

PLAN DE ACCIÓN

DESTINO: RIVIERA PACÍFICA

PLAN MAESTRO DE
TURISMO SOSTENIBLE
DE PANAMÁ

2020 - 2025



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-INVESTIGACIÓN¹ 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.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



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 - Potencial de la demanda - Potencial de competir con otros destinos	- Participación en proyectos financiados por BID - Posición en el ranking (2020) de competitividad de destinos turísticos - Posibilidad de actuar como complemento de destinos prioritarios - 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:

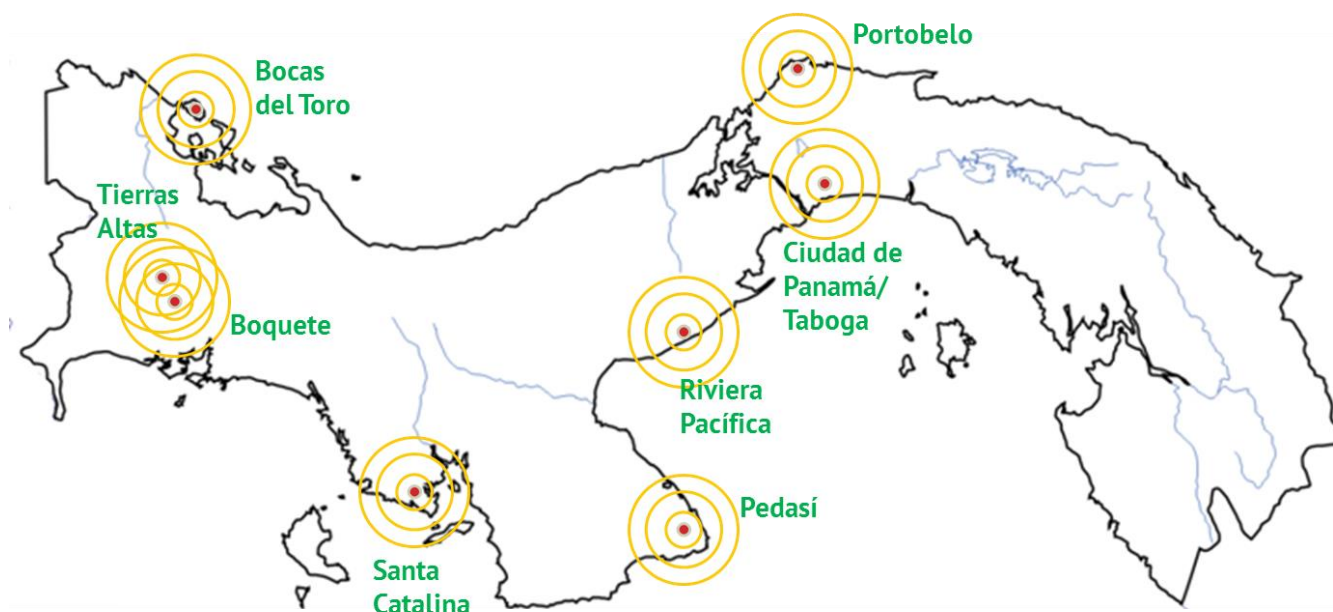
- la capacidad de complementarse entre un destino (o conjunto de recursos) y otro cercano. Dado que el turismo sucede en el territorio, y la ventaja comparativa que tiene Panamá gracias a su pequeña dimensión y el buen estado de sus vías de comunicación terrestre, los destinos se benefician de la oferta 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.

