# *PLAN DE ACCIÓN DESTINO: BOQUETE*

PLAN MAESTRO DE
TURISMO SOSTENIBLE
DE PANAMÁ

*2020 - 2025*



REPÚBLICA DE PANAMÁ
GOBIERNO NACIONAL

AUTORIDAD DE
TURISMO DE PANAMÁ

# 1. Visión a 2025 y Misión del Plan

## Visión del turismo a 2025

La situación deseada del turismo panameño en el año 2025 se define como sigue:

**Ser reconocido como un destino turístico sostenible de clase mundial, gracias a la extraordinaria riqueza y diversidad de su patrimonio natural y cultural, y a la calidad de sus servicios**

### El enfoque TURISMO-CONSERVACIÓN-INVESTIGACIÓN[1] como armazón estratégico del turismo panameño en los próximos años

En el año 1998 se firmó el Decreto Ejecutivo No. 327 por el que se fundaba el Comité de las Alianzas Estratégicas "Turismo-Conservación-Investigación" (TCI), para dar entidad legal a un enfoque estratégico que aquella Administración quiso implantar para la actividad turística en Panamá.

Hoy, en 2020, con la Visión que ha quedado definida, tiene un encaje muy natural la puesta en valor de este motor económico y de posicionamiento. Tanto los postulados que defiende, aún de plena vigencia, como el estado de conservación de los recursos naturales y culturales del país, justifican esta apuesta que defiende la interacción beneficiosa que se puede construir entre la conservación de los recursos, la investigación rigurosa que se haga sobre ellos y el desarrollo turístico como fuente de valor para los propios recursos (no sólo económico, sino de relevancia e imagen a nivel mundial).

El Consejo Nacional del Turismo, máximo órgano de dirección y consulta en materia turística de la República de Panamá, en su Resolución del 23 de Julio de 2020, aprobó la reactivación de esta estrategia.

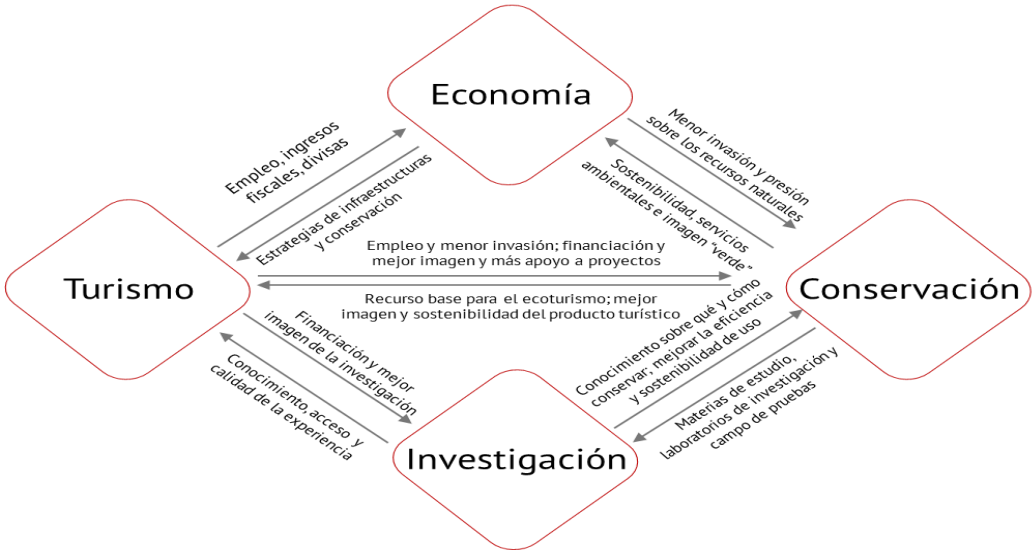
[1] El perfeccionamiento de este concepto fue resultado de un trabajo interdisciplinario de la doctora Hana Ayala con algunos científicos, expertos en el medio natural y humano de Panamá, entre ellos los doctores Anthony Coates, Richard Cooke y George Angehr, del Instituto Smithsonian de Investigaciones Tropicales y el doctor Omar Jaén Suárez, geógrafo e historiador panameño

Según el enfoque TCI, la calidad de los atractivos naturales y culturales de un destino definen su fortaleza competitiva, en buena medida porque son muy difíciles de replicar. Y cada elemento patrimonial (cultural o natural), cobra pleno sentido tanto por sus elementos intrínsecos, como por la historia de quienes participaron manteniendo aquel paisaje o fabricando el objeto observado: se propone contar con una explicación científica del recurso para maximizar su disfrute.

De ahí la importancia de volcar los esfuerzos en la Conservación de estos recursos y en proyectos de Investigación que los mantengan atractivos. Todo esto sucede, además, en un contexto en el que el consumidor (SUN PLUS, según la terminología del modelo), busca precisamente eso: experiencias más allá del sol y playa o las visitas básicas. El término "plus" alude al extra de calidad que los consumidores vienen reclamando (ya desde 1999) a los recursos culturales y naturales para justificar sus viajes. Por ello es vital que la interacción entre los tres ámbitos del modelo sea construida sólidamente y aporte beneficios mutuos de manera sostenible en el tiempo:

- el turista que vive positivamente su visita a los recursos (naturales, culturales, históricos, etc.), generará un impacto económico positivo para el destino, incluidos los gestores de los recursos y los investigadores;
- los investigadores aportan sus descubrimientos, que garantizan que el destino siga siendo atractivo, con más elementos memorables; y
- los responsables de la conservación obtienen mayor financiación y una imagen mejorada de sus proyectos, que garantizan un mejor mantenimiento de los recursos

**Beneficios recíprocos entre Turismo, Conservación e Investigación**



*Fuente: T. Panayotou (Harvard Institute for International Development) en la Segunda Presentación del Panel científico de la "Conferencia sobre Turismo de Patrimonio para el próximo milenio". American Association for the Advancement of Science, 1999*

**Misión del Plan Maestro**

En este contexto, este Plan Maestro (en tanto que es una actualización del anterior), tiene por Misión la de fortalecer la actividad turística como sector económico estratégico de Panamá, desarrollando un modelo económico sostenible que genere un incremento del empleo a nivel nacional, articule los territorios y aumente la competitividad del sector. Este Plan debe a su vez contribuir a articular los esfuerzos interinstitucionales y multisectoriales a través mecanismos como el Gabinete Turístico.

Obedeciendo a las tendencias de turismo sostenible de nuestro tiempo, el Plan también debe ayudar a mejorar la interrelación entre el desarrollo económico que aporta la actividad turística, con el bienestar de las comunidades y el medio ambiente.

