



ASOCIACIÓN PANAMEÑA DE EJECUTIVOS DE EMPRESA -APEDE-

FORO TURÍSTICO LOGÍSTICO REDEFINIENDO LA OFERTA TURÍSTICO LOGÍSTICA DE COLÓN Y EL CARIBE

1. PRESENTACIÓN

El Foro de Turístico Logístico Redefiniendo la Oferta Turístico Logística de Colón y el Caribe se celebró el jueves 20 de mayo de 2021, en formato virtual, y contó con la participación de más de 100 personas que se mantuvieron conectadas para conocer sobre la temática.

La actividad fue segmentando en tres partes, en las cuales se contó con excelentes expositores, con conocimientos y experiencias relevantes para ofrecer una visión amplia sobre el diagnóstico de la situación para la provincia, la definición de las líneas de acción, así como la identificación de lo que actualmente se está impulsando y a qué objetivos responde, pero sobre todo mirar con una perspectiva más amplia el futuro.

En ese sentido, se expusieron ampliamente los principales atributos de la provincia de Colón en materia turística, qué planes existen para avanzar en su posicionamiento, de manera sostenible, mostrando la visión desde los sectores público y privado. Con estos fundamentos, se analizaron los elementos claves, oferta, infraestructura, regulaciones, capacidad del recurso humano y conectividad, principalmente, para dar el salto cualitativo y cuantitativo para posicionar a la provincia y su oferta turística, incluyendo la diversificación a lo deportivo, marinas y yates, cultural, religioso, científico, entre otros. De la misma manera, se analizó la actividad logística, a partir de la propuesta de un modelo, de actividades que pueden ser explotadas porque el mercado las demanda, qué se hace desde los sectores público y privado, así como las regulaciones que pueden posicionar a la provincia a partir de los elementos que ya la identifican en materia

logística. El foro cerró con una mirada prospectiva y las buenas noticias de que se cuenta con la definición de una marca para la provincia y la puesta en marcha de las actividades del aeropuerto Enrique A. Jiménez para ofrecer servicios a nivel regional.

2. PROGRAMA



CAPÍTULO DE COLÓN
Y LA COMISIÓN DESARROLLO MARÍTIMO LOGÍSTICO DE PANAMÁ
REDEFINIENDO LA OFERTA TURÍSTICA LOGÍSTICA DE COLÓN Y EL CARIBE
Jueves 20 de mayo de 2021

8:00 a.m.	Palabras de bienvenida por la presidente de APEDE Nacional Elisa Suarez de Gómez
8:05 a.m.	Palabras por la presidente del Capítulo de Colón María Ramos
Panel 1: Turismo como motor de la economía	
8:10 a.m.	Por una reactivación sostenible en Colón - Panamá Héctor López Bandera - Director de la firma Consultoría Turística
8:40 a.m.	Lo que no conoces de Colón, hechos y destinos inéditos para ser descubiertos. Jennifer Ceballos - Tour guide y propietaria de la agencia El Trip de Jenny
8:50 a.m.	Elementos clave para el desarrollo turístico de Colón dentro del Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible, así como las estrategias de promoción a implementar en la etapa Post COVID. Denise Guillén - Subadministradora General de la ATP
9:10 a.m.	Impactos y beneficios sociales: Turismo marítimo e insular. Miguel López Pineiro - Presidente Flamenco Marina y presidente Flamenco Drystack
9:25 a.m.	Preguntas y respuestas. Moderadora: Benita Vega - Socia de APEDE
Panel 2: Pasos claves en el sector Logístico Marítimo	
9:35 a.m.	Por un sector logístico diferente: Singapur como modelo de referencia para Colón. Carlos Ernesto De La Lastra - Asesor Marítimo.
9:55 a.m.	Oportunidades para Colón: Terminal de cargas. José Echeverría - Gerente General ILG Logistics Panamá
10:10 a.m.	Elementos clave para Colón dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Marítimo y Portuario de la República de Panamá Visión 2040. Flor Pitty - Directora General de Puertos e Industrias Marítimas Auxiliares, AMP
10:30 a.m.	Avances regulatorios: El Proyecto de Ley 620 y sus aportes a la Sostenibilidad y Crecimiento de la Zona Libre de Colón. Leroy Sheffer - Socio de la firma ITAS Law
10:45 a.m.	Preguntas y respuestas. Moderador: Dominico Medina - Presidente de la comisión Desarrollo Marítimo Logístico de Colón
Panel 3: Perspectiva y retos frente a la Reactivación Turística y Logística de la ciudad de Colón	
10:55 a.m.	Turismo deportivo, un nuevo jugador en la cancha. Juan Carlos Uribe - Director de Alianzas Active Travel Agency Hassan Abdala - Presidente de Star Group ZL
11:05 a.m.	Construcción de Marca Colón Marcos Zárate - Presidente de la Cámara de Turismo de Colón
11:20 a.m.	Potencialización del aeropuerto de Colón en las actividades turísticas y logísticas. Giovanni Ferrari - Gerente de la Zona Libre de Colón
11:50 a.m.	Preguntas y respuestas. Moderador: Eyknar Salazar - Secretario de la Junta Directiva del Capítulo de Colón
11:55 a.m.	Palabras de clausura. Alberto López Tom - Presidente de la comisión Desarrollo Marítimo Logístico