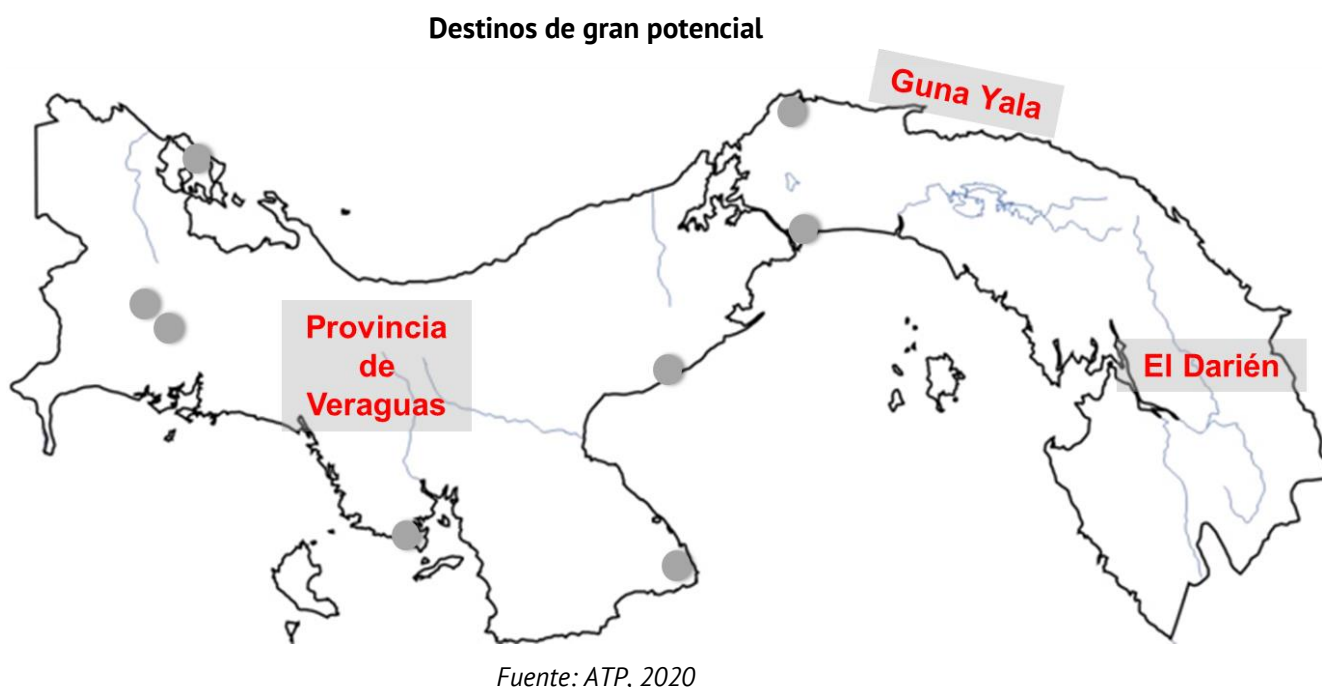
Esta opción estratégica de los Polos es, pues, idónea para impulsar la descentralización de la actividad económica, al tiempo que genera efectos de difusión y beneficios positivos tanto en el centro urbano de su localización como en su región circundante, con lo que se abordan dos de los principales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



4. Diagnósticos por destino

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.

Riviera Pacífica

Propuesta de valor del destino. Riviera Pacífica

Producto

Vocación del destino

Turismo de sol y playa y turismo náutico, con el complemento del Valle de Antón y otros recursos (ej.: PN Omar Torrijos) para experiencias diversas de contacto con la naturaleza y turismo activo

¿Cuáles son las experiencias más demandadas por los visitantes a la Riviera Pacífica en 2020?

	Mercado nacional	Mercado internacional
Sol y playa	✓	✓
Actividades náuticas	✓	✓
Turismo activo o de contacto con la naturaleza en el Valle de Antón		✓

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

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| 1. Playa Farallón | 6. Playa Santa Clara |
| 2. Mariposario Valle Antón | 7. Serpentario |
| 3. Sendero India Dormida | 8. Canopy en El Valle Antón |
| 9. Rappel y aguas termales | |
| 10. El Chorro Macho | |

Los operadores locales denuncian la escasez de experiencias ofrecidas en el destino, fruto de un proceso (de largo recorrido) de desinversión en la zona.

Potencial en otras actividades/ experiencias

Golf; Cruceros pequeños; Agro-turismo en el interior; Oferta gastronómica de calidad (frecuentemente vinculada a la oferta hotelera)