# 2. Objetivos del Plan Maestro

El Plan Maestro debe mantener una coherencia con los cinco pilares de la Estrategia de Gobierno 2019-2024 (Buen gobierno; Estado de derecho, ley y orden; Economía competitiva que genera empleos; Combate a la pobreza y desigualdad; y Educación, Ciencia, Tecnología y Cultura), y más específicamente a los que se han definido, dentro de la Estrategia 3 (Competitividad) para el sector turístico:

1. Fortalecer la capacidad institucional de la Autoridad de Turismo de Panamá
2. Invertir en la promoción turística del país
3. Mejorar los productos turísticos
4. Infraestructura, Mantenimiento y servicios básicos




El Plan Maestro contribuirá decisivamente en la política económica nacional a través del pilar de Economía competitiva.

En base a la Visión definida, se pueden describir varios tipos de **OBJETIVOS** a alcanzar con la puesta en marcha del Plan Maestro de Turismo de Panamá:

**Objetivos de país**

- Asegurar la protección de los recursos naturales y culturales en base a un uso turístico sostenible
- Que la política turística sea política de Estado en su diseño e implementación a través de una fuerte correlación estratégica entre la política y la acción turística y las políticas de Estado
- Que el turismo sea reconocido como un pilar económico fundamental para Panamá en los próximos años
- Generar riqueza económica y social para Panamá por medio del desarrollo de un turismo sostenible interno e internacional y mantener la sostenibilidad como el principal pilar de la planificación y la acción de las autoridades turísticas
- Distribuir y descentralizar el desarrollo socioeconómico, generando oportunidades de empleo y generando nuevos emprendimientos en el territorio nacional y especialmente en zonas con mayores carencias
- Hacer de Panamá un destino seguro, abarcando todos los ámbitos del viaje, especialmente en lo referido al período post-COVID19

- Permitir e impulsar los espacios de investigación y conservación de recursos potencialmente turísticos para asegurar un uso adecuado del patrimonio natural y cultural (histórico, patrimonial y vivo)

**Objetivos institucionales**

- Actualizar el marco normativo que regula la industria y fortalecer a las instituciones turísticas nacionales, regionales y locales
- Facilitar las condiciones para la llegada de inversión turística nacional y extranjera para el desarrollo de un turismo sostenible en Panamá que aumente la calidad de vida especialmente en destinos prioritarios y zonas más deprimidas socioeconómicamente
- Que el turismo sea parte integral de la Educación a todos los niveles
- Alcanzar acuerdos estables de cooperación con las instituciones gestoras de recursos directa o indirectamente vinculados con la actividad turística (MiCultura, MiAmbiente, Senacyt, etc.), con el sector privado, donantes internacionales y agencias de desarrollo, etc.

**Objetivos de producto y mercado**

Dado el número cada vez mayor de viajeros que buscan destinos seguros y libres de multitudes, la estrategia general de turismo se beneficiaría de un enfoque menos orientado a aumentar el volumen de visitantes año tras año y más a aumentar el impacto o el valor que cada visitante representa (por ejemplo, su gasto medio diario o la duración de su estancia). Un enfoque estratégico basado en el valor frente al volumen ayudará a fomentar el equilibrio óptimo entre las visitas, el impacto económico, la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales y el bienestar de los residentes, visitantes y comunidades anfitrionas.

**De mercado:**

- Generar movimientos de distribución de visitantes nacionales e internacionales hacia destinos de todo el país y consolidar una masa crítica de volumen, estadía y gasto promedio que permitan viabilizar el desarrollo de estos destinos en base a las capacidades de carga definidas
- Aumentar las llegadas, duración de la estadía y gasto medio de visitantes
- Fortalecer la imagen de Panamá como destino turístico en los mercados emisores prioritarios

**De producto:**

- Poner en valor la diversidad de recursos (patrimonio cultural y natural) que Panamá tiene disponibles para el aprovechamiento turístico, desarrollando

productos turísticos con un enfoque de conservación e investigación que generen impactos sostenibles. Si el turismo no es respetuoso con el recurso (natural, cultural, material o inmaterial), puede poner en riesgo su conservación: una visitación excesiva y descontrolada puede dañar recursos frágiles, y los recursos pueden ver comprometido su valor y su salvaguardia si esta depende excesivamente de la visitación de turistas (por ejemplo, el patrimonio inmaterial)

- Contar con productos y servicios turísticos viables en destinos fuera de la capital, desarrollados con criterios de sostenibilidad integral
- Asegurar unos recursos humanos turísticos con altos niveles de calidad y capacidad operativa, de servicios, empresariales y de gestión
- Fortalecer la identidad cultural y la preservación del medio ambiente a través de la integración de comunidades locales en los productos turísticos.
- Impulsar la cultura turística entre la población panameña, con atención especial a los mandos regionales y locales

Por último, es obligado señalar que los objetivos, estrategias y acciones de este Plan Maestro están en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, como queda reflejado en la Sección 3 de ese documento.



# 3. Priorización de destinos

La visión del turismo a 2025 recoge la diversidad como uno de los pilares sobre los que asentar el crecimiento de la actividad turística en los próximos años. Panamá cuenta, a pesar de su reducido tamaño, con una variedad muy difícil de igualar en cuanto a climas, ecosistemas y, en fin, recursos para la actividad turística.

Estos recursos se ubican en distintos puntos del país, que el Plan Maestro anterior identificó con precisión y que han sido la guía para la acción de gobierno. Ese documento identificó 26 destinos, que en el nuevo período planificado deben reducirse para maximizar el impacto de las inversiones. A continuación, se resumen los criterios empleados entonces y los que se emplean ahora para la priorización.

| Criterios de priorización de destinos en Plan Maestro 2007-2020 | Criterios de priorización de destinos en Plan Maestro 2020-2025 |
|---|---|
| • Potencial del destino para desarrollar el producto<br>• Potencial de la demanda<br>• Potencial de competir con otros destinos | • Participación en proyectos financiados por BID<br>• Posición en el ranking (2020) de competitividad de destinos turísticos<br>• Posibilidad de actuar como complemento de destinos prioritarios<br>• Aportación al posicionamiento y visión |

En el marco de los trabajos de análisis previos a la aprobación del segundo de los programas BID se llevó a cabo un estudio en profundidad de los destinos turísticos panameños, empleando los siguientes criterios para priorizarlos:

- Una población superior a los 1.500 habitantes;
- Puntaje superior a 4 (sobre 5) en la evaluación de atractivos y facilidades turísticas proporcionada por ATP (en base al análisis del Plan Maestro 2007);
- Buena conectividad con los centros urbanos principales de cada provincia;
- Carencia de servicios urbanos; y
- Alineación estratégica con las prioridades nacionales de desarrollo.

Como resultado de estos análisis se seleccionaron 6 destinos como receptores de la inversión financiada con fondos BID hasta 2025: Boquete y Tierras Altas, en Chiriquí;

Pedasí, en Los Santos; Santa Catalina, en Veraguas; Taboga, cerca de la Ciudad Capital; y Bocas del Toro. Por otra parte, el programa BID orientado a la Conservación del Patrimonio natural y cultural tiene entre sus destinos prioritarios también a Portobelo-San Lorenzo.

