

PANAMA: «TAKE-OFF» TURISTICO

Por Juan FUSTER LAREU

El istmo, que es ahora la República de Panamá, ha sido un punto vital para los viajeros desde las exploraciones más tempranas, debido a su posición entre el Atlántico y el Pacífico. La ruta del Canal de Panamá se utiliza mucho antes de que se terminara de construir, en 1914. Desde que se terminó el Canal ha sido atracción principal. Recientemente, sin embargo, el interés ha aumentado por otras atracciones que el país ofrece. Panamá recibe muchos turistas con destino a América del Sur, o al terminar un viaje por Centroamérica. Y, últimamente, se torna un destino turístico en sí, en lugar de ser sólo un lugar de tránsito.

Panamá es el único país de Centroamérica que posee casinos de juego. Los casinos son propiedad del Gobierno y pagan a los hoteles, donde están ubicados, un 20 por 100 de las ganancias brutas. Las rentas que provienen de los casinos se depositan en el Tesoro Nacional.

EL ORGANISMO OFICIAL DE TURISMO

El Instituto Panameño de Turismo es una organización autónoma del Gobierno Federal de la República. Posee un presupuesto propio que recibe del Gobierno. Es el encargado de promocionar el turismo y de atraer inversiones de capital extranjero en el país. Administra los festivales del Carnaval y las ferias locales. Promociona el folklore del país, organiza concursos de golf y de pesca y efectúa la publicidad turística. Al igual que la Administración Turística Española, el Instituto Panameño de Turismo administra y es propietario de una pequeña red de hoteles que tienen un claro fin promocional.

INGRESOS TURISTICOS Y VISITANTES

Panamá es un importante país turístico. La siguiente estadística de visitantes lo muestra bien claramente:

ENTRADA DE VISITANTES POR VIA: AÑOS 1960 A 1970

AÑOS	Total	Aérea	Marítima	Terrestre
1960	139.057	64.235	74.701	121
1961	146.977	74.065	71.890	1.022
1962	146.611	75.586	68.982	2.043
1963	158.891	80.928	71.691	6.272
1964	144.897	71.766	66.889	6.242
1965	199.635	91.603	99.109	8.923
1966	225.022	106.229	109.837	8.956
1967	235.469	112.824	113.314	9.331
1968	278.886	112.892	156.068	9.926
1969	283.278	132.023	140.539	10.716
1970	305.447	139.714	150.180	15.553
1974	500.000	—	—	—

Fuente: I. P. A. T. y elaboración propia.

El número de visitantes se ha incrementado en un 218 por 100 en la pasada década, siendo éste un incremento importante dadas las estructuras turísticas de Centroamérica y Sudamérica. Pero más importante que el reflejo del número de visitantes lo es el de turistas extranjeros, que ha sido mucho mayor que el anterior, con un orden de casi el 400 por 100.

TURISTAS EXTRANJEROS

AÑOS	Turistas
1960	30.237
1962	43.378
1964	49.134
1966	83.172
1968	102.660
1970	118.133
1974	200.000

Fuente: I. P. A. T. y elaboración propia.

Los ingresos turísticos que han proporcionado los visitantes han sido aproximadamente:

INGRESOS EN MILLONES DE DOLARES

AÑOS	Ingresos
1968	32
1969	35
1970	42

Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras son tanto más importantes cuanto suponen unos ingresos turísticos relativos, con respecto a la población, muy fuertes. Si se repartiesen igualitariamente entre todos los panameños percibirán, en 1970, unos 28 dólares. Tales ingresos, junto a la estabilidad política actual del país, han contribuido de manera significativa al favorable desarrollo económico de Panamá, cuyo P. N. B. ha pasado de 644,1 millones de dólares en 1965 a 917,2 millones de dólares en 1969, estimándose se habrán sobrepasado los 1.000 millones de dólares en 1970. Este ritmo vertiginoso de crecimiento nos dice, bien a las claras, cómo el país está cruzando una magnífica etapa de despegue en la cual, muy pronto, con el esfuerzo conjunto de empresa pública y empresa privada, va a cruzarse el umbral que separa los países en vías de desarrollo de los desarrollados. El turismo seguirá jugando un papel de primer orden en la estrategia de fuerzas económicas.

Estimaciones propias nos han conducido a valorar el ingreso turista-día en unos 50 dólares, siendo este uno de los gastos turísticos más elevados del mundo.

FACTORES EN EL CRECIMIENTO DEL TURISMO

Los factores que han motivado los éxitos recientes y las favorables perspectivas panameñas de la industria del turismo no son difíciles de discernir.

Panamá sobresale dentro del conjunto de los países Latinoamericanos por el estereotipo del Canal y por su renta de situación.

Está dotado de un clima agradable y posee magníficas playas donde es posible, en algunos casos, no encontrar más pisadas que las propias.

Junto a las playas, cuenta con monumentos históricos que llenan de mayor contenido la visita turística y la llenarán todavía más cuando entren en funcionamiento las restauraciones de Panamá La Vieja y Portobelo.

La facilidad que supone para una parte importante de los visitantes poder efectuar compras en la Zona Libre de Colón y en la misma capital, en especial de productos electrodomésticos y de precisión junto a productos exóticos traídos de lejanos puertos y transportados a través de la vía del Canal.

El folklore es muy atractivo, lleno de colorido y personalísimo en su ejecución.

Otro factor positivo resulta, sin lugar a dudas, el hecho de que los turistas no encuentran pobreza, debido a la elevada renta de los panameños, en comparación con la de otros habitantes de Latinoamérica.

Sin embargo, pueden enunciarse factores negativos que pesan, gravemente, sobre el desarrollo turístico: la corta estancia de los turistas en el país, la concentración de la oferta turística en la capital, el desprecio del mar que de él han hecho los hoteles, la polución de la bahía, la pequeñez del aeropuerto de Tocumen, la falta de taxímetro en los taxis, la falta de giras organizadas en autocares, la ausencia de una línea aérea nacional fuerte y vigorosa.

LA NUEVA POLITICA TURISTICA

En la actualidad, un hombre preparado, inteligente y capaz, don José Rogelio Arias, es el Gerente General del I. P. A. T. Con él se ha emprendido una nueva política turística que ha llenado de confianza los poderes públicos y la empresa privada. El Instituto Panameño de Turismo ha adoptado una política agresiva en busca de nuevos mercados, de mejores comunicaciones, de potenciación de la oferta con la apertura de nuevos hoteles y nuevos centros de interés turístico. Y por encima de todos los grandes proyectos destacan tres por su cuantía e importantes efectos turísticos directos e indirectos: la restauración y puesta en valor turístico de Panamá La Vieja y Portobelo y la construcción de un gran Palacio del Turismo. Los tres proyectos tienen una cuantía global de unos 13 millones de dólares. La Organización de Estados Americanos —O. E. A.— a través de su División de Turismo, cuyo Jefe es el joven arquitecto y diplomado por el Instituto de Estudios Turísticos Españoles Dr. Ricardo Anzola Betancourt, ha colaborado en los planes de expansión con la ayuda de asesoramiento técnico a nivel internacional.

Adam Smith, fundador de la Economía moderna, nos podría dar la clave para la interpretación de la nueva política turística panameña: «El estado progresivo es, ciertamente, el estado eufórico y satisfactorio para los diferentes órdenes de la sociedad. El estado estacionario es insulso; el de decadencia, deprimente.» Por el estado eufórico y satisfactorio del sector turismo en Panamá se puede deducir, y así lo hemos hecho, que está en estado progresivo.