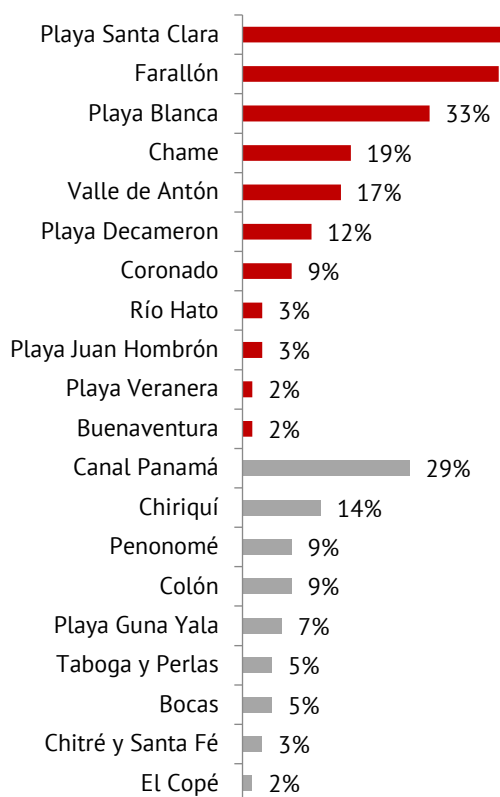
Capacidad de alojamiento

Es un destino de gran capacidad de alojamiento, situándose en el entorno de las 4.000 camas.

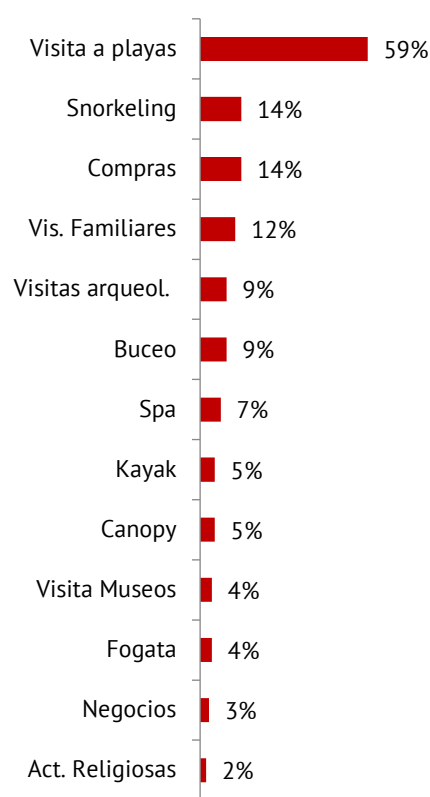
Gravedad de la situación	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Problemas en la calidad de la oferta	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Problemas en la cantidad de oferta	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

	Prioridad																	
Destino	Condiciones se encuentra el destino para la práctica de las experiencias ofrecidas																	
	Al tratarse de un destino tan extendido, y aún más si se considera al Valle de Antón como destino complementario, las condiciones son muy variadas, pero se puede afirmar que, en términos generales, el destino se encuentra en buenas condiciones para el turismo.																	
	Hay puntos específicos, como el centro arqueológico El Caño o el Mercado del marisco, que sería necesario reacondicionar para que puedan ser utilizados por los operadores locales para desarrollar experiencias (el Caño) o para servir a restaurantes de la zona (Mercado).																	
	El destino acusa una estacionalidad muy fuerte, con una caída muy significativa de las llegadas a partir de finales de abril, con el cambio a la estación húmeda, a pesar de que en esta zona del país las precipitaciones son menores que en el resto.																	
	<table><tr><th colspan="4">Ranking competitividad</th></tr><tr><td colspan="4">#3 de 26</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>Hardware</td><td>Software</td><td>Orgware</td></tr><tr><td>6,04</td><td>5,60</td><td>5,30</td><td>7,10</td></tr></table>		Ranking competitividad				#3 de 26				TOTAL	Hardware	Software	Orgware	6,04	5,60	5,30	7,10
Ranking competitividad																		
#3 de 26																		
TOTAL	Hardware	Software	Orgware															
6,04	5,60	5,30	7,10															
	Gravedad de la situación																	
	Prioridad																	
Segmentos	Segmentos de demanda más frecuentes en el destino en 2020																	
	Es un destino demandado principalmente por el turista panameño, habiéndose registrado un descenso muy notable de las llegadas desde el extranjero (más del 30% de caída en los últimos 10 años).																	
	El turista panameño acude a la Riviera Pacífica con motivaciones diversas: • Pasadías en la playa, de carácter familiar y de esparcimiento • Estancias de fin de semana • Estancias más largas, que permiten combinar con el Valle (al igual que las de fin de semana) De acuerdo con los profesionales locales, el turista interno apenas visita este destino una vez termina la época seca (fuerte estacionalidad)																	
	En cuanto al mercado internacional, el mercado estratégico sería el estadounidense, pero la falta de acuerdos con aerolíneas y/o turoperadores en el mercado está lastrando el potencial que la zona tiene para ese mercado																	

Lugares visitados



Actividades realizadas



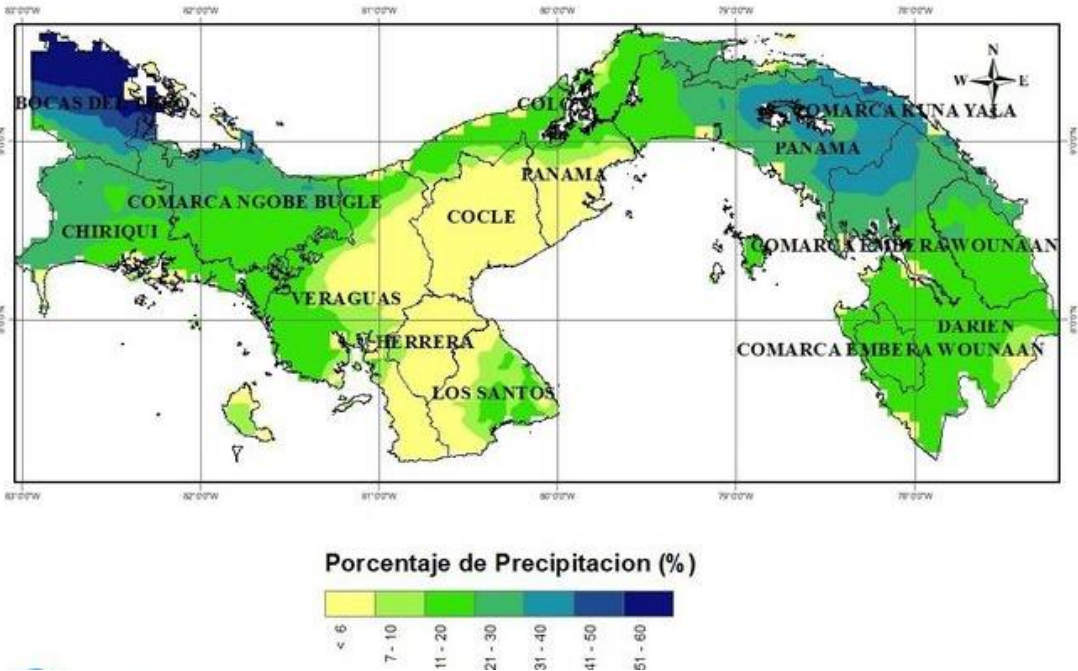
Las encuestas realizadas en la Riviera Pacífica muestran que es un destino que se comparte con muchas otras áreas del país. En el gráfico anterior se observa que, además de las visitas a las zonas principales del destino, estos turistas visitan también –prácticamente- todo el país, con especial atención al Canal y a Chiriquí, lo que demuestra que la Riviera Pacífica es parte de viajes de descubrimiento del país para la demanda internacional.

Grado de satisfacción con el destino

	Satisfacción general: 4,55/5 Áreas mejor valoradas: • Naturaleza • Seguridad • Clima Áreas peor valoradas: • Carreteras • Información • Transporte	¿Recomendaría este destino? (en %) R. Pacífica 98 Todos Destinos 97 ¿Regresaría a este destino? (en %) R. Pacífica 100 Todos Destinos 95
Factores externos o habilitadores. Riviera Pacífica		
Seguridad	Nivel de seguridad para los visitantes Muy alto. No se detectan amenazas significativas que pudieran alterar esta situación, más allá de eventos aislados. Imagen de seguridad del destino frente a niveles de seguridad real La imagen de destino seguro coincide con la realidad.	
	Gravedad de la situación	
	Prioridad	
Conectividad	Rapidez y sencillez para llegar al destino La bajísima conectividad internacional directa es el principal cuello de botella señalado por el sector turístico local. A pesar de contar con un aeropuerto (Río Hato) moderno y bien acondicionado, no hay vuelos comerciales regulares que lleguen allí (por dimensiones no podría acoger vuelos transoceánicos). La escasa distancia hasta Tocumen hace que la escala no sea del interés de las compañías aéreas, por lo que los turistas se ven obligados a realizar el tránsito hasta la costa pacífica por carretera (vía Panamericana, aproximadamente 2 a 2,5h desde Tocumen), lo que en determinados momentos puede significar. Movilidad interior (en el destino) En el destino los movimientos son todos por carretera, con especial uso de la Panamericana. El itinerario más frecuente que se da en el destino es el que une las zonas de playa con el Valle de Antón, que está a unos 30-40 minutos desde que se abandona la vía Panamericana. Las carreteras de acceso a los destinos están en buen estado.	