A esta lista de destinos prioritarios se han añadido Ciudad de Panamá (incluyendo Taboga) y también la Costa Pacífica/ Riviera Pacífica (desde Punta Chame hasta Juan Hombrón), que tienen excelentes resultados en el Ranking de Competitividad

Otros dos criterios para la priorización de destinos tienen que ver con:

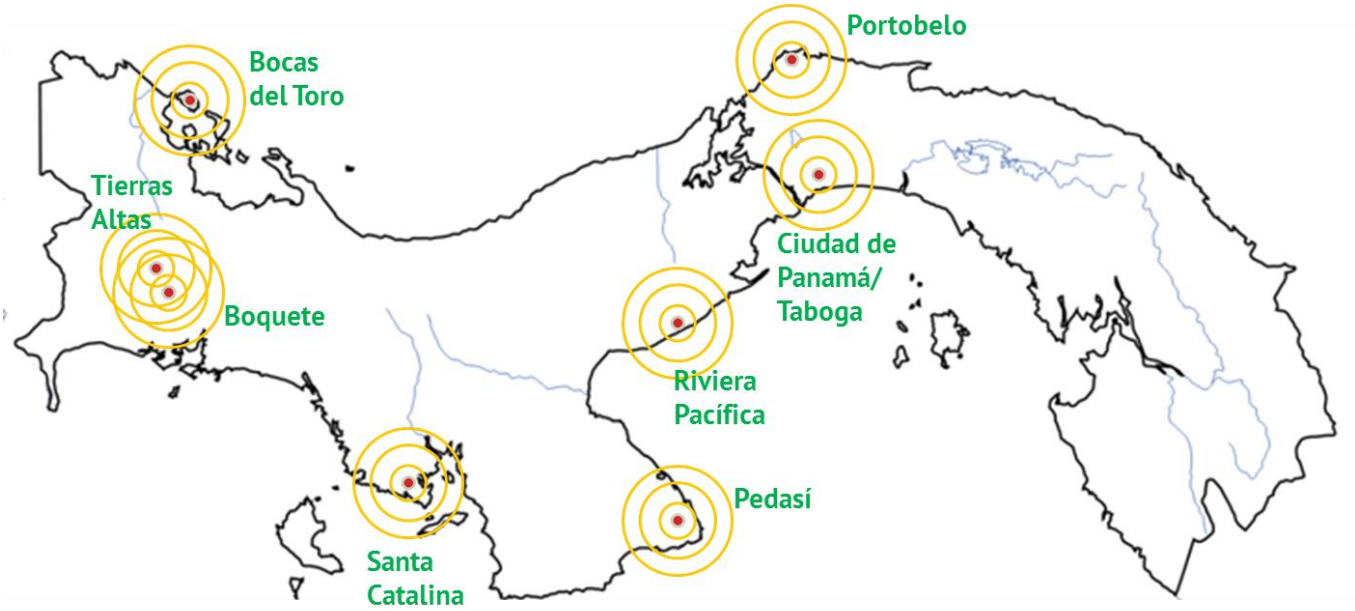
- la capacidad de complementarse entre un destino (o conjunto de recursos) y otro cercano. Dado que el turismo sucede en el territorio, y la ventaja comparativa que tiene Panamá gracias a su pequeña dimensión y el buen estado de sus vías de comunicación terrestre, los destinos se benefician de la oferta de destinos cercanos si estos tienen una oferta que, en mayor o menor medida, complementa la de los primeros. El consumidor valora esta variedad siempre que la distancia sea razonable entre los destinos y haya acceso sencillo, y verdadera complementariedad
- su aportación estimada al posicionamiento deseado y a la visión marcada para 2025. El enfoque TCI (Turismo + Conservación + Investigación) debe orientar la oferta hacia un marco de sostenibilidad, calidad e historias que contar de cada recurso basadas en la investigación. Se identifican algunos destinos con gran capacidad de aportación a este enfoque

A continuación, se ofrece una síntesis de los análisis realizados para los destinos identificados y que permiten clasificar a los destinos turísticos panameños en tres grandes categorías:

| | |
|---|---|
| **Destinos Turísticos prioritarios (8)** | Son destinos que van a recibir el apoyo de líneas de financiación BID para mejoras de gobernanza, infraestructuras y otras, y que cumplen con creces los criterios de competitividad (posición alta en el ranking) |
| **Zonas de apoyo o complemento de oferta (3)** | Son destinos cercanos a los prioritarios, que pueden servir como complemento a su oferta básica y que cumplen con los criterios de competitividad. |
| **Destinos de gran potencial a corto plazo (3)** | Son destinos de fuerte potencial por su gran alineamiento con la visión y el posicionamiento, pero aún no suficientemente preparados para la competencia |

Teniendo en cuenta los criterios anteriores se ha configurado la lista de los **8 destinos turísticos prioritarios** para el actual Plan Maestro: Bocas del Toro, Volcán/ Tierras Altas, Boquete, Santa Catalina, Pedasí, Portobelo-Santa Isabel, la Riviera Pacífica y Ciudad de Panamá junto a Isla Taboga.

**Destinos prioritarios del Plan Maestro 2020-2025**




*Fuente: ATP, 2020*

El enfoque en unos pocos destinos se justifica en base a los probados beneficios que la estrategia de Polos Turísticos ha tenido en otros países. En la Panamá de 2020 están muy claras las prioridades desde un punto de vista de desarrollo regional: impulsar la descentralización (la inversión y la actividad se concentran en muy pocos destinos) y hacer florecer destinos que ya han empezado a posicionarse en el mercado, básicamente impulsando sus infraestructuras (gracias al impulso de los fondos BID), su comunicación y su capacidad de gestión.

Esta opción estratégica de los Polos es, pues, idónea para impulsar la descentralización de la actividad económica, al tiempo que genera efectos de difusión y beneficios positivos tanto en el centro urbano de su localización como en su región circundante, con lo que se abordan dos de los principales problemas que acucian al sector turístico panameño.

Igualmente, se identifican otros dos grupos de destinos a los que merece la pena hacer especial referencia. Por un lado, tres destinos que destacan por ser "zonas de apoyo" o "complemento" de los destinos identificados como prioritarios. Y otros tres destinos (amplios, incluyendo a varios de los destinos en la lista de los 26 analizados) que tienen un gran potencial y que merecen atención preferente en las acciones a desarrollar en el marco de este Plan Maestro actualizado.

**Zonas de apoyo o complemento de destinos prioritarios**




*Fuente: ATP, 2020*

**Destinos de gran potencial**




*Fuente: ATP, 2020*

# 4. Diagnósticos por destino Boquete

Al igual que en el diagnóstico a nivel nacional, se incluye un Diagnóstico de los 8 destinos prioritarios que sigue la estructura de evaluar primero la Propuesta de valor del destino (¿qué ofrece, a quién, en qué condiciones?) y después diagnosticar la situación de algunos factores externos relevantes por destino (no se incluyen exactamente los mismos que en el nivel nacional pues se estima que no hay diferencias significativas por destino).

A modo de conclusión sintética, se evalúa de 1 a 10, para cada variable analizada, la gravedad de la situación y la prioridad que el Plan debería otorgar para la solución de los problemas identificados.

## Boquete

| Propuesta de valor del destino. Boquete | |
|---|---|
| **Producto** | **Vocación del destino** |

Destino rural, ecoturístico de montaña, aventura y agroturismo fuertemente vinculado al Circuito del café

**Experiencias más demandadas por los visitantes de Boquete en 2020**

| | Mercado nacional | Mercado internacional |
|---|---|---|
| Eco- agroturismo | ✓ | ✓ |
| Turismo activo | ✓ | ✓ |
| Observación de aves | | ✓ |

Ver mapa en Anexo

**Tripadvisor**: Top de Actividades/ destinos en Boquete (en opinión de los viajeros que lo han visitado)

1. Cascadas escondidas
2. PN Volcán Barú
3. Sendero Los Quetzales
4. Las abejas de Boquete
5. Canopy
6. RVS Jungla de Panamá
7. Boquete Brewing company
8. Jardines El explorador
9. Biblioteca de Boquete

**Potencial en otras actividades/ experiencias**

Turismo comunitario; Nuevas formas de agroturismo; Turismo científico; Turismo de wellness (aprovechando fuentes termales cercanas)

**Capacidad de alojamiento**

Hay 76 establecimientos de alojamiento y 1.203 camas en Hoteles, Hostales, Pensiones, Cabañas, sitios de acampar y albergues

| | |
|---|---|
| Gravedad de la situación |  |
| Problemas en la calidad de la oferta |  |
| Problemas en la cantidad de oferta |  |
| Prioridad |  |

| | |
|---|---|
| **Destino** | **Condiciones en las que se encuentra el destino para la práctica de las experiencias ofrecidas** |

El destino presenta carencias en cuanto a su uso peatonal, dada la enorme cantidad de vehículos que inundan las calles centrales del municipio, incluso en días de baja afluencia turística. En días pico (por ejemplo, durante la Feria de las Flores y del Café, o en fines de semana puntuales) la situación es de colapso. Igualmente, es muy escasa la señalización tanto vial (por ejemplo, sobre la Panamericana, indicando la distancia y dirección a Boquete), como turística. Es un destino limpio.

| Ranking competitividad | | | |
|---|---|---|---|
| #2 de 26 | | | |
| **TOTAL** | **Hardware** | **Software** | **Orgware** |
| **6,85** | 6,40 | 6,20 | 7,85 |

| | |
|---|---|
| Gravedad de la situación | |
| Prioridad | |

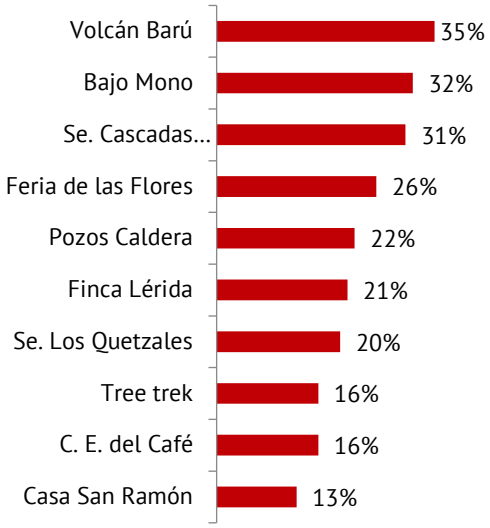
**Segmentos**

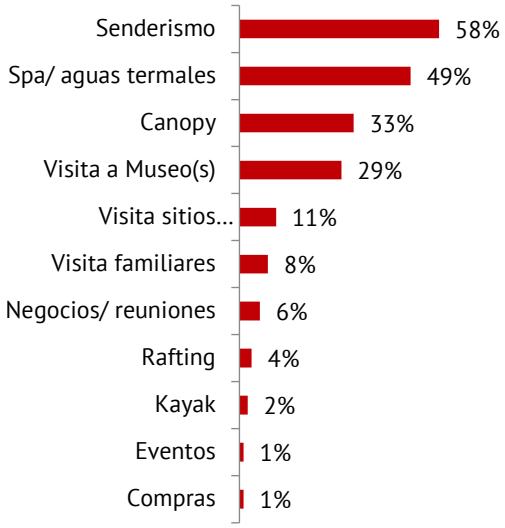
**Segmentos de demanda más frecuentes en el destino en 2020**

Boquete es un destino demandado tanto por turistas nacionales como internacionales. De acuerdo con las opiniones de los operadores locales (no hay estadísticas), un 60-70% son internacionales, y el resto panameños. En épocas altas la afluencia de panameños crece significativamente. Es un destino ideal para visitantes de más de 50 años y también para familias.

Su mercado natural es la ciudad de David (a 70km), la capital provincial y residencia de casi 150.000 personas, pero, además, la imagen de Boquete en los turoperadores internacionales se ha reforzado de manera que hoy es destino frecuente de los que visitan el interior del país.

**Lugares visitados** **Actividades realizadas**




Otros lugares menos visitados fueron (según la Encuesta 2020): Sendero El Cañón, Casa Palmira-Alto Jaramillo, Mariposario y Miel, Basalt Rock Foundation, Café Familia Lamastus, Tres Cascadas, Jazz Festival, Los Ladrillos, Lucero Country Club, Princesa Janca, Sendero Cascada Escondida, Piedra de Lino- Finca Milagrosa, Sendero El Pianista- Los canjilones, Café Ruiz- Río Caldera, Finca Kotowa y Valle Escondido

**Grado de satisfacción con el destino**

**Satisfacción general: 4,41/5**

**Áreas mejor valoradas:**

- Naturaleza
- Clima
- Hotel/ alojamientos
- Gastronomía

**Áreas peor valoradas:**

- Sitios históricos
- Información
- Seguridad
- Amabilidad

**¿Recomendaría este destino? (en %)**




**¿Regresaría a este destino? (en %)**




| Factores externos o habilitadores. Boquete | |
|---|---|
| **Seguridad** | **Nivel de seguridad para los visitantes**<br>Se estima que el nivel de seguridad es alto. La ciudad cuenta con 9 unidades de Policía Turística que se consideran suficientes. |

| | | |
|---|---|---|
| | **Imagen de seguridad del destino frente a niveles de seguridad real**<br>La existencia de episodios aislados no contribuye, por el momento, a vincular la imagen de este destino con el concepto de "inseguridad" o "riesgo". | |
| | Gravedad de la situación |  |
| | Prioridad |  |
| **Conectividad** | **Rapidez y sencillez para llegar al destino**<br><u>Desde el mercado internacional</u><br>No hay acceso internacional salvo desde el aeropuerto de David (50-60 minutos de carretera en muy buen estado), hoy de uso bastante limitado. Los turistas llegan por carretera desde Panamá, el Pacífico veragüense u otras áreas del país.<br><br><u>Desde el mercado interno</u><br>El acceso principal es la carretera David- Boquete, por una carretera de doble carril en muy buen estado.<br><br>**Movilidad interior (en el destino)**<br>Tal como ha quedado señalado, la movilidad interna es muy complicada actualmente, con escasez de aceras o zonas peatonales, una carencia grave de estacionamientos que alejen el tráfico de la zona central del municipio y un uso en doble sentido de casi todas las calles, que, de hecho, casi impide la circulación cuando la intensidad es muy alta. Los servicios públicos de transporte (ahora inexistentes) ayudarían a mejorar la movilidad.<br>La señalética es una debilidad, que debería abordarse desde una perspectiva integral, generando rutas que desincentiven el uso de vehículos a motor y que integren Boquete con su entorno natural e histórico. | |
| | Gravedad de la situación |  |
| | Prioridad |  |
| **Infraestructura local** | **Principales carencias en infraestructuras básicas para una mejor experiencia del turista**<br>Boquete cuenta con un nivel de infraestructuras aceptable, aunque se tendría que seguir trabajando en el desarrollo de las mismas ya que su crecimiento desordenado está generando problemas de infraestructuras y movilidad. Las infraestructuras que requieren mayor prioridad en cuanto al mantenimiento son los viarios y el drenaje de Bajo Boquete.<br>Las infraestructuras relativas al agua (potable y residuales) se tendrían que potenciar y trabajar en el monitoreo y control de la calidad del agua (ahora el | |

| | | |
|---|---|---|
| | agua proviene de múltiples fuentes subterráneas, sin tratar). El sistema de alcantarillado está en construcción.<br>Respecto a los residuos sólidos, existe un vertedero en Alto Boquete (aún sin alcanzar su máximo de capacidad), pero del que no se conoce su capacidad y sostenibilidad a largo plazo.<br>Se identifican también necesidades relacionadas con el encauzamiento del Río Caldera, cuyas ocasionales crecidas suponen un riesgo para las infraestructuras y, por supuesto, para los visitantes. | |
| | Gravedad de la situación |  |
| | Prioridad |  |
| **Mercadeo y branding** | **Imagen del destino en los mercados emisores**<br>Boquete es uno de los 4 o 5 destinos más visitados de Panamá, lo que refleja un posicionamiento fuerte en los canales de comercialización. Beneficiado por su selección entre los 10 mejores lugares para retirarse en el mundo (según la Asociación Americana de jubilados), cuenta con una imagen muy positiva. El sector turístico y las autoridades han impulsado la marca 'Discover Chiriquí' en los mercados nacional e internacional, de la que Boquete es uno de los principales argumentos de venta e imagen en folletos y páginas web.<br><br>**Factores (recursos, diferencias, hechos destacados) que convendría comunicar para destacar sobre el resto de destinos**<br>Clima, biodiversidad, acceso, experiencia en el sector turístico, variedad de actividades para toda la familia | |
| | Gravedad de la situación |  |
| | Prioridad |  |
| **Gobernanza** | **Implicación del sector privado en la gobernanza del destino**<br>Boquete es uno de los destinos por excelencia para hacer turismo y en la actualidad gran parte de su dinámica económica gira en torno a esta actividad. Dado que Boquete tiene el nivel de distrito en la escala administrativa, existen numerosas funciones públicas que se asumen desde entidades superiores. En el ámbito turístico el sector empresarial es fuerte, organizado y muy comprometido con la planificación y el desarrollo del destino. | |

| | | |
|---|---|---|
| | **Áreas de mejora identificadas en la actividad del sector público en el destino**<br>Aunque Boquete es considerado el destino turístico principal de la provincia de Chiriquí, ha crecido desordenadamente, por lo que se necesita con urgencia un Plan de Ordenamiento Territorial. Se reclama desde el sector privado una ATP regional dotada de financiación, recursos humanos capacitados y con liderazgo técnico y social, y capacidad operativa para hacer realidad todos los proyectos que se anticipan en el destino. | |
| | Gravedad de la situación |  |
| | Prioridad |  |

# 5.Estrategia de posicionamiento de los destinos prioritarios BOQUETE

De la misma manera que se han definido los elementos del posicionamiento para el país, se pueden definir a nivel de los destinos prioritarios, como sigue:

## BOQUETE

**Marco de referencia**

Destino rural, ecoturístico de montaña, aventura y agroturismo fuertemente vinculado al Circuito del café; gastronomía y eventos sociales y culturales; turismo científico; MICE; lifestyle, y disfrute del lujo de la sencillez

**Diferenciadores**

- Clima agradable todo el año,
- Buena comunicación terrestre,
- Calidad del café (café más caro del mundo),
- Volcán Barú (vista de dos océanos) como punto más alto del país;
- Oferta gastronómica (del campo a la mesa);
- Biodiversidad, senderos, ríos, cascadas

**Segmentos objetivo**

- Turistas activos en busca de experiencias de contacto 'soft' con la naturaleza
- Familias con hijos,
- Parejas jóvenes,
- Grupos de familiares o amigos;
- Público para eventos

**Razones para creer**

- Altitud permite clima agradable
- Distancia al Volcán
- Calidad reconocida al café local y número de plantaciones de café
- Empresas con vocación hacia la producción agrícola y del Café
- Recinto y Eventos Feriales con enfoques nacional e internacional

Su *positioning statement* recomendado es: Destino eco-turístico de montaña vinculado al Circuito del Café, donde vivir experiencias de contacto intenso con la naturaleza y disfrutar de sus comodidades y vida nocturna

# 6.Boquete. Plan de Acción 2020-2025

## META 1. UN PANAMÁ MÁS CONOCIDO

### ESTRATEGIA 1.3. IMPULSO EN LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

**Acción 1.3.3. Comunicación a intermediarios**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Jornadas de comercialización en destinos

### ESTRATEGIA 1.4. Sensibilización y cultura turística

**Acción 1.4.1. Programa Nacional de Cultura Turística**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Sensibilización turística a escolares
- Sensibilización turística a población general
- Sensibilización turística a población en destinos turísticos prioritarios

## META 2. UN PANAMÁ MÁS COMPETITIVO

## ESTRATEGIA 2.1. CAPACITACIÓN DE LA MANO DE OBRA

### ACCIÓN 2.1.1. Programa de acompañamiento técnico a individuos y empresas turísticas

- Capacitación sobre mercadeo y comercialización turística
- Capacitación sobre atención al cliente en turismo
- Capacitación en idiomas a profesionales turísticos
- Capacitación para el emprendimiento turístico
- Capacitación en sostenibilidad de las actividades turísticas
- Capacitación de guías de sitio (Circuito del Café) y Guías especializados (agro-turismo)
- Capacitación sobre desarrollo de producto y gestión turística a comunidades indígenas y afro
- Capacitaciones específicas según productos turísticos (ecoturismo, aventura, observación de aves, científico, cultural)
- Programa de formador de formadores en servicios y actividades turísticas
- Capacitación en valoración del patrimonio natural

### ACCIÓN 2.1.2. Capacitación de miembros del sector público turístico

- Formación sobre gestión sostenible de destinos turísticos
- Formación en idiomas a gestores públicos de turismo
- Formación en marketing de destinos turísticos
- Capacitaciones a personal de ATP y Municipio

### ACCIÓN 2.1.3. Capacitación de miembros del sector público no turístico

- Implementación del programa de Fortalecimiento del Capital Humano en la región occidental

## ESTRATEGIA 2.2. DESARROLLO Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

### ACCIÓN 2.2.1. Plan de seguridad turística

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Definición de un “Plan de seguridad turística” para cada destino prioritario

Proyectos para el destino:

- Implementación de los protocolos de Bioseguridad para prestadores de servicios turísticos
- Programa de senderos seguros

**ACCIÓN 2.2.2. Desarrollo y diversificación de rutas turísticas**

- Potencialización del Circuito del Café, dentro de La Ruta Bosques de Vida
- Diseño e implementación del Circuito Panamá Indígena
- Diseño e implementación de La Ruta Aves en el Paraíso
- Desarrollo del contenido para la narrativa de los productos turísticos identificados
- Potenciar el turismo científico en coordinación con ONGs que manejan proyectos de conservación
- Acompañamiento para el desarrollo del turismo comunitario en Renacimiento
- Desarrollo de itinerarios gastronómicos

**Programa de turismo verde en Áreas Protegidas (Boquete)**

- Revisión e implementación de la capacidad de carga de PN Volcán Barú
- Revisión y puesta en marcha de los procedimientos administrativos para concesión de servicios
- Incentivar el desarrollo de organizaciones de base comunitaria
- Definición de los servicios de cobros en línea
- Plan de mejoras de infraestructuras en áreas protegidas

**Programa de turismo cultural (Boquete)**

- Diseño de programa de gastronomía local (de la Granja a la Mesa)
- Programa de participación de los grupos indígenas en las iniciativas del Circuito del Café
- Considerar el desarrollo de la llamada Ruta de las flores, uno de los principales reclamos de Boquete

**Programa de turismo de aventura (Boquete)**

- Inventario de senderos con grados de intensidad
- Gestión con entidades competentes para la práctica del River Rafting

**Programa de Agroturismo (Boquete)**

- Asistencia técnica a las fincas agropecuarias interesadas en desarrollar la actividad turística
- Coordinación con el equipo técnico del MIDA para fortalecer estas experiencias turísticas
- Apoyo a la coordinación de los prestadores de servicios turístico (cadena de valor) para lograr las acciones para el consumo de la producción agropecuaria local

**ACCIÓN 2.2.3. Organización de eventos**

- Festivales y ferias por Ley
- Calendario de eventos en destinos

## ESTRATEGIA 2.3. APOYO AL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO

**ACCIÓN 2.3.1. Plan de emprendimiento turístico**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Seminarios en destinos prioritarios
- Asistencia técnica integral para el emprendimiento
- Líneas de ayuda específica a micro-emprendimientos
- Implantación del programa de buenas prácticas para emprendedores turísticos

## ESTRATEGIA 2.4. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS

**ACCIÓN 2.4.1. Mejoras de señalización turística**

- Inventario de señalética existente (dentro del Plan nacional de señalización turística)
- Reubicación de paradero fotográfico de la ATP
- Elaboración de mapas para colocar en sitios emblemáticos

**ACCIÓN 2.4.2. Instalación y mantenimiento de infraestructuras turísticas**

- Diseño y construcción de un Centro de Interpretación Turística
- Instalación y mantenimiento de Oficinas de Información Turística
- Dotación de infografía relacionada con el patrimonio natural y cultural

**ACCIÓN 2.4.3. Mejoras de espacios públicos para uso turístico**

- Plan de mejora visual de destinos con aportaciones de comunidades y artistas locales.
- Mejoras de veredas y área del malecón
- Diseño y construcción de anfiteatr

**ACCIÓN 2.4.4. Mejora de infraestructuras urbanas básicas**

- Mejoras del sistema de dotación de agua potable
- Diseño e implementación del programa integral de desechos sólidos
- Mejora del sistema de alcantarillado

### ESTRATEGIA 2.5. SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA

**ACCIÓN 2.5.2. Estudios de oferta y demanda**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Estudios de demanda para turismo interno y turismo internacional. Será necesario prever recursos para la captación de información estadística sobre los visitantes al destino
- Estudios de Oferta. Será necesario prever recursos para la captación de información estadística sobre la oferta turística del destino

### ESTRATEGIA 2.8. FORTALECIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA

**ACCIÓN 2.8.1. Implantación de la Certificación de Turismo Sostenible**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Implantación de la Certificación de Turismo Sostenible de Panamá

**ACCIÓN 2.8.2. Incentivos para empresas sostenibles**

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Auditoría de proyectos y evaluación de mejoras en sostenibilidad
- Incentivos para inversión en proyectos sostenibles

## META 3. UN TURISMO MÁS DESCENTRALIZADO

### ESTRATEGIA 3.1. APOYO A LOS GREMIOS Y AUTORIDADES LOCALES

**ACCIÓN 3.1.1. Fortalecimiento de instancias locales público privadas de coordinación turística**

- Creación del Comité de Gestión de Destino, Capítulo Boquete
- Creación del Consejo Consultivo Provincial, Capítulo Chiriquí

**ESTRATEGIA 3.2. MEJORA DE VIDA DE LAS COMUNIDADES LOCALES**

**ACCIÓN 3.2.2. Apoyo a comunidades del Plan Colmena**

- Coordinación con la Oficina de Gabinete Social del MIDES (conocer programa de trabajo) y elaborar plan de trabajo enfocado al turismo
- Revisión de los índices de desarrollo Social de pobreza multidimensional para tener una línea base
- Evaluar el potencial turístico para desarrollar iniciativa de turismo comunitario y la regulación con una Organización de Base comunitaria
- Prepararla para la certificación de la Norma de Sostenibilidad Turística
- Preparar programa de sensibilización y cultura turística

**ESTRATEGIA 3.3. COORDINACIÓN DE LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN TERRITORIAL**

**ACCIÓN 3.3.1. Planificación de los usos turísticos del suelo**

- Planes Indicativos de Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Turístico Sostenible (PIOT) y Master Plan para los 8 destinos prioritarios, Capítulo Boquete.
- Planes de gestión turística para destinos prioritarios, Capítulo Boquete

Proyectos con impacto específico en el destino:

- Desarrollo e implementación de Planes de uso público paras las áreas protegidas
- Revisión de las regulaciones costeras para uso público y construcción en los destinos turísticos

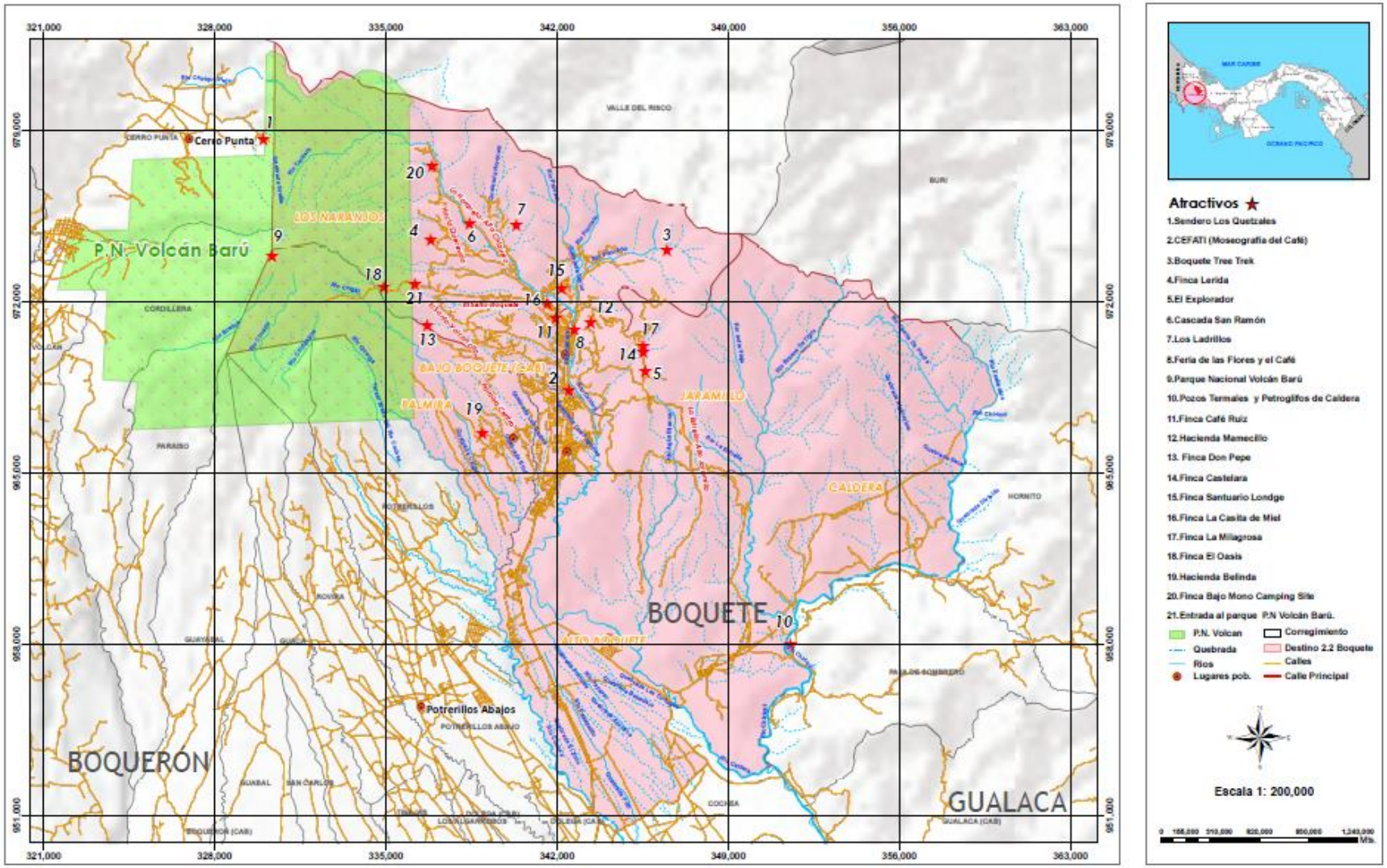
**META 4. TURISMO UNA POLÍTICA DE ESTADO**

## ESTRATEGIA 4.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

### ACCIÓN 4.1.4. Apoyo a Gremios profesionales y Cámaras de turismo

- Planes de apoyo a gremios y cámaras profesionales turísticas, Capítulo Boquete

## MAPA DE ATRACTIVOS TURÍSTICO DEL DESTINO BOQUETE



# 7.PLANIFICACIÓN 2020-2025 PARA BOQUETE

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **META 1. UN PANAMÁ MÁS CONOCIDO** | | | | | | | | | | |
| **1.3. Impulso en los canales de comercialización** | 1.3.3. Comunicación a intermediarios | Jornadas de comercialización en destinos | | | | | | | ATP; Gremios y Cámaras | |
| **1.4. Sensibilización y cultura turística** | 1.4.1. Programa Nacional de Cultura Turística | Sensibilización turística a escolares | | | | | | | ATP; MEDUCA | n.a. |
| | | Sensibilización turística a población general | | | | | | | ATP | n.a. |
| | | Sensibilización turística a población en destinos turísticos prioritarios | | | | | | | ATP; Cámaras y gremios locales; Municipio | n.a. |
| **META 2. UN PANAMÁ MÁS COMPETITIVO** | | | | | | | | | | |
| **2.1. Capacitación de la mano de obra** | 2.1.1. Programa de acompañamiento técnico a individuos y empresas turísticas | Capacitación sobre mercadeo y comercialización turística | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación sobre atención al cliente en turismo | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación en idiomas a profesionales turísticos | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación para el emprendimiento turístico | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación en sostenibilidad de las actividades turísticas | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación de guías de sitio y Guías especializados (agro-turismo) | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación sobre desarrollo de producto y gestión turística a comunidades indígenas y afro | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Capacitaciones específicas según productos turísticos (ecoturismo, aventura, cultural, científico, observación de aves) | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Programa de formador de formadores en servicios y actividades turísticas | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitación en valoración del patrimonio natural | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | 2.1.2. Capacitación de miembros del sector público turístico | Formación sobre gestión sostenible de destinos turísticos | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Formación en idiomas a gestores públicos de turismo | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Formación en marketing de destinos turísticos | | | | | | | ATP; Entid. Formativas; INADEH | |
| | | Capacitaciones a personal de ATP y Municipio | | | | | | | Entid. Formativas | |
| | 2.1.3. Capacitación de miembros del sector público no turístico | Implementación del programa de Fortalecimiento del Capital Humano en la región occidental | | | | | | | ATP; CECOMRO; Entid. Formativas | |
| **2.2. Desarrollo y diversificación de la oferta** | 2.2.1. Plan de seguridad turística | Definición de un "Plan de seguridad turística" para el destino | | | | | | | ATP; Policía Turística | n.a. |
| | | Implementación de los protocolos de Bioseguridad para prestadores de servicios turísticos | | | | | | | ATP; Gremios y Cámaras | |
| | | Programa de senderos seguros | | | | | | | ATP; MiAmbiente; Policía | |
| | 2.2.2. Desarrollo y diversificación de rutas turísticas | Potencialización del Circuito del café | | | | | | | ATP; Cámaras locales | |
| | | Desarrollo del contenido para la narrativa de los productos turísticos identificados | | | | | | | ATP; Cámaras locales | |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Potenciar el turismo científico en coordinación con ONGS que manejan proyectos de conservación | | | | | | | ATP | |
| | | Acompañamiento para el desarrollo del turismo comunitario en Renacimiento | | | | | | | ATP; Cámaras locales; Municipio; MiCultura | |
| | | Desarrollo de itinerarios gastronómicos | | | | | | | ATP; ONGs; Smithsonian; MiAmbiente; MiCultura | |
| | Programa de turismo verde en Áreas Protegidas | Implementación del Plan de Uso Público del PN Volcán Barú | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | | Revisión y puesta en marcha de los procedimientos administrativos para concesión de servicios | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | | Incentivar el desarrollo de organizaciones de base comunitaria | | | | | | | ATP; Comunidades locales | |
| | | Definición de los servicios de cobros en líneas | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | | Plan de mejoras de infraestructuras en áreas protegidas | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | Programa de turismo cultural | Diseño de programa de gastronomía local | | | | | | | ATP; MiCultura | |
| | | Programa de participación de los grupos indígenas en las iniciativas del Circuito del Café | | | | | | | ATP; MiCultura | |
| | Programa de turismo de aventura | Inventario de senderos con grados de intensidad | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | | Gestión con entidades competentes para la práctica del River rafting | | | | | | | ATP; MiAmbiente | |
| | 2.2.3. Organización de eventos | Festivales y ferias por Ley | | | | | | | ATP | |
| | | Calendario de eventos en destinos | | | | | | | ATP; Municipio | |
| **2.3. Apoyo al emprendimiento turístico** | 2.3.1. Plan de emprendimiento turístico | Seminarios en destinos prioritarios | | | | | | | ATP; AMPYME; SENACYT | n.a. |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Asistencia técnica integral para el emprendimiento | | | | | | | ATP; AMPYME; SENACYT | n.a. |
| | | Líneas de ayuda específica a micro-emprendimientos | | | | | | | ATP; AMPYME | n.a. |
| | | Implementación de guías de buenas prácticas para emprendimientos turísticos | | | | | | | ATP; AMPYME; SENACYT | n.a. |
| **2.4. Mejora de infraestructuras** | 2.4.1. Mejora de señalización turística | Inventario de señalética existente | | | | | | | ATP | |
| | | Mejoras de paraderos fotográficos propios de ATP | | | | | | | ATP; Municipio | |
| | | Elaboración de mapas para colocar en sitios emblemáticos | | | | | | | ATP; Municipio | |
| | 2.4.2. Instalación y mantenimiento de infraestructuras turísticas | Instalación y mantenimiento de Centro de Interpretación Turística | | | | | | | ATP | |
| | | Instalación y mantenimiento de Oficinas de Información Turística | | | | | | | ATP | |
| | | Dotación de infografía relacionada con el patrimonio natural y cultural | | | | | | | | |
| | 2.4.3. Mejora de espacios públicos para uso turístico | Plan de mejora visual de destinos con aportaciones de comunidades y artistas locales | | | | | | | ATP; Municipio; MOP | |
| | | Mejoras de veredas y área del malecón | | | | | | | ATP; MOP Municipio | |
| | | Diseño y construcción de Anfiteatro | | | | | | | ATP: Municipio; MOP | |
| | 2.4.4. Mejora de infraestructuras básicas | Mejoras del sistema de dotación de agua potable | | | | | | | ATP; Municipio; IDAAN | |
| | | Apoyo del programa integral de desechos sólidos | | | | | | | ATP; Municipio; MiAmbiente | |
| | | Mejoras del sistema de alcantarillado | | | | | | | ATP; Municipio | |
| **2.5. Sistema de inteligencia turística** | 2.5.2. Estudios de oferta y demanda | Estudios de demanda para turismo interno y turismo internacional | | | | | | | ATP | n.a. |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Estudios de oferta | | | | | | | ATP | n.a. |
| **2.8. Fortalecimiento de la sostenibilidad en la industria** | 2.8.1. Implantación de la Certificación de Turismo Sostenible de Panamá | Implantación de la Certificación de Turismo Sostenible de Panamá | | | | | | | ATP | n.a. |
| | 2.8.2. Incentivos para empresas sostenibles | Auditoría de proyectos y evaluación de mejoras en sostenibilidad | | | | | | | ATP | n.a. |
| | | Incentivos para inversión en proyectos sostenibles | | | | | | | ATP; MEF; MiAmbiente | n.a. |
| **META 3. UN TURISMO MÁS DENCENTRALIZADO** | | | | | | | | | | |
| **3.1. Apoyo a los gremios y autoridades locales** | 3.1.1. Fortalecimiento de instancias locales público privadas de coordinación turística | Creación del Comité de Gestión de Destino, Capítulo Boquete | | | | | | | ATP; Municipio; Gremios y Cámaras Locales; Patronatos | |
| | | Creación del Consejo Consultivo Provincial, Capítulo Chiriquí | | | | | | | ATP; Junta Provincial; Gremios y Cámaras; Municipios | |
| **3.2. Mejora de la calidad de vida de comunidades locales** | 3.2.2. Apoyo a comunidades del Plan Colmena | Actualización de inventarios turísticos y capacidades de carga en comunidades del Plan Colmena | | | | | | | ATP | |
| **3.3. Coordinación de la gestión y planificación territorial** | 3.3.1. Planificación de los usos turísticos del suelo | Planes Indicativos de Ordenamiento Territorial para el Desarrollo Turístico Sostenible (PIOT) y Master Plan para los 8 destinos prioritarios, Capítulo Boquete. | | | | | | | ATP | |
| | | Planes de gestión turística para destinos prioritarios, Capítulo Boquete | | | | | | | ATP; Municipio | |
| | | Desarrollo e implementación de Planes de uso público paras las áreas protegidas | | | | | | | ATP; MiAmbiente | n.a. |
| | | Revisión de las regulaciones costeras para uso público y construcción en los destinos turísticos | | | | | | | ATP; MiAmbiente; AMP | n.a. |
| **META 4. TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO** | | | | | | | | | | |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN | Proyectos | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Responsable | Presupuesto estimado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **4.1. Fortalecimiento institucional** | 4.1.4. Apoyo a Gremios profesionales y Cámaras de turismo | Planes de apoyo a gremios y cámaras profesionales turísticas, Capítulo Boquete | | | | | | | ATP; Gremios y Cámaras profesionales | |