3. APERTURA DEL EVENTO

3.1. Bienvenida – Elisa Suárez de Gómez, presidenta de APEDE nacional

– María Ramos, presidenta de APEDE Capítulo de Colón

La presidenta de APEDE, Elisa Suárez de Gómez, inicia su participación señalando que la pandemia ha afectado a todos los sectores económicos, incluyendo el turismo. Por tal razón los actores vinculados con la oferta turística evaluaron las oportunidades y nuevos modelos de turismo interno, en virtud de que Colón tiene un gran potencial, uno de los que ofrecen mayores oportunidades es el vinculado con yates y marina. Pero se requiere una evolución que exige el compromiso de todos los ciudadanos, que deben desarrollar un sentido de pertenencia. La visión debe incluir al sector marítimo turístico, incluyendo el insular; deben construirse rampas en los mares y lagos navegables.

Para lograr lo propuesto, se deben aplicar medidas correctas, que permitan la explotación de estos atractivos turísticos, de manera sostenible, así como definir una estrategia. Para el país es imperativo dar el salto para concretarla para avanzar hacia el desarrollo del turismo en el país. Este evento se convierte en el escenario para discutir sobre nuevas ideas, intercambiar conocimiento, de forma que se puedan concretar tales objetivos y se alcancen los beneficios esperados para la provincia y para el país.

Inmediatamente, se dio lugar a las palabras de la presidenta del Capítulo de Colón, María Ramos, mediante las cuales expresa el agradecimiento por la participación de todas las personas conectadas al foro, con el afán de conocer y explorar más sobre la oferta turístico logística del país, en materia gastronómica y cultural, el ferrocarril y el Canal, así como las otras áreas que se tienen que desarrollar en la provincia.

4. Panel 1: Turismo como motor de la economía

4.1. Por una reactivación sostenible en Colón, Panamá – Héctor López Bandera, director de la firma Consultoría Turística

Luego de una breve presentación del panelista por la moderadora, Benita Vega, Héctor López Bandera agradece la invitación y el apoyo que recibiera para concretar su ponencia, que girará en torno a algunos antecedentes, el posicionamiento de Colón, la imagen del turismo panameño en el mercado, la confrontación de los indicadores del país en el contexto global, las tendencias globales, las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo, la imagen turística, algunos estudios de casos de Colombia, para cerrar con consideraciones sobre las estrategias en torno a proyectos clave y las acciones necesarias para la reactivación.

Entre los antecedentes menciona que en la Visión 2050 de APEDE, en torno al turismo se presentan como objetivos estratégicos: • Fortalecer el marco institucional y el diseño de planes y programas de largo plazo. • Actualizar el marco legal para la prestación de servicios turísticos. • Profesionalizar la ATP para fortalecer su capacidad de planificación y control. • Facilitar la coordinación interinstitucional y fortalecer la descentralización, activando los consejos consultivos de turismo provinciales. En ese documento se identifica la problemática del sector, que se caracteriza por alcanzar bajas calificaciones en los indicadores globales (Índice Global: 4.4 en Competitividad Turística, 35 entre 136 países en 2017, con deficiencias en categorías como turismo, inversión, recursos culturales y negocios, seguridad física, salud e higiene, recursos humanos y mercado laboral. Por otro lado, en el año 2019, el IGCT del país fue 4.19, 12 posiciones inferiores que en el año 2018, que lo posiciona en el puesto 47 del ranking internacional y en la cuarta posición en América Latina. Sobre esa realidad, la visión propone la realización de etapas completas para el corto, mediano y largo plazo sustentadas en políticas públicas, producto del consenso entre los sectores público y privado.

Por otro lado, el Plan Maestro de Turismo Sostenible del país, que representa otra mirada estratégica del sector, plantea, entre los principales objetivos, impulsar el surgimiento de iniciativas para ampliar el portafolio de productos y experiencias turísticas; profesionalizar la gestión turística pública, sin que sufra por los cambios políticos; aumentar la ocupación hotelera con una acción conjunta institucional y privada; fomentar la descentralización y desestacionalización del turismo; capacitar para elevar la calidad y mejorar la cultura turística; y definir una estrategia de posicionamiento de marca, alineada con las necesidades empresariales. En atención al plan, señala que en el país se han identificado ocho destinos turísticos prioritarios, en los cuales solo se ubica una de las atracciones turísticas de la provincia de Colón, por lo que es muy difícil posicionarla.

Colón tiene una oferta turística con mucho potencial. Una mirada virtual rápida permite apreciar al Canal, fundamentalmente. Para cambiar esa vitrina, se requiere un esfuerzo de analizar los datos que la propia web ofrece y rediseñar la oferta, con una visión postpandemia. En páginas especializadas de turismo (Trip Advisor y Booking.com, por ejemplo) se encuentran sitios, en algunos casos, con abundante información, como es el caso de Portobelo y Fuerte San Lorenzo, Isla Grande, el ferrocarril, Sierra Llorona y Cayo Tortuga, entre otros; no obstante, se debe hacer un esfuerzo por mejorar la oferta y calidad de los servicios, así como los estándares de seguridad que el mercado requiere en la actualidad. Se deben aprender a contar las historias que están relacionadas con la oferta, que contribuye al posicionamiento, así como concesiones al sector privado de espacios que, contribuyen al mantenimiento, pero que ofrecen a los turistas áreas para disfrutar, en un entorno animado, como en Cartagena de Indias, por ejemplo.

La OIT señala la caída del turismo en el año 2020, estimada en 74%, con pérdidas estimadas en USD\$ 1.3 billones de ingresos de exportación y 100 millones de empleos turísticos. Panamá no es la excepción. El Comité de Expertos de la OIT indica que para el año 2021 será similar en su comportamiento al año anterior, aunque otros dicen que la situación se mantendrá y que en el año 2024 es que se

verá una mejoría. Ante esta realidad, se debe entender que las crisis son oportunidades y, en el caso de Colón, esta época debe ser aprovechada para ordenar la casa, corregir el rumbo, articular y redefinir, estudiar y analizar las tendencias, así como planificar, proyectar y desarrollar el producto. Para ello es necesario tener claridad sobre las tendencias globales, como ser más sostenibles, ofrecer el sabor local, atraer a los turistas activistas (que apoyan a países incluyentes, por ejemplo), amigables con las mascotas, adoptar una modalidad más lenta y simple, desarrollar el turismo virtual, tanto como ofrecer una experiencia variada. Para la OIT, América Latina debe aprovechar su riqueza natural, mejorando su infraestructura y posicionándola; fortalecer las campañas nacionales; promover al turismo como la actividad motora para la generación de empleo en las economías de la región; y construir arquitectura e identidad de marca de largo plazo; por otro lado, debe dejar la promoción generalista, invertir poco en educación turística, abandonar la oferta de sol y playa como único destino turístico, así como pensar que la pandemia no ha transformado la actividad.

Estratégicamente, se debe crear un buen código de marca país-destino, para ello debe definirse la identidad de marca o ADN (esencia), mensaje identitario (eslogan), propuesta de valor (beneficios o atributos) y el posicionamiento estratégico (estrategia). El expositor hizo referencia a algunos ejemplos de su país (Vive Colombia, viaja por ella; Colombia, el riesgo es que te quieras quedar; Colombia es pasión, esta última galardonada como la mejor de Latinoamérica en el año 2020 por los Country Brand Awards). Asimismo, presentó algunos estudios de casos relacionados con ese país, tales como el de Cartagena de Indias, que es su destino más importante a nivel internacional, producto de una planificación, marketing y promoción potentes; el puerto de Buenaventura en el Pacífico colombiano, cuyo turismo es un complemento de las actividades tradicionales (puertos, logística y agricultura), donde existe una complicada situación de orden público; Medellín, que pasó de ser un lugar peligroso a ser considerado como un referente mundial de una ciudad innovadora; Cali, de ser considerada como centro

del narcotráfico, en el año 2020 fue declarada destino emergente líder en América del Sur en los World Travel Awards.

Como estrategias y proyectos clave, el experto destacó la importancia de establecer nuevas normas legales y de calidad, orientadas a normalizar la “nueva normalidad”, articulando las normas técnicas con los protocolos de bioseguridad; invertir en desarrollo, bienestar y comunicación para garantizar la seguridad; promover y garantizar la sostenibilidad; formalización empresarial para crecer la base productiva; así como generar un sistema de inteligencia de mercado, que responda a la realidad; innovar; generar un *marketing on-off*, que permita articular la oferta de Colón con la estrategia marca paraguas, apostando por sus categorías selectivas; promover la inversión en actividades turísticas, todo esto dentro de una planificación estratégica agresiva, que promueva un cambio de 360°. En el corto plazo, es prioritario que se implementen acciones tendientes a la recuperación turística, lo que incluye garantizar la inmunidad mediante la vacunación, el mejoramiento de protocolos a través de la coordinación interinstitucional para controlar la pandemia; lograr un balance entre los incentivos fiscales y laborales, la liquidez empresarial y la seguridad; promover a los emprendedores para atender problemas locales con tecnología, generando inclusión y equidad; lo anterior en un contexto flexible, hecho a la medida, como base de la promoción turística. Es importante recordar que

4.2. Lo que no conoces de Colón, hechos y destinos inéditos para ser descubiertos – Jennifer Ceballos, *tour guide* y propietaria de Agencia El Tour de Jenny

Benita Vega introduce a Jennifer Ceballos y destaca que se ha distinguido por su oferta distintiva, la que introduce la expositora con detalle de cada uno de los productos que promociona de la provincia: la belleza de su paisaje, exuberante y variado; su oferta gastronómica diversa; el observatorio de manglares, que resulta interesante para comprender el cambio climático de forma real; las comunidades Emberá (Chagres y Gatún); la belleza arquitectónica; el centro de la ciudad, donde se distingue la avenida Juan Demóstenes Arosemena y la bahía Limón; el Centro

de Visitantes de Agua Clara, que además de ; el puente Atlántico, que resulta en un paseo espectacular, especialmente para los ciclistas, quienes también aprovechan la ciclovía; el Fuerte Sherman y San Lorenzo, que permiten tener contacto con las maravillas de la arquitectura colonial, además de apreciar un segmento del corredor biológico mesoamericano que termina en la región de Yucatán, donde se puede conocer la variedad de flora y fauna, con sus aves exóticas. Esta oferta está ligada a una historia colonial apasionante que atrae a los turistas, particularmente por las anécdotas sobre los ataques de piratas. Toda esa oferta solo es posible resaltarla a través del esfuerzo de la gente que con pasión se dedica a la actividad turística.

Otro destino que ofrece la provincia es el área famosa de Venas Azules, que se debe visitar con responsabilidad, de manera que se garantice su conservación para que también las futuras generaciones puedan disfrutarlo.

4.3. Elementos claves para el desarrollo turístico de Colón dentro del Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible, así como las estrategias de promoción a implementar en la etapa post COVID – Denise Guillén, subadministradora general de la ATP

La moderadora, Benita Vega, introduce a la Subadministradora General de la Autoridad de Turismo de Panamá, quien agradece la invitación a participar en el foro y felicita los panelistas anteriores por sus excelentes participaciones. Su presentación inicia destacando la imperiosa necesidad de posicionar al país con una oferta turística sostenible de calidad mundial. El reto es desarrollar la calidad del servicio, generando actividad turística en los destinos destacando su historia, en virtud de que las zonas con potencial en la provincia tienen un rico acervo cultural.

El Banco Interamericano de Desarrollo está colaborando con la ATP para fortalecer el turismo con su distintivo, que incluye su historia geológica, así como de la época de conquista y colonia. Esta iniciativa es apoyada también por el Smithsonian Tropical Research Institute, con toda la investigación científica,

producto de más de 100 años de su presencia en el istmo, a la que ahora tiene acceso el país para su desarrollo turístico. La información será base de un programa de sensibilización en las comunidades, lo que está asociado a las líneas de acción que se presentaron en la primera participación del panel, que se refieren, particularmente, al viajero consciente. La idea es articular todos los elementos antes destacados.

Las metas incluyen que Panamá sea más conocido, inyectar mayores recursos para la actividad, la creación del Gabinete Turístico, en el que se crean programas y planes para apalancar la actividad. También se proyecta que el país sea más competitivo, a través de la capacitación del recurso humano y la diversificación de la oferta. La mayor cantidad de las habitaciones hoteleras, 80%, se encuentran en el área metropolitana y se aspira a aumentar el 20% que se registra en el interior, con ese enfoque para que se incluya a las comunidades de todo el país. Mediante el Decreto 319 se pretende ampliar la oferta con un conjunto de productos y servicios turísticos que se deben integrar y facilitar la articulación entre ellos. La iniciativa tiene como propósito que la inversión turística se desplace hacia el interior del país, para lo que se contempla una adecuada capacitación. La integración incluye la oferta de turismo sostenible, religioso, cultural, deportivo, náutico, de vela, de aventura, gastronómico, de avistamiento de aves, entre otros.

En el marco del Plan Maestro de Desarrollo Turístico se está trabajando en regular la pesca deportiva, así como el mejoramiento de la plataforma para el desarrollo de las marinas en el país. Los productos se desarrollarán en torno a determinados elementos distintos de la provincia de Colón, los cuales fueron desarrollados en las presentaciones anteriores. Se incluye también la historia de Colón, en una ruta desde la ciudad de Panamá hacia Colón, la ruta del Camino de Cruces, en lo que se cuenta con la Autoridad del Canal de Panamá. Con la Ley 122 se pretende atraer a inversionistas para contribuir al desarrollo de la actividad. Pero la puesta en valor del país en el marco del desarrollo turístico involucra la vinculación de todos los actores activos en el sector, de tal forma que se continúa con la

capacitación y fortalecimiento del recurso humano, así como con la creciente participación del sector privado.

4.4. Impactos y beneficios sociales: Turismo marítimo e insular – Miguel López Pineiro, presidente de Flamenco Marina y Flamenco Drystack

Miguel López Pineiro, luego de su presentación de parte de la moderadora, agradece la invitación para participar del foro y destaca la importancia del desarrollo del turismo marítimo e insular, sobre el que va a profundizar durante su exposición, fundamentalmente por el impacto económico que genera. Reconoce el esfuerzo que las autoridades están comprometiendo en el fortalecimiento de la legislación relacionada con el turismo náutico, que define como una nueva modalidad de turismo que involucra destinos costeros e insulares o actividades en el mar, ríos o lagos, en general, involucra el transporte de pasajeros en embarcaciones para realizar alguna actividad específica, experimentar la visita o descubrir lugares históricos o de gran belleza.

En ese sentido, Panamá tiene una gran ventaja porque es un país náutico, pero no ha explotado su potencial, aunque hay ciertas actividades iniciadas en torno a aventuras, con cruceros pequeños. Agrega que los cruceros grandes, que son recreativos, no generan mayor impacto en la población, mientras que los *charters* o botes de alquiler, que se usan para fines recreativos, ya operan en el Pacífico panameño. En este último segmento, se trabaja en su atracción, del segmento de lujo, en virtud de que dejan mayor impacto en la población. Se pretende crear un sistema seguro para los propietarios, trabajadores y pasajeros de este tipo de naves. Otro tipo de nave son los *ferrys* que se encuentran operando y que son más masivos, pero que también están incluidos en las mejoras de la legislación, así como las pangas, que se aspira a registrar a los marinos, de forma de regular su operación, pero sin que se sienta que se quiere afectar la actividad.

Luego de hacer mención de algunas de las características del país, como la moneda, la conectividad, pero sobre todo su posición geográfica, señala que tales ventajas incluyen el hecho de que Panamá está exenta de eventos catastróficos, por lo que se busca atraer este tipo de turismo cuando tales eventos se dan en otras latitudes. Las ventajas de Colón, por otro lado, incluyen su tradición marítima y una cultura náutica; tiene lugares vírgenes; cercanía a San Blas; está conectada con las líneas de cruceros, dado que el Caribe tiene un tráfico alto con los tipos de naves antes destacadas, además de que cuenta ya con cierta infraestructura para naves más grandes.

Este tipo de turismo, con la variedad de naves que lo conforman, requiere instalaciones complementarias, tales como astilleros, patios de reparación, operación que depende de personal especializado y una serie de insumos, a lo que se suman los seguros, transporte terrestre, entre otros. En Florida, el turismo náutico representa la segunda fuente de ingresos. Sobre esa base, se pretende crear los centros de capacitación para que el país pueda contar con el personal técnico que demanda el desarrollo de este tipo de turismo, en el que Colón tiene una ventaja importante para explotarlo al máximo. La sinergia entre los actores existe y durante la pandemia no se ha desacelerado porque las personas prefieren salir al mar y estar en entornos con menos riesgo de contagio, por lo que se ha registrado un incremento en este tipo de contacto.

4.5. Preguntas y respuestas

- **¿Cuáles serían las tres acciones prioritarias que deben implementarse para el desarrollo del turismo náutico?**

Miguel López Pineiro: En primer lugar, se debe organizar las actividades que se quieren desarrollar, en orden de prioridad (turismo de pesca, de velas, astilleros, etc.); organizar esas actividades, con base en los criterios competitivos y el beneficio que se genera para la población organizar; ir de la mano con el gobierno para crear la reglamentación necesaria y la plataforma necesaria para que la empresa privada pueda desarrollar esas actividades.

- **¿Cuáles son las actividades post Covid que se debe implementar?**

Denisse Guillen: El plan maestro incluye acciones específicas para la reactivación post Covid: bonos solidarios a los operadores, incorporación de los protocolos de bioseguridad para ofrecer tranquilidad a los viajeros, oportunidades de financiamiento, estimulación de demanda (Programa Bono Turístico, que se está adelantando en cuanto a sus definiciones). Es sabido que se tendrá una temporada baja atípica, razón por la que se tiene comunicación expedita con el Ministerio de Salud y el Ministerio de Ambiente. En adición se está fortaleciendo el recurso humano y se han expedido más de 90 carnets de guías de turismo durante la pandemia, incluyendo a los primeros Ngöbes; así como curso de inglés que se han mantenido a disposición de los interesados; certificación de los hoteles habilitados, entre otras actividades.

- **¿Cuáles son sus recomendaciones para que las personas mejoren sus competencias en materia de turismo?**

Héctor López Bandera: Las personas deben sentirse seguros de que pueden apostarle al turismo, de manera que se deben canalizar recursos para fortalecer la actividad, de forma que los turistas puedan disfrutar de la oferta.

5. Panel 2. Pasos claves en el sector logístico marítimo

5.1. Por un sector logístico diferente: Singapur como modelo de referencia para Colón – Carlos Ernesto De La Lastra, asesor marítimo

Luego de su presentación por el moderador del panel, Dominico Medina, Carlos Ernesto De La Lastra agradece la invitación y manifiesta su complacencia por compartir su perspectiva ante un grupo con tanto interés en la temática. El objetivo es mostrar qué se puede aprender de Singapur y tomarlo como modelo para mejorar el sector logístico. Aquel país, en los años de 1960 era un lugar con alto niveles de criminalidad y muy pobre, que logró romper el patrón y posicionarse como un lugar desarrollado, con un importante sector marítimo. Destaca las ventajas que tiene Colón, que incluye los tres puertos del Caribe panameño y una

Zona Libre de carácter mundial, integrada a la ciudad de Panamá. Colón es una ciudad cosmopolita, cuenta con una red de comunicación vía tren y carretera.

No obstante, Colón debería contar los siguientes elementos y características: tener conocimiento y familiaridad a nivel internacional de la ciudad, es decir, el reconocimiento del nombre que hace referencia específica y no a otro término; influencia y participación en eventos internacionales y aspectos de importancia mundial; convertirse en centro de una gran conurbación; un aeropuerto que funcione como un centro de conexión internacional; mayor conectividad marítima y puertos competitivos a nivel mundial; avanzado sistema de transporte dentro de la ciudad y con otras ciudades; infraestructura más moderna en el mundo de las telecomunicaciones; convertirse en una ciudad cosmopolita, con un ambiente cultural propio, que incluya festivales de cine, eventos musicales, galerías de arte, entre otros, así como convertirse en sede de diversas empresas de nivel internacional y actividades que la definan como una importante ciudad de negocios. Colón debe convertirse en una ciudad global, aquella que posee un fuerte área de influencia, principalmente ligada a lo comercial, finanzas y conectividad marítima y área.

Singapur es poco más pequeña que Coiba, pero por su economía se percibe más grande. Cuando se hizo independiente se hicieron leyes muy duras contra el crimen y la corrupción por el gran problema social que existía en esa época, con muchísimas situaciones de conflictos, pero con un plan bien definido logró alcanzar niveles de desarrollo económico sociales importantes. Un aspecto importante es que Panamá no desarrolla actividades que generen valor agregado a la operación del Canal para beneficio de los clientes, siendo que este es mucho mayor que el Puerto de Rotterdam. Se requiere un mayor grado de conectividad, por ejemplo, como el nivel que ha alcanzado Holanda, que contrasta con la poca que se tiene en el Caribe panameño, esa es una obligación que se debe asumir.

De las 47 características que deben tener las ciudades, Colón no sale bien calificada en temas de transparencia y corrupción, precios de vivienda, procesos burocráticos y disponibilidad de información. Esta realidad debe cambiar. En Singapur se rompió el paradigma y se asumió el trabajo como una actividad importante, la educación se entendió como la forma de salir de la pobreza; se creó un ambiente de solidez legal, con instituciones fuertes, estabilidad política con la que se logró hacer planes a largo plazo. Ellos observaron que deberían lograr una integración regional, como estrategia para aumentar el intercambio de talento, política que siguen implementando. La armonización internacional fue importante, con la ayuda de Inglaterra entraron a la ONU, con una participación activa en los organismos multilaterales. En adición, definieron una política de protección al medio ambiente. En los años 1980, Panamá y Singapur tenían un crecimiento económico parecido, pero con su visión de largo plazo han logrado un nivel superior, lo que nos permite visualizar lo que podemos ser.

Colón debe convertirse en una ciudad inteligente, que es aquella que coloca a las personas en el centro del desarrollo, incorpora tecnologías de la información y comunicación en la gestión urbana y usa estos elementos como herramientas para estimular la formación de un gobierno eficiente que incluya procesos de planificación colaborativa y participación ciudadana. Al promover un desarrollo integrado y sostenible, las ciudades se tornan más innovadoras, competitivas, atractivas y resilientes. A su vez, debe para transformarse en una ciudad puerto, en la que se integren las distintas actividades que se han mencionado en el foro, explotando los puertos, que tienen la capacidad de potenciar el comercio exterior y la competitividad de las economías para convertirse en motores de desarrollo local y regional, capaces de producir un importante impacto económico y social en el entorno de la provincia.

5.2. Oportunidades para Colón: Terminal de cargas – José Echeverría, gerente general de ILG Logistics Panamá

Al concluir la presentación del siguiente expositor de parte del moderador Dominico Medina, José Echeverría manifiesta que Panamá ha hecho un buen trabajo con relación al desarrollo de las terminales portuarias, que ha impulsado desde la década de los años 1990 para contar con puertos del primer mundo, en comparación con los demás países de la región. Esto es producto de la actividad canalera y más recientemente de la ampliación del Canal. No obstante, en la actualidad están otros países con inversiones concretas en ese tipo de infraestructura, como Costa Rica y Jamaica.

Estas terminales ofrecen un potencial de crecimiento. El expositor cierra con algunas consideraciones sobre el tipo de carga y el potencial que existe para generar mayor actividad en torno a la carga general, que ofrece una oportunidad para el país, en general, y para Colón, en particular. En la actualidad, la situación provocada por la pandemia ha afectado todas las actividades y la marítima no es la excepción. Explica que los costos de demora son importantes y ese sobre costo impacta la actividad y afecta al importador, así como al consumidor final. En ese sentido, existe la oportunidad para que en Colón se invierta en terminales de carga general.

5.3. Elementos clave para Colón dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Marítimo y Portuario de la República de Panamá. Visión 2040, Jack Cardoze, subdirector general de puertos e industrias auxiliares, AMP

El expositor, en representación de Flor Pitty, directora general de puertos e industrias auxiliares, agradece la invitación y comenta que la visión del país es la de ofrecer servicios a la región, en un contexto de mejora constante para aumentar la competitividad de forma integral, con fundamento en la demanda mundial. En el marco de la gestión marítima y portuaria, el Canal de Panamá tiene un papel importante e influye de manera determinante, lo que deja en evidencia la relación directa que existe entre el diseño e implementación de políticas públicas en materia de logística con los hitos evolutivos que ha tenido el Canal. El objetivo ha sido el de convertir a Panamá en un referente en materia marítima y portuaria.

Son tres los puntos en los cuales se concentra la actividad logística, con pocas excepciones en el movimiento de banano, crudo y minería. El movimiento de contenedores que se da en la región interoceánica, que es donde se desarrolla la mayor actividad, refleja que 18 millones de TEUS para el año 2040, 10 millones para Colón y 8 millones para el área del Pacífico. En función de la capacidad portuaria, según las cifras proyectadas para los años 2030 y 2040, se hace necesario una ampliación dada la brecha que se proyecta. En este sentido, en el área de Colón, se proyecta que la minería impactará, así como el movimiento de pasajeros, entre otros, por ello se requiere considerar mejoras en los canales de acceso, así como en las terminales. El conglomerado de puertos genera más de 10 mil plazas de trabajo, lo que es un impacto considerable, tanto directo como indirecto. En torno al tema turístico, se proyecta una subida a 500 mil pasajeros en el año 2030 y un millón 100 mil para el año 2040. Un punto estratégico que se quiere desarrollar