	Gravedad de la situación	
	Prioridad	
Infraestructura local	Principales carencias en infraestructuras básicas para una mejor experiencia del turista No se detectan carencias significativas relacionadas con las infraestructuras básicas. Los caminos y carreteras secundarias sí necesitarían un mayor mantenimiento.	
	Gravedad de la situación	
	Prioridad	
Mercadeo y branding	Imagen del destino en los mercados emisores La deriva inversionista ha hecho florecer en esta área grandes desarrollos hoteleros y, con ellos, se ha alejado la oferta local comunitaria que en otras épocas fue la imagen del área. El sector turístico local se queja de que la nomenclatura “Riviera Pacífica” les ha perjudicado, ya que dificulta (casi impide) la competencia con los destinos caribeños, a pesar de que son su ámbito de competencia natural. Tienen incluso propuestas alternativas: • Tierra del Oro, Costa Dorada Pacífica, El Dorado o similar • Land of Golden Chiefs/ Golden Pirates/ Golden Frogs, etc. En general se reclama una mayor promoción del destino, y un trabajo coordinado del sector local con ATP para programar acciones de comunicación concretas y mantenidas en el tiempo y los mercados emisores. Existe un visual de marca.	
	Factores (recursos, diferencias, hechos destacados) que convendría comunicar para destacar sobre el resto de destinos Este destino ha apostado a un posicionamiento como “destino de playa plus”, es decir, en el que la recreación y el relax de la playa se complementa con una zona interior rica en recursos naturales, y que da oportunidad de disfrutar de estancias largas para disfrutar de esta combinación. Para reforzar este posicionamiento, se podría Como refuerzo a este posicionamiento, convendría mencionar la menor pluviosidad que otras zonas de playa del país, o la facilidad para la observación de cetáceos, o la disponibilidad de dos marinas.	

Porcentaje de precipitación enero-octubre, 2017 y 2018

	 Porcentaje de Precipitación (%) Fuente: Departamento de Hidrometeorología de ETESA, 2019	
	Gravedad de la situación	
	Prioridad	
Gobernanza	Implicación del sector privado en la gobernanza del destino La participación del sector privado es positiva, aunque no está sistematizado en una Cámara específica para defender sus intereses comunes.	
	Áreas de mejora identificadas en la actividad del sector público en el destino Se reclama desde el sector privado una ATP regional dotada de recursos humanos capacitados y con liderazgo técnico y social, que ahora no ven. El sector consultado también considera que los (poco utilizados) Consejos Provinciales serían un instrumento muy útil para la gobernanza turística en Coclé	
	Gravedad de la situación	
	Prioridad	

5.Estrategia de posicionamiento de los destinos
prioritarios Riviera Pacífica

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:

RIVIERA PACÍFICA

Marco de referencia

Turismo de sol y playa “plus” y deportes náuticos, con zonas limítrofes muy cercanas para experiencias complementarias de aventura, ecoturismo (puerta de entrada al corredor biológico centroamericano) y cultura (Valle Antón, Natá, Penonomé y La Pintada, entre otros)

Diferenciadores

- Sol y playa “plus”, concretado en el clima y calidad de las playas, apoyadas por la combinación de multi-actividades en el Valle de Antón, principalmente: exuberante naturaleza, artesanías y hallazgos arqueológicos (ej. “Land of the Golden chiefs”), senderos, cascadas, y montañas en el mayor destino de senderismo de Panamá
- Oferta de hoteles “todo incluido”
- Cercanía al cráter continuamente habitado más grande del mundo

Segmentos objetivo

- Parejas, familias y grupos de intereses comunes, principalmente de clase media y media baja
- Interesante para el turismo de incentivos y también el de reuniones (en hoteles costeros)

Razones para creer

- Cercanía a Ciudad de Panamá
- Kilómetros de playa
- Aeropuerto muy cercano (Rio Hato)
- Calidad de la planta hotelera junto al mar
- Dos marinas
- Oferta complementaria muy cercana
- Parque Nacional Cerro Campana y cercanía al Parque Nacional Omar Torrijos Herrera

Su *positioning statement* recomendado es: Área de sol y playa en la que es fácil disfrutar además de multi-actividades en el entorno cercano, desde el senderismo a descubrir hallazgos arqueológicos precolombinos

6. Riviera Pacífica. 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 (Ruta del Folklore) y Guías especializados (agroturismo)

- Capacitaciones específicas según productos turísticos (ecoturismo, aventura, cultural, científico, náutico, sol y playa)
- Capacitación en observación de aves (Valle de Antón)
- Capacitación en iniciativas de gastronomía local orientada al turismo
- Programa de formador de formadores en servicios y actividades turísticas
- Capacitación en valoración del patrimonio cultural y 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 municipios

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:

- Programa de senderos seguros

ACCIÓN 2.2.2. Desarrollo y diversificación de rutas turísticas

- Diseño e implementación del Circuito del Folklore de Provincias centrales dentro de la Ruta Crisol de Cultura
- Diseño e implementación de La Ruta Aves en el Paraíso
- Diseño e implementación de La Ruta Maravillas de Los Océanos
- Diseño e implementación de La Ruta Bosques de Vida
- Desarrollo del contenido para la narrativa de los productos turísticos identificados
- Potenciar el turismo científico y Cultural en Parque arqueológico El Caño
- Acompañamiento para el desarrollo del turismo comunitario en La Pintada, El Cope y Farallón

Programa de turismo verde en Áreas Protegidas (Riviera Pacífica- Valle de Antón)

- Revisión e implementación de los planes de manejo y uso público de PNGD Omar Torrijos y Reservas Cerro Gaital y Cara Iguana
- 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
- Puesta en marcha de la iniciativa de senderos comunitarios para visitantes (en colaboración con la Fundación Caminando Panamá)

Programa de turismo cultural (Riviera Pacífica- Valle de Antón)

- Diseño de programa de gastronomía local
- Programa de rescate y puesta en valor del centro Arqueológico El Caño
- Programa de rescate y puesta en valor de las artesanías tradicionales
- Desarrollo de talleres para la preparación de artesanías de consumos tradicionales
- Revisión del uso del Mercado de Marisco para iniciativas turísticas

Programa de agro-turismo (Riviera Pacífica- Valle de Antón)

- Diseño del plan de desarrollo del Agro-turismo

Programa de turismo náutico (Riviera Pacífica- Valle de Antón)

- Programa de desarrollo de las marinas existentes entre la ciudad de Panamá y la Riviera Pacífica
- Diseño de un plan de experiencias acuáticas en el Peñón de Farallón

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
- Implementación de buenas prácticas para emprendedores turísticos

ESTRATEGIA 2.4. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS

ACCIÓN 2.4.1. Mejoras de señalización turística

- Plan de señalización turística por destino
- Mejoras de paraderos fotográficos propios de ATP (reubicación y mantenimiento)
- Elaboración de mapas para colocar en sitios emblemáticos
- Evaluación de los puestos de información en El Valle

ACCIÓN 2.4.2. Instalación y mantenimiento de infraestructuras turísticas

- Dotación de infografía relacionada con el patrimonio natural y cultural

ACCIÓN 2.4.3. Mejoras de espacios públicos para uso turístico

- Mejora de espacios públicos en destinos turísticos prioritarios
- Plan de mejora visual de destinos con aportaciones de comunidades y artistas locales
- Culminación de los trabajos de la Ciclovía en el Valle

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 Riviera Pacífica
- Creación del Consejo Consultivo Provincial, Capítulo Coclé

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 Riviera Pacífica.
- Planes de gestión turística para destinos prioritarios, Capítulo Riviera Pacífica

Proyectos con impacto específico en el destino:

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

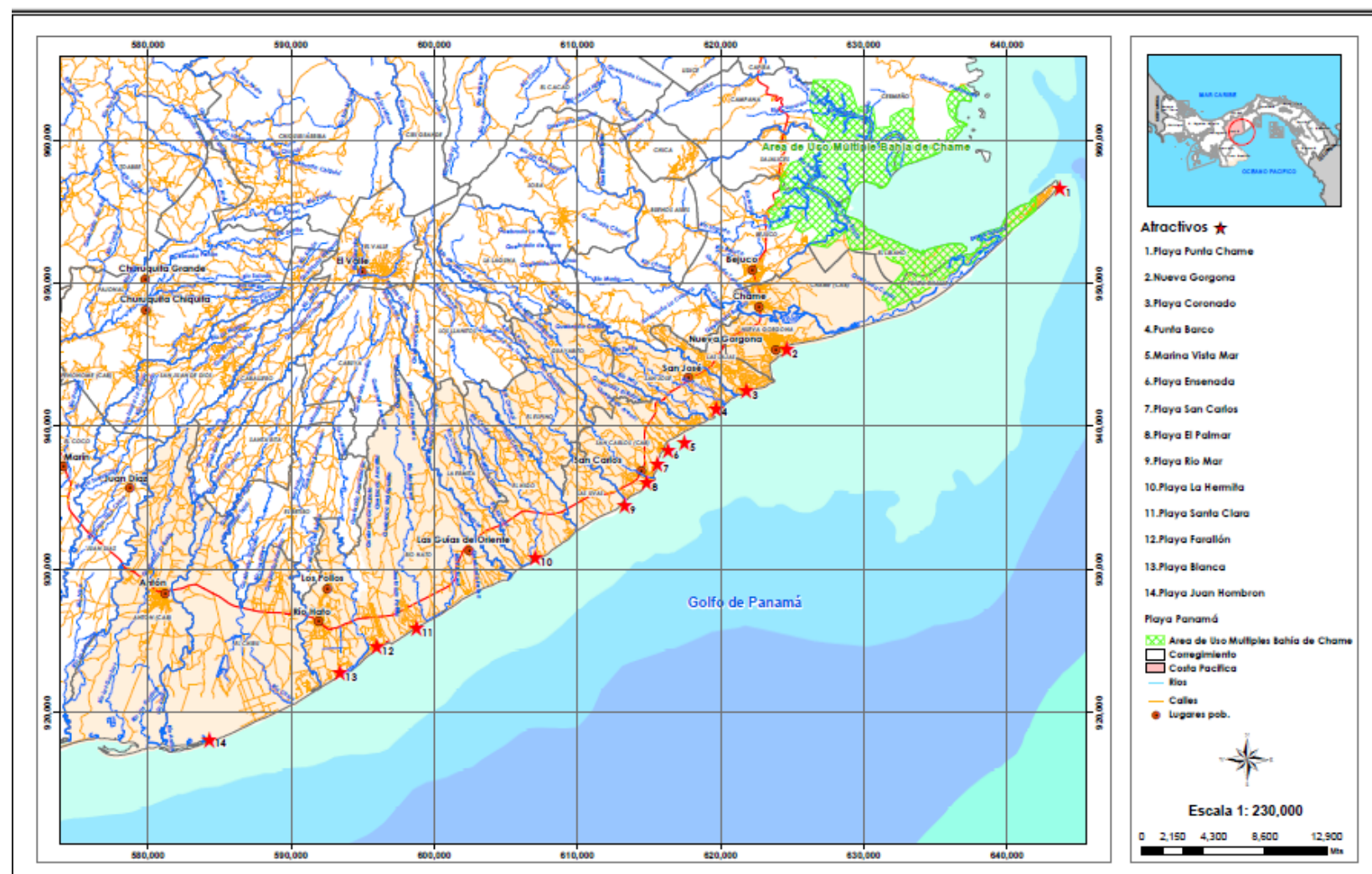
META 4. TURISMO UNA POLÍTICA DE ESTADO

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 Riviera Pacífica

MAPA DE ATRACTIVOS RIVIERA PACÍFICA



7.PLANIFICACIÓN 2020-2025 PARA RIVIERA PACÍFICA

ESTRATEGIA	ACCIÓN	Proyectos	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Responsable
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
		Sensibilización turística a población general							ATP
		Sensibilización turística a población en destinos turísticos prioritarios							ATP; Cámaras y gremios locales; Municipio
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 (Ruta del Folklore) y Guías especializados (agroturismo)							ATP; Entid. Formativas; INADEH
		Capacitación sobre desarrollo de producto y gestión turística a comunidades indígenas y afro							ATP; Entid. Formativas; INADEH
		Capacitación en observación de aves (Valle de Antón)							ATP; Entid. Formativas; INADEH
		Capacitaciones específicas según productos turísticos (ecoturismo,							ATP; Entid. Formativas; INADEH

ESTRATEGIA	ACCIÓN	Proyectos	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Responsable
		aventura, cultural, científico, náutico, sol y playa)							
		Programa de formador de formadores en servicios y actividades turísticas							ATP; Entid. Formativas; INADEH
		Capacitación en iniciativas de gastronomía local orientada al turismo							ATP; Entid. Formativas; INADEH
		Capacitación en valoración del patrimonio cultural y 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 Municipios							Entid. Formativas, INADEH
2.2. Desarrollo y diversificación de la oferta	2.2.1. Plan de seguridad turística	Definición de un “Plan de seguridad turística” para cada destino prioritario							ATP; Policía Turística
		Implementación de los protocolos de Bioseguridad para prestadores de servicios turísticos							ATP; Gremios y Cámaras
	2.2.2. Desarrollo y diversificación de rutas turísticas	Diseño e implementación de la Ruta del Folklore							ATP; Cámaras locales
		Acompañamiento para el desarrollo del turismo comunitario en La Pintada, El Cope y Farallón							ATP; Cámaras locales
		Desarrollo de contenidos para la narrativa de los productos identificados							ATP
		Potenciar el turismo científico y Cultural en Parque arqueológico El Caño							ATP; Cámaras locales; Municipio; MiCultura
	Programa de turismo verde en Áreas Protegidas	Revisión e implementación de los planes de manejo y uso público de PNGD Omar Torrijos y Reserva Natural Cerro Gaital							ATP; MiAmbiente

Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible de Panamá
Actualización 2020-2025



ESTRATEGIA	ACCIÓN	Proyectos	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Responsable
		emprendimiento							
		Líneas de ayuda específica a micro-empresarios							ATP; AMPYME
2.4. Mejora de infraestructuras	2.4.1. Mejora de señalización turística	Plan de señalización turística por destino							ATP
		Mejoras de paraderos fotográficos propios de ATP (reubicación y mantenimiento)							ATP; Municipio
		Elaboración de mapas para colocar en sitios emblemáticos							ATP; Municipio
	2.4.2. Instalación y mantenimiento de infraestructuras turísticas	Dotación de infografía relacionada con el patrimonio natural y cultural							ATP
	2.4.3. Mejora de espacios públicos para uso turístico	Mejora de espacios públicos en destinos turísticos prioritarios							ATP Municipio MOP
		Plan de mejora visual de destinos con aportaciones de comunidades y artistas locales							ATP Municipio
		Culminación de los trabajos de la Ciclovía en el Valle							ATP; MOP; 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
		Estudios de oferta							ATP
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
	2.8.2. Incentivos para empresas sostenibles	Auditoría de proyectos y evaluación de mejoras en sostenibilidad							ATP
		Incentivos para inversión en proyectos sostenibles							ATP; MEF; MiAmbiente
3.1. Apoyo a los gremios y autoridades locales	3.1.1. Fortalecimiento de instancias locales público privadas de	Creación del Comité de Gestión de Destino, Capítulo Riviera Pacífica							ATP; Municipio; Gremios y Cámaras Locales; Patronatos

Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible de Panamá
Actualización 2020-2025



ESTRATEGIA	ACCIÓN	Proyectos	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Responsable
	coordinación turística								
		Creación del Consejo Consultivo Provincial, Capítulo Coclé							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 Riviera Pacífica.							ATP
		Planes de gestión turística para destinos prioritarios, Capítulo Riviera Pacífica							ATP; Municipios
		Desarrollo e implementación de Planes de uso público para las áreas protegidas							ATP; MiAmbiente
		Revisión de las regulaciones costeras para uso público y construcción en los destinos turísticos							ATP; MiAmbiente; AMP
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 Riviera Pacífica							ATP; Gremios y Cámaras profesionales