

La promoción turística panameña en el Atlántico y el Caribe

Panamanian tourism promotion in the Atlantic and the Caribbean

Ricardo Ortiz

Universidad de Panamá, erikyantony2001@gmail.com

Resumen

El Caribe es un espacio con valor geoestratégico, es una de las más importantes rutas de tipo comercial, por la riqueza natural de sus costas, hoy en día se ha desarrollado mirando hacia el turismo como una alternativa para obtener ingresos de los visitantes que diario llegan a los países que son bañados por estas aguas, es importante mejorar y mantener la popularidad que tienen los países frente a los millones de viajeros que optan por viajar a esta zona. El objetivo de este artículo es explicar los efectos que tiene la utilización del concepto Atlántico o Caribe en la promoción de producto turístico panameño. En este documento se presentan datos y conceptos del turismo mundial, la conceptualización de Promoción Turística y la Marca, se hace una aproximación en la delimitación geográfica de El Caribe, se concibe una representación icónica de Océano Atlántico y de El Caribe para los turistas. Este escrito muestra la realidad del turismo en la Costa de El Caribe Panameño y presenta un análisis sobre los efectos que produce el uso del concepto Atlántico o Caribe en la promoción del producto turismo panameño. Como parte de esta investigación se tomó en cuenta un universo caracterizado por personas no vinculadas al turismo y a los cuales se les aplicó una encuesta que se basa en una escala psicométrica, en este caso la escala de Likert. La muestra seleccionada corresponde a 10 personas, estudiantes de la Universidad de Panamá de carreras no vinculadas a turismo, del turno matutino, de último año de carrera.

Palabras clave: Promoción turística, zonas costeras, Atlántico, El Caribe, turismo en Panamá.

Abstract

The Caribbean is a space with geostrategic value, it is one of the most important commercial routes, due to the natural richness of its coasts, nowadays it has been developed looking towards tourism as an alternative to obtain income from the daily visitors. To the countries that are bathed by these waters, it is important to improve and maintain the popularity that countries have in front of the millions of travelers that choose to travel to this area. The objective of this article is to explain the effects of the use of the Atlantic or Caribbean concept in the promotion of Panamanian tourism product. This document presents data and concepts of world tourism, the conceptualization of Tourism Promotion and the Brand, an approximation is made in the geographical delimitation of the Caribbean, an iconic representation of the Atlantic Ocean and the Caribbean for tourists is conceived. This paper shows the reality of tourism in the Panamanian Caribbean Coast and presents an analysis of the effects produced by the use of the Atlantic or Caribbean concept in the promotion of the Panamanian tourism product. As part of this research, a universe characterized by people not linked to tourism was taken into account and to which a survey was applied based on a psychometric scale, in this case the Likert scale. The selected sample corresponds to 10 people, students of the University of Panama of careers not linked to tourism, of the morning shift, of last year of career.

Keywords: Tourism promotion, coastal zones, Atlantic, Caribbean, tourism in Panama.

INTRODUCCIÓN

El Caribe es un espacio con valor geoestratégico, es una de las más importantes rutas de tipo comercial, por la riqueza natural de sus costas, hoy en día se ha desarrollado mirando hacia el turismo como una alternativa para obtener ingresos de los visitantes que diario llegan a los países que son bañados por estas aguas, es importante mejorar y mantener la popularidad que tienen los países frente a los millones de viajeros que optan por viajar a esta zona. El objetivo de este artículo es explicar los efectos que tiene la utilización del concepto Atlántico o Caribe en la promoción de producto turístico panameño. En este documento se presentan datos y conceptos del turismo mundial, la conceptualización de Promoción Turística y la Marca, se hace una aproximación en la delimitación geográfica de El Caribe, se concibe una representación icónica de Océano Atlántico y de El Caribe para los turistas. Este escrito muestra la realidad del turismo en la Costa de El Caribe Panameño y presenta un análisis sobre los efectos que produce el uso del concepto Atlántico o Caribe en la promoción del producto turismo panameño. Como parte de esta investigación se tomó en cuenta un universo caracterizado por personas no vinculadas al turismo y a los cuales se les aplicó una encuesta que se basa en una escala psicométrica, en este caso la escala de Likert. La muestra seleccionada corresponde a 10 personas, estudiantes de la Universidad de Panamá de carreras no vinculadas a turismo, del turno matutino, de último año de carrera.

CONTENIDO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2015 definió el concepto de turismo así: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas;

residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como lo indica la Organización Mundial del Turismo (UNWOT, 2018) el turismo es uno de los sectores económicos que mayor dinamismo ha tenido. Las llegadas de turistas internacionales registraron un notable aumento del 7% en 2017 hasta alcanzar un total de 1.322 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial UNWTO (15 de enero de 2018), las llegadas de turistas superaron los 1235 millones de llegadas de turistas que se registraron en 2016 a nivel mundial.

La OMT identificó tendencias de cambio en las aptitudes turísticas. El mercado está dando crecientes oportunidades a nuevos destinos nacionales y destinos emergentes dentro de cada región; y la mayoría de los turistas permanecen dentro de su propia región. El fraccionamiento de las vacaciones, la complejidad de las necesidades de los turistas y la mejora en las condiciones que impulsan el desarrollo del turismo, favorecen el proceso de cambio.

En este sentido el turismo está condicionado por una serie de instrumentos externos generados en su entorno, que regulan la dinámica ambiental, social, cultural y económica, entre estos las políticas de desarrollo mundiales que responden a los grandes movimientos que se generan el mundo por los viajeros de los países emisores de turistas y que obligan a los países rectores a mejorar su oferta de servicios y su infraestructura para la atención de estos viajeros, que se suponen producirán derramas importantes en las economías de los países anfitriones. Luego a nivel de países por los planes de desarrollo regionales, provinciales y locales que dependen en gran medida de los gobiernos de turnos, pero que a su vez dependen de las regulaciones o normas ambientales, políticas, comerciales y por si fuera poco de las realidades sociales, geográficas, históricas, empresariales y la cultura general de los habitantes de las regiones beneficiadas.

El sector turístico interactúa con elementos económicos, culturales, sociales y ambientales que deben ser tomados en cuenta. Esto nos lleva por un camino difícil y muy complicado a la hora de pensar en el desarrollo turístico más apropiado para cada región y además que esto repercuta de manera positiva en la economía de los países.

En cuanto, a la conceptualización de Promoción Turística y la Marca: Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2015) citan a Campo & Álvarez (2013) “los países cada año gastan enormes sumas de dinero en actividades de marketing con el fin de promocionarse y promocionar sus destinos turísticos. Especialmente con el propósito de comunicar al sector de los viajes y a los turistas potenciales acerca de los atractivos del país. Para ello, los gobiernos y otras organizaciones de gestión de destinos visitan las ferias internacionales de turismo, utilizan folletos turísticos informativos impresos y llevan a cabo campañas de comunicación en diferentes medios de comunicación (periódicos, televisión e Internet, etc.)”. Este mismo autor también cita a (Hopkins, 1998: 66, citado por Giles et al. (2013). en cuanto a la promoción de destino, se define como “el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo”.

Echeverri, L. M., Estay-Niculcar, C. A., & Rosker, E. (2012). Nos explica que “La construcción de una imagen país requiere del diseño de herramientas de comunicación efectivas que permitan fortalecer las relaciones internacionales en sectores como el turismo, la inversión, las exportaciones, y auspiciar encuentros oficiales entre Estados, la proyección nacional, la estandarización de los símbolos patrios y la promoción de conciencia ciudadana”.

Este autor también cita a Cabrera (2010: 13) y menciona que: La marca debe ser una herramienta de conquista de mercados y actitudes hacia un país. Ayuda a reforzar la manera en que el mundo percibe a los ciudadanos, instituciones y productos de ese territorio geográfico a través de atributos positivos. También puede aglutinar el sentimiento de pertenencia a lo interno, de modo que podamos encaminarnos hacia el objetivo común, o mejor, nuestro bien común: el proyecto de nación anhelado.

Otros elementos que no ayudan en la conceptualización y delimitación geográfica de El Caribe son los siguientes: El turismo moderno se caracteriza por una continua tendencia a visitar nuevos destinos, lo que ha impulsado la diversificación del producto turístico, y la creciente competencia entre los destinos. Durante años, el turismo se caracterizó por su concentración en áreas litorales, sobre todo en el denominado Caribe y en lugares en donde existen cursos de agua, específicamente durante verano, para descanso y recreación.

Palafox-Muñoz, A., Aguilar-Aguilar, A., & Escalera-Briceño, A. (2014). Cita a (DACHARY y ARNAIZ, 1998). Quienes afirman que “El mar Caribe con sus islas y su área continental conforman la zona conocida como cuenca del Caribe, es una vasta extensión que une a los dos extremos del continente americano, en esta región fue el asentamiento de importantes pueblos en la época prehispánica como los mayas, los arawacos y los caribes entre otros. También citan a (MOLINA y PEDRAZA, 2010) señalan sobre el turismo que “Esta actividad económica es de importancia en la región por las atribuciones que ésta tiene como promotora del desarrollo. En la actualidad, es una de las regiones económicamente y políticamente más importantes del mundo, es uno de los paraísos turísticos y fiscales del orbe”.

Cruse R., Saffache P. (2013). En su escrito "¿QUÉ ES EL CARIBE?" cita (Laserre, 1974) quien dice “El Caribe, se define generalmente como una entidad espacial

propia, en particular como una región. Su interés en definirla de tal modo, radica en su importancia cultural, pero también política, y ambiental” basado en esta afirmación Cruse nos dice que, “son muchas las diferentes definiciones que existen sobre el Caribe como región. Ellas dependen del tono, del matiz y del enfoque que se use para definir la región. Lo que está claro que todas las definiciones de una u otra forma asumen el concepto de región para la definición del Caribe como entidad”.

Otro autor como le es Corticelli, M. R. (2006). Cita a Benítez Rojo (1998: 24), quien “describió al Caribe como el producto de una “máquina”, creada por Cristóbal Colón, mejorada por Pedro Menéndez de Avilés y perfeccionada por los plantadores de azúcar. Esta máquina, afirma creó el Caribe, porque produjo... no menos de diez millones de esclavos africanos y centenares de miles de coolíes provenientes de la India, de la China, de la Malasia... (ayudó) a producir capitalismo mercantil y capitalismo industrial..., subdesarrollo africano..., población caribeña...; (y) produjo guerras imperialistas, bloques coloniales, rebeliones, represiones, sugar islands, palenques de cimarrones, banana republics, intervenciones, bases aeronavales, dictaduras, ocupaciones militares, revoluciones de toda suerte e, incluso, un “estado libre asociado” junto a un estado socialista no libre.

En torno a este tema, Arévalos, E. B. (2006) señala que “Todas las definiciones..., tanto las que defienden la existencia de un Caribe único, como las que plantean la necesidad de reconocer varios Caribes coexistiendo uno junto al otro, están estrechamente vinculadas con una zona geográfica estructurada en torno a las islas del Caribe. Este autor cita Sheller (2000) quien afirma que “el Caribe es a menudo definido como la agrupación de islas compuesta por las Antillas Mayores, las Antillas Menores y las Bahamas, además de ciertas zonas costeras de América del Sur y Centroamérica que comparten una relación histórica y cultural caracterizada por la existencia de sociedades de plantaciones (por ejemplo, Surinam, Guayana, Belice)

... Sin embargo, en lugar de una definición geográfica o histórico-cultural, prefiero... pensar el Caribe como un efecto, una fantasía, un conjunto de prácticas, y un contexto". Igualmente, el mismo autor afirma que "No existe un acuerdo general en torno a cómo definir el Caribe. Dos tendencias principales caracterizan la literatura sobre el tema: una definición restrictiva que sólo entiende al Caribe como la cadena de islas conformada por las Antillas Menores y Mayores y una interpretación amplia que incluye a todos los países con costas en el Mar Caribe. Además, existe una tendencia, mucho más reciente, que intenta liberarse de la geografía para definir al Caribe como un ente imaginado sin fronteras físicas determinadas".

Carlos Pérez Morales (2016), *La Estrella de Panamá* nos explica que "Con frecuencia llamamos el Caribe, como si solo se tratara del Caribe Isleño o Insular. Esta región comprende las Antillas Mayores y las Antillas Menores. Hace algunas décadas que esta noción cambió para incluir todos aquellos países cuya(s) costa(s) sean bañadas por el Mar Caribe. Esta región es lo que conocemos como Gran Caribe. Incluye a México y los países centroamericanos con costas en el Caribe, desde Guatemala hasta Panamá. También incluye a países continentales como Colombia y Venezuela, Guyana, Surinam y la Guyana Francesa, algunos estudiosos incluyen el noreste de Brasil como zona caribeña".

De acuerdo al Ministerio de Ambiente y Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el Atlas Ambiental de la República de Panamá 2010, "la República de Panamá está ubicada en la zona intertropical próxima al Ecuador terrestre en el Hemisferio Noroccidental, entre las coordenadas 7°12'08" (en la isla Jicarita al sur de Coiba, provincia de Veraguas) y 9°38'46" de latitud norte (en la isla Tambor, frente a la costa de la provincia de Colón), 77°09'24" (en el hito 10-Alto Limón, en el límite de la República de Panamá con la República de Colombia) y 83°03'07" de longitud oeste (hito auxiliar 60 situado en el límite de Panamá con la República de Costa Rica).

Panamá limita al Norte con el mar Caribe, al Sur con el océano Pacífico, al Este con la República de Colombia, y al Oeste con la República de Costa Rica”.

Para los turistas en general, la Representación icónica del Océano Atlántico representa grandes distancias, lo que desde los inicios del descubrimiento de América implicó cruzar durante muchos días y meses la distancia necesaria para encontrar tierra por el navegante más famoso Cristóbal Colon, representa las profundidades oceánicas más abismales que existen en la tierra, las grandes tempestades y huracanes que se generan en esta zona cada año y que afecta a una gran cantidad de personas, sitio de grandes desastres racionados con barcos como lo fue el Celebre Titanic y toda la historia que se tejió en torno a él, lugar lejano, aguas turbias de muy poca visibilidad y muy frías, grandes y peligrosas olas que podrían amedrentar al mejor de los marinos, miedo para aquellos que no han tenido la experiencia a bordo de una embarcación, lugar poco habitado, se percibe como un tránsito retador para los aventureros más experimentados, por las condiciones de extrema exigencia que ofrece, ya sea al viajar en veleros, aviones pequeños u otros medios de transporte, no se le asocia con las principales rutas turísticas de navegación en cruceros y solo se ofrecen cuando se hacen cambios posicionales para ir a otras rutas en otro continente lo que implica ir de un puerto a otro.

Por otro lado, para los turistas la representación icónica de El Caribe implica entre otras cosas el contagioso ritmo del calipso, el soca, el reggae, nos recuerda a Bob Marley y su grandes éxitos que lo inmortalizaron en la música, nos trae la mente las seductoras formas de las frutas tropicales, incluyendo las pipas o cocos tan refrescantes para todo aquel que esté sediento, sus transparentes aguas y característico color turquesa que nos permiten ver bajo sus aguas a muchos metros de profundidad, la sonrisa perlada de un niño afrodescendiente, mujeres hermosas de figuras esculturales y piel de ébano, hermosas playas de arenas blancas tan suaves que invitan a descansar eternamente en ellas, la brisa del mar que nos

arropa y nos produce un sueño casi inmediato, una gastronomía caracterizada por los productos del mar o mariscos, una fiesta interminable conociendo personas alegres y excelentes anfitriones, un lugar idílico para pasar nuestras vacaciones soñadas en compañía de nuestras familias y amigos, paz y sosiego a todos tus problemas, que se puede navegar por aguas casi inmóviles y poco profundas, desconectarse del mundo abandonándose en sus casi vírgenes y escondidos lugares son algunas de las imágenes que inspiran El Caribe.

De lo anterior podríamos extraer algunas situaciones que tienen relación con el Turismo en la Costa de El Caribe Panameña y que se describen a continuación: En el caso de Panamá hacia la vertiente del Atlántico (Caribe) están localizadas la provincia de Colón, con la capital de la provincia del mismo nombre y segunda ciudad del país y la provincia de Bocas del Toro y Veraguas. El límite natural de Panamá en el Caribe es una línea recta que va de la desembocadura del río Sixaola hasta un punto en el mar donde se intersecan los límites marinos de Costa Rica, Panamá y Colombia.

La ciudad de Colón fue fundada en el Siglo XIX. Se encuentra localizada en el litoral norte de Panamá y originalmente se llamó Aspinwall. La fundación de esta ciudad caribeña tuvo que ver con la construcción del ferrocarril transoceánico durante los años 1850-1855. La importancia que tiene la ciudad de Colón para Panamá, es que además de ser la entrada y salida del Canal de Panamá hacia el Caribe y Atlántico, esta ciudad posee una Zona Franca. Colón es el principal puerto para el tráfico de casi toda la mercancía de importación y reexportación del país.

Esta zona está constituida por habitantes que tienen su origen en África, desde donde fueron traídos como esclavos, aunque hay presencia de ellos en otros sitios de la República, es en esta provincia donde la mayoría se localiza, en la parte

cultural la posee la mayoría de los practicantes de la cultura Congo, la música y bailes de Congo se caracterizan por ser instrumentos de protestas contra la esclavitud. Los africanos dejaron como legado los bailes Congos. En éstos predomina la seducción y sensualidad entre el hombre y la mujer.

La provincia de Bocas del Toro está localizada al noreste del país. Una serie de islas caribeñas son parte de ella: Isla Bastimento, Isla Colón (principal), Isla Popa, Isla de San Cristóbal, Isla Cayo Agua, Isla Solarte e Isla Carenero. Desde un punto de vista turístico, la Provincia de Bocas del Toro se identifica con el Archipiélago del mismo nombre sin perjuicio de reconocer que en la zona continental y en el litoral se cuenta con importantes recursos naturales y culturales, actualmente desaprovechados. La oferta turística se ha desarrollado de forma espontánea en las últimas décadas, mostrando una concentración de los establecimientos de alojamiento y actividades en la ciudad de Bocas del Toro y la Isla Bastimentos, que se ubica a una breve distancia en lancha de la ciudad. El crecimiento de la oferta en el Archipiélago y, debido al paso del flujo turístico, procedente de Costa Rica, se ha producido un cierto desarrollo turístico en localidades de paso: la ciudad de Changuinola y Almirante.

Su economía incluye el turismo, la pesca y la agricultura. Su población se considera como criolla, afroantillana y muy amable. Aunque en Panamá la lengua oficial es el español, aquí predomina el dialecto Guari-Guari, que es una mezcla de español, inglés y el idioma Ngäbere hablado por los indígenas Ngäbe Buglé. La cultura de Bocas del Toro y sus habitantes es de origen afrocaribeño e indígena, al igual que muchas zonas costeras del Caribe de Centroamérica.

Esta zona es muy visitada en los últimos años por su gran desarrollo turístico comparable con las zonas turísticas más importantes en el mundo ya que poseen

una combinación perfecta de naturaleza, autenticidad, gastronomía e infraestructuras para la atención de turistas.

En el Caribe panameño se encuentra también la Comarca Autónoma de Guna Yala llamada también San Blas. La Comarca posee un área de 2306 km². Consiste en una franja estrecha de tierra de 373 km. de largo en la costa noreste del Caribe panameño, bordeando la provincia de Darién y Colombia. Un archipiélago de 365 islas rodea la costa, de las cuales 36 están habitadas. En la Comarca, las actividades principales son el turismo, la pesca, las artesanías y la agricultura en menor escala. Los Gunas son una etnia muy avanzada y entre sus habitantes hay profesionales educados en la Ciudad de Panamá y en el exterior. Tienen una cultura propia y un lenguaje común. La pérdida de las tierras costeras es común en las islas de la Comarca Guna. Esto se debe principalmente al aumento del nivel del mar producido por el cambio climático.

Además, y no menos importante la provincia de Veraguas que tiene costas en el Caribe, caracterizada por los pocos caminos de penetración o acceso, paraísos aún por descubrir, ruta de narcotráfico precisamente por lo inhóspito de esta zona, pero que guarda maravillosos secretos.

El Caribe panameño ofrece en sus 1280 kms de costa aproximadamente, una diversa gama cultural, lingüística y belleza natural que todos debemos conocer, cada zona con atractivos y recursos parecidos, pero con muchas diferencias en el contexto del desarrollo de turismo local, los servicios que se ofrecen por las empresas de servicios turísticos e igualmente la calidad con la que se ofrecen estos servicios.

Al realizar el Análisis sobre los efectos que produce el uso del concepto Atlántico o Caribe en la promoción del producto turismo panameño, a menudo, mientras los guías de turistas conducen a sus grupos en los autobuses o en los sitios turísticos se escucha contar el chiste que dice: sabían ustedes que Panamá es el único país de

El Caribe que tiene dos mares, el mar Caribe y el Mar del Sur (Océano Pacífico). Nunca falla, es una técnica muy empleada para provocar la curiosidad en las personas e iniciar ese proceso de preguntas y respuestas tan anhelado por quienes guían a viajeros deseosos de conocimiento.

¿Qué dicen los medios de comunicación en Panamá al referirse a las costas al norte del país? En los medios de comunicación impresos, radiales y escritos es común escuchar a los periodistas o comunicadores sociales referirse con frases como Costa Atlántica, aguas del Atlántico, riveras del Atlántico, el Atlántico panameño sin tomar en cuenta lo que nuestro libros de geografía nos enseñan en cuanto a los límites geográficos de Panamá y que claramente indican que hacia el norte nuestro límite es el Mar Caribe, este hecho demuestra que nuestra cultura en general y el consciente colectivo de nuestra nación no está sintonizado con la realidad geográfica de nuestro país.

“La conquista del Atlántico” es un artículo publicado en el Periódico la Prensa en su sección Panorama del 11 de diciembre de 2017, en él se muestra a través de una publicación cronológica la radiografía sobre la costa atlántica panameña que pone en tela de juicio cuál es el tipo de desarrollo que queremos. Esta se constituye de una serie de historias magistralmente interpretadas por el periodista Guido Bilbao y con el auspicio del Pulitzer Center.

El periódico La Estrella de Panamá publica el 6 de enero de 2018 en su sección Panamá/Nacional la noticia “FTC coordina asistencia para afectados por las lluvias en las costas de Colón” en ella se lee lo siguiente:” Tras las lluvias generadas por el frente frío sobre la costa atlántica ayer alrededor de 272 familias de Costa Arriba y Costa Abajo de Colón resultaron afectadas por el desborde del río Indio en las comunidades de Icacal, Río Indio, Salud, Achiote, Palmas Bellas, Pueblo Viejo y

Gobea en Costa Abajo, mientras que en Nombre de Dios, José del Mar, San Antonio en la Costa Arriba, el río Cascajal afectó a varias personas”.

El periódico Día a Día el 24 de julio de 2017 en su sección El país titula la siguiente noticia “Tromba marina pasa sin dejar daños en la Costa Atlántica”. En esta redacción se puede leer lo siguiente. “Una tromba marina fue observada la mañana de hoy 24 de julio en la provincia de Colón. El fenómeno natural se apreció en el sector de las esclusas de Gatún. Muchas personas lograron observar la forma de cono, pero se esparció rápidamente”.

En el Portal Web del canal de Televisión Telemetro del 5 de noviembre de 2017 se lee el título de la noticia “Colón conmemora la consolidación de la separación de Panamá de Colombia” y en un extracto de la noticia dice lo siguiente “Varela llegó a la Costa Atlántica acompañado del defensa de la selección nacional, Román Torres”.

Andrés L. Guillén (2017), en el periódico La Prensa, nos dice que “El centro de convenciones ATLAPA panameño se construyó entre 1976-1980 durante el apogeo del régimen militar torrijista, como “la obra de mayor trascendencia para el porvenir turístico de Panamá, centro obligado de reuniones internacionales”, traslapando las administraciones presidenciales de Demetrio Lakas y Aristides Royo, quien le tocó inaugurarlo”. Cabe señalar con respecto a esta noticia que el origen del nombre del centro de convenciones se da por la unión de Atlántico y Pacífico, hecho que desconoce claramente nuestros límites territoriales, ya que no tenemos frontera con el Océano Atlántico sino más bien con el Mar Caribe.

En términos ambientales, El Caribe panameño cuenta con muchos ecosistemas, parques nacionales como PNM Isla Bastimentos, Portobelo, Humedal de Importancia Internacional San San Ponk Sak, paisajes protegido como El escudo de Veraguas, San Lorenzo, la iniciativa denominada Corredor Biológico

mesoamericano, archipiélagos y recursos culturales, gastronómicos, que permiten la práctica de actividades recreativas, deportivas y todo tipo de turismo alternativo que no produzca impactos en los atractivos naturales presentes en la zona de El Caribe.

DECRETO LEY No.4. (de 27 de febrero de 2008) que crea Autoridad del Turismo de Panamá (ATP) en su Artículo 5 acerca de las Funciones señala que esta autoridad debe:

- Formular e implementar las estrategias de mercadeo y divulgación de las actividades turísticas a nivel nacional e internacional.
- Coordinar, con la empresa privada o las instituciones estatales pertinentes, la ejecución de las políticas y estrategias de turismo, de conformidad con los planes maestros de turismo.

Además, aparece en su sitio oficial atp.gob.pa entre sus objetivos estratégicos el siguiente:

- Incentivar la imagen de Panamá a nivel Internacional a fin de crear una identidad adecuada para la inversión turística global.

Con relación al párrafo anterior existe un desfase en las tareas funciones y objetivos estratégicos de la ATP, ya que en términos generales en el país aún se percibe la falta de cultura turística y en el tema que nos atañe una percepción clara de la importancia que tiene vincularnos con la iconografía que representa El Caribe y los beneficios que esto pudiera traernos, siendo que la ATP es el organismo competente para llamar la atención en función de que nuestra marca país y todos los esfuerzos estén dirigidos a captar a un público que puede ser seducido por nuestras costas en el sector caribeño, llama poderosamente la atención que teniendo los recursos a nuestro alcance, los estemos desaprovechando, sin que forme parte de las estrategias de la promoción internacional utilizadas en la campaña publicitaria que se adelantan en los medios de comunicación.

Otro elemento importante que debemos resaltar es que las compañías navieras más importantes ofrecen como una de sus rutas de cruceros el área de El Caribe, debido a las múltiples bondades que ofrece a los viajeros, los paquetes turísticos que más se venden en el mundo relacionados turismo de sol y playa son aquellas que incluyen a El Caribe, los mejores lugares para el buceo definitivamente están en El Caribe y por la tranquilidad de su clima El Caribe es considerado como una de las elecciones más obvias al buscar un destino turístico.

Si analizamos las cifras que nos presenta la Organización Mundial del Turismo en su Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017, con respecto a las llegadas e ingresos por los turistas a los diferentes países en 2016, esta organización separa y determina cuáles son los países que pertenecen o no a El Caribe, para los efectos de este artículo, si tomamos en cuenta a todos aquellos territorios que son bañados por las aguas de El Caribe, basado en las afirmaciones presentadas por diferentes autores, se desprende el cuadro adjunto que incluye a todos los países bañados por estas aguas y en donde podemos notar que con respecto a la llegada de turistas y los ingresos por el turismo las Antillas Menores y Mayores reflejan números más abundantes. Estos países son exitosos en El Caribe por la clara definición en torno a su producto turístico y así lo muestran las estadísticas de visitantes en comparación con Panamá y otros países.

PAÍSES DEDICADOS AL TURISMO, CON COSTAS EN EL MAR CARIBE

AÑO 2016	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL
El Caribe	24,129,000	24,746,000,000
Anguila	79,000	B/.130,000,000.00
Antigua y Barbuda	265,000	B/.332,000,000.00
Aruba	1,102,000	B/.1,631,000,000.00
Bahamas	1,482,000	B/.2,591,000,000.00
Barbados	625,000	B/.1,038,000,000.00
Bermudas	244,000	-----
Cuba	3,968,000	B/.2,907,000,000.00
Curasao	441,000	B/.573,000,000.00
Dominica	78,000	B/.132,000,000.00
Granada	135,000	B/.149,000,000.00
Guadalupe	580,000	-----
Haití	-----	B/.504,000,000.00
Islas Vírgenes Británicas	408,000	-----
Islas Vírgenes de EE.UU.	-----	-----
Islas Caimán	385,000	-----
Islas Turcas y Caicos	454,000	-----
Jamaica	2,182,000	B/.2,539,000,000.00
Martinica	519,000	-----
Montserrat	9,000	B/.9,000,000.00
Puerto Rico	3,736,000	B/.3,985,000,000.00
Rep. Dominicana	5,959,000	B/.6,723,000,000.00
Saint Kitts y Nevis	114,000	B/.141,000,000.00
San Martín	528,000	B/.857,000,000.00
San Vicente	79,000	B/.101,000,000.00
Santa Lucía	348,000	B/.404,000,000.00
Trinidad y Tobago	409,000	-----
América Central	9,315,000	11,676,000,000
Belice	386,000	B/.391,000,000.00
Costa Rica	2,925,000	B/.3,879,000,000.00
Guatemala	1,585,000	B/.1,550,000,000.00
Honduras	908,000	B/.686,000,000.00
Nicaragua	1,504,000	B/.642,000,000.00
Panamá	2,007,000	B/.4,528,000,000.00
América del Sur	10,387,000	10,861,000,000
Brasil	6,578,000	B/.6,024,000,000.00
Colombia	3,317,000	B/.4,773,000,000.00
Guyana	235,000	-----
Guyana Francesa	-----	-----
Suriname	257,000	B/.64,000,000.00
Venezuela	-----	-----

Fuente: Elaboración Propia, a partir del informe Panorama OMT del turismo internacional Edición 2017, <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419043> - Tuesday, February 27, 2018 1:31:44 PM - IP Address:186.148.99.102

Este documento hace un abordaje sobre la temática del desarrollo turístico de las zonas costeras de Panamá y los efectos que tiene la utilización del concepto Atlántico o Caribe en la promoción de producto turístico panameño, en el mismo se hace una delimitación geográfica de El Caribe tomando en cuenta que el turismo moderno se caracteriza por una continua tendencia a visitar nuevos destinos, lo que ha impulsado la diversificación del producto turístico, y la creciente competencia entre los destinos. Esta investigación intenta explicar cuáles pueden ser estos efectos y que implicaría vincularnos como parte de El Caribe; al imaginario de los turistas y las ofertas turísticas que son promovidas en sus países de origen.

En la actualidad, los turistas centran su interés en los destinos litorales y en particular aquellos que se encuentran ubicados en los destinos más icónicos. Se observa que existe dificultad entre los panameños para diferenciar entre el Océano Atlántico y el Mar Caribe y cómo esto incide en la percepción que tienen los visitantes y las tendencias actuales de la demanda turística que busca visitar las zonas caribeñas. Desde esta perspectiva, se selecciona el concepto Atlántico o Caribe y la promoción de producto turístico panameño y sus efectos; como eje central de esta investigación. Se investiga los efectos que tiene la utilización de estos conceptos y para ello se toman en consideración las características ambientales, aspectos geográficos, ecosistemas, el paisaje y el medio socioeconómico, se aplica un Diseño no experimental, con un enfoque multimodo secuencial cualitativo y cuantitativo, de tipo descriptivo, a nivel proyectivo y con una metodología de análisis deductivo, que permite comprender los hechos a través de la revisión bibliográfica acerca del tema analizado.

Igualmente resulta necesario señalar que se debe desarrollar lo antes posible un proceso de sensibilización acerca de la utilización del concepto El Caribe en la promoción de producto turístico panameño. Se aspira que esta investigación sirva como un documento de base para los distintos actores sociales encargados de la

gestión de destinos turísticos litorales y sus comunidades para la implementación de campañas que muestren las bondades de aceptar y promovernos como parte del conglomerado caribeño, entendiendo que debemos preservar las costas del litoral caribeño en el mejor estado posible ya que presentan características únicas, dado que constituye una zona muy vulnerable a los rigores que producen las prácticas turísticas en sus ecosistemas y comunidades aledañas.

El Caribe panameño ofrece en sus 1287.7 km de costa aproximadamente, una diversa gama cultural, lingüística y belleza natural que todos debemos conocer, cada zona con atractivos y recursos parecidos, pero con muchas diferencias en el contexto del desarrollo de turismo local, los servicios que se ofrecen por las empresas de servicios turísticos e igualmente la calidad con la que se ofrecen, pero que lamentablemente se sigue asociando con el Océano Atlántico y que en términos generales carece de interés para el turismo, los turistas y los países emisores de turistas alrededor del planeta.

Por todo lo expuesto anteriormente podemos afirmar que esta investigación se justifica a partir de la importancia que tiene aprovechar la ubicación geográfica, las características naturales de Panamá en su sector caribeño, la demanda potencial que representa el segmento de mercado interesado en realizar turismo en EL Caribe y cómo podría beneficiar el desarrollo turístico costero y las comunidades del litoral caribeño.

CONCLUSIONES

Las personas en general, no entienden la importancia de utilizar el concepto de El Caribe para referirse a nuestras costas en ese sector, es necesario entonces recuperar los programas de cultura turística que en algún momento se desarrollaron en escuelas y colegios a lo largo y ancho de Panamá, revisar los programas

curriculares de los bachilleratos de turismo y otros, concienciar a los medios de comunicación de su papel en crear una conciencia colectiva de nuestro futuro siempre que demos referencia de El Caribe y no del Atlántico, que nuestras autoridades entiendan que pueden ayudar al país y su desarrollo turístico con solo hacer lo correcto en torno a referirse a El Caribe. Se entiende que quienes conocen acerca de la actividad turística por su vinculación profesional directa o indirecta lo puedan hacer sin mayor problema, entonces debemos sumarnos en esta causa común para crear esta necesidad de ser incorporados a los países de El Caribe con toda propiedad.

Panamá es conocido en el ámbito de los negocios mundiales como un país de servicios dirigidos a la comunidad internacional. Las mayores representaciones de dichos servicios son: El Canal Interoceánico, una de las mayores obras ingenieriles de siglo XX, acorta distancias entre puntos de intercambio del mundo y constituye un puente para el continente americano; La Zona Libre de Colón, a estos negocios se unen los servicios del Ferrocarril interoceánico de carga de contenedores y las terminales portuarias en el Pacífico y el Caribe. Estos sectores económicos se complementan entre sí para apoyar actividades de exportación de bienes y servicios.

La prestación de servicios acaparó por muchos años la atención del gobierno y el sector privado, y se dejó de lado otro sector económico con gran potencial, la industria turística. Por ello, Panamá es un destino turístico virtualmente desconocido, aun entre los segmentos de la población estadounidense que están familiarizados con el Caribe y América Central o aquellos que en nuestra historia han representado un papel importante.

Por la orientación estratégica como centro de conexiones y de negocios internacionales, la infraestructura turística de Panamá fue diseñada básicamente para suplir las necesidades de los viajeros de negocios. Sólo cuando otros países

con atributos parecidos a los de Panamá, empezaron a tener una creciente demanda de turismo recreacional y ecológico, y a generar beneficios por el desarrollo de esta industria; el gobierno nacional y la empresa privada se interesaron en investigar sobre el potencial de Panamá como destino turístico de recreación.

El país cuenta con importantes riquezas naturales. Por ser punto de encuentro entre dos mares y puente terrestres entre las Américas, converge la biodiversidad de Centro y Sur América. Su condición, por siglos, como país de tránsito también lo ha enriquecido con diversos grupos étnicos que han mantenido su singularidad a través de los años, y su legado de patrimonios arquitectónicos. Los grupos étnicos autóctonos con cinco diferentes culturas indígenas, cada una con sus tradiciones y sistemas de vida, las que inmigraron a través de los años como la cultura afroantillana, y europea. En conjunto, estos tres grandes grupos y su interacción forman lo que se conoce como la cultura panameña o un crisol de razas.

En términos generales la región de El Caribe es un espacio con valor geoestratégico, ya que desde la llegada de los navegantes europeos en el proceso de conquista, se convirtió en una de las más importantes rutas de tipo comercial, por la riqueza de las islas de la región, las cuales fueron explotadas y así contribuyeron económicamente a los países colonizadores y que hoy en día se ha desarrollado mirando hacia el turismo como una alternativa para obtener ingresos de los visitantes que diario llegan a los países que son bañados por estas aguas.

Mejorar y mantener la popularidad que tienen los países frente a los millones de viajeros que optan por esta zona llamada el Caribe, implica crear una marca que represente claramente las costumbres, atractivos, idiosincrasia, bondades y posibilidades para el disfrute de unas necesidades vacaciones, debemos estar presentes en el imaginario de las personas que en este momento toman decisiones sobre los destinos que visitarán en los próximos meses o años, esa representación

icónica de una cultura o sociedad que habitan las costas Caribeñas y que garantizan una experiencia en su próxima visita, debe ser norte de los entes encargados de la promoción turística de cada país.

El Caribe es un mar sin fronteras, que toca sin mezquindad o egoísmo a muchos países, parece que en nuestro Panamá nos hemos auto exiliado de sus dominios o cercanía y esto nos ha limitado a acceder al potencial que para el turismo nacional representa. Es evidente que se puede competir con las islas y otros países con costas en el Caribe, al parecer hemos cercenado el futuro del turismo en nuestro país. Está claro que el uso del concepto Caribe para desarrollar el turismo de estas zonas podría producir un empuje adicional al pacífico, en donde hemos concentrado el mayor de los esfuerzos económicos, de infraestructura y promoción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalos, E. B. (2005). La importancia de ser Caribe: reflexiones en torno a un mal chiste. REVISTA DEL OBSERVATORIO DEL CARIBE COLOMBIANO, 11.
- Bercial, R. Á., & Timón, D. A. B. (2005). NUEVAS TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS: MARCOS CONCEPTUALES Y OPERATIVOS PARA SU PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN. Cuadernos de turismo, (15), 27-44.
- Bilbao G. (11 de diciembre de 2017) "La conquista del Atlántico", La Prensa, Recuperado de https://impresa.prensa.com/panorama/conquista-Atlantico_0_4914258628.html
- Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. Estudios y perspectivas en turismo, 24(3), 755-775.
- Cortez, D. (24 de julio de 2017) "Tromba marina pasa sin dejar daños en la Costa Atlántica", Día a Día. Recuperado de <https://www.diaadia.com.pa/el-pais/tromba-marina-pasa-sin-dejar-danos-en-la-costa-atlantica-320928>
- Corticelli, M. R. (2006). El Caribe universal: la obra de Antonio Benítez Rojo. Peter Lang.
- Cruse R., Saffache P. (2013). "¿QUÉ ES EL CARIBE?" in Cruse & Rhiney (Eds.), Caribbean Atlas, Recuperado de <http://www.caribbean-atlas.com/es/temas/que-es-el-Caribe/que-es-el-Caribe.html>.
- DECRETO LEY No.4. (de 27 de febrero de 2008). Modificado por la Ley No. 16 de 2015. Gaceta Oficial 27767 de 24 de abril de 2015. Que crea la Autoridad de Turismo de Panamá y dicta otras disposiciones.
- Echeverri, L. M., Estay-Niculcar, C. A., & Rosker, E. (2012). Estrategias y experiencias en la construcción de marca país en América del sur. Estudios y perspectivas en turismo, 21(2), 288-305.

- Guillén, A. (12 diciembre de 2017) "Atlapa: Centro cultural de las Américas", La Prensa, Recuperado de https://www.prensa.com/opinion/Atlapa-centro-cultural-Americas_0_4915008543.html
- Manzano, A. B. (2014). La comercialización del producto "Turismo Deportivo". *Dimensión Empresarial*, 12(2), 46-58.
- Mateo Rodríguez J. (2013). "¿ Qué es el Caribe ? Hacia una definición geográfica de la región de el Caribe" in Cruse & Rhiney (Eds.), *Caribbean Atlas*, Recuperado de <http://www.caribbean-atlas.com/es/temas/que-es-el-Caribe/que-es-el-Caribe-hacia-una-definicion-geografica-de-la-region-de-el-Caribe.html>.
- Ministerio de Ambiente (MiAmbiente) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID), *Atlas Ambiental de la República de Panamá 2010*, Recuperado de <http://www.miambiente.gob.pa/images/stories/BibliotecaVirtual/mg/AtlasAmbiental.pdf>
- Morales C. (5 de marzo de 2016) "El Caribe panameño". *La Estrella de Panamá*, Recuperado de <http://laestrella.com.pa/opinion/columnistas/caribe-panameno/23925982>
- Núñez O. (5 de noviembre de 2017) "Colón conmemora la consolidación de la separación de Panamá de Colombia", *Telemetro*, Recuperado de http://www.telemetro.com/mesdelapatria/2017/noticias/Actos-protocolares-fiestas-noviembre-Colon_0_1078692272.html
- Organización Mundial del Turismo. (octubre 2017) *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2017*, Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (15 de enero de 2018) *Barómetro OMT del Turismo Mundial, Edición 2017*, Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Palafox-Muñoz, A., Aguilar-Aguilar, A., & Escalera-Briceño, A. (2014). El turismo de cruceros en la región de El Caribe. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 4(2), 40-53.
- Pantojas García, E. (2012). *Turismo y Desarrollo Económico en el Caribe: el auge de las "Industrias del Pecado"*.
- Pérez, Y. (6 de enero de 2018) "FTC coordina asistencia para afectados por las lluvias en las costas de Colón". *La Estrella de Panamá*, Recuperado de <http://laestrella.com.pa/panama/nacional/coordina-asistencia-para-afectados-lluvias-costas-colon/24041894>