nivel internacional más coherente con el Plan Maestro y, sobre todo, la necesidad de una acción más coordinada a nivel interministerial para un desarrollo turístico coherente.

8. BIBLIOGRAFÍA

- AECI (2003): *Programa de Cooperación regional con Centroamérica. Plan de Acción para la promoción del turismo sostenible*. AECI- Ministerio de Asuntos Exteriores. Madrid, p. 49.
- ALTÉS, C. (2006): *El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División de Medio Ambiente, 2006, p. 53.
- ANAM (2006): *Informe el Sistema Nacional de Áreas Protegidas*. Panamá: ANAM-Corredor Biológico Mesoamericano, p. 62.
- AYALA, H. (2000): Panama's TCR Action Plan. *Building Alliances for a Heritage-driven Economy*. Panamá: Cornell University, p. 108-119.
- BENOT, J. (2006): *Propuesta para la realización del Plan de Desarrollo Turístico de Panamá. 2007-2020*. Panamá: Servicio de Cooperación Técnica, Organización Municipal del Turismo.
- BLADES, R. (2004): *Destination: Panama, an Agenda for The Tourism Industry, International Tourism Forum*. Panamá: Panamanian American Chamber of Commerce and Industry (AMCHAM).
- BONIFACE, B.; COOPER, C. (2005): *Worldwide destinations; the geography of travel and tourism*. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, p. 518.

- CAMPUZANO, J. (2006): *Visión, Metas y Realidad del Sector Turístico Panameño*, Panamá: Universidad Panamericana, p. 26.
- CASADO, M.A (2001): Overview of Panama's Tourism in the Aftermath of the Turnover of the Canal Zone. *Journal of Travel Research*, vol. 40, p. 88-93.
- CONDO, A.; INMAN, C.; TURNER, R. (2001): *Diagnóstico del sector turismo en Panamá.[En línea]*. Panamá: INCAE, < <http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/investigacion/articulos/cen663.shtml>>
- DECRETO EJECUTIVO N°73 (8 de abril de 1995). Por el cual se reglamenta la Ley N°.8 de 14 de junio de 1994.
- GILI, M. (2003): Las viviendas de segunda residencia. ¿Ocio o negocio?. *Scripta Nova*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2003, vol. VII, núm. 146(052). <[http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(052\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(052).htm)>.[10 de enero de 2007]. ISSN: 1138-9788.
- INRENARE/Agencia de Cooperación Técnica Alemana (1997): *Diagnóstico de la situación política, legal, institucional y administrativa concerniente al manejo de los recursos naturales renovables en el área de la comarca Ngobé-Buglé*. Panamá: INRENARE, p. 66.
- IPAT (1993): *Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá*, Panamá: IPAT.
- IPAT (2001): *Zonas de Desarrollo Turístico de Interés Nacional*. Panamá: Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico, IPAT, PNUD, CD.
- IPAT (2005): Datos estadísticos (1995-2004). Panamá: IPAT, Dirección de Planificación, Departamento de Estadística p. 72.
- LEGISLACIÓN DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ. Ley 8 (14 de junio de 1994).
- LICKORISH, L.; JENKINS, C. (1997): *Una introducción al turismo*. Madrid: Editorial Síntesis, p. 24-245.
- MEYER KRUMHOLZ, D. (2002): *Turismo y desarrollo sostenible*, Bogotá: Universidad Externado de Colombia, p. 422.
- OMT (1997): *Tendencias de los Mercados turísticos mundo 1985-1996*, Madrid: OMT, p. 129.
- OMT (1998): *Introducción al turismo*, Madrid: OMT, p. 392.
- OMT (2005): *Tourism Market Trends Edition-Annex*, OMT, p. 12.
- OMT (2006a): *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. vol. 4, n° 2, junio de 2006, p.4-25.
- OMT (2006b) *Tendencias de los Mercados Turísticos, Las Américas*. Madrid: OMT, p. 183-215.
- PANADERO, M., NAVARRETE, G. y JOVER, F.J. (2002): «Turismo en espacios naturales: oportunidades en el Corredor Biológico Mesoamericano», *Cuadernos de Turismo*, n° 10, pp. 69-83.
- SALINAS, E. y LA O, J.A. (2006): «Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba», *Cuadernos de Turismo*, n° 17, pp. 201-221.
- TULIO, M. (2000): *Estudio del Marco Legal para un Desarrollo Turístico Sostenible en Centroamérica. Informe de Panamá*. Panamá: FODESTUR, SICA, Cooperación Alemana al Desarrollo, p. 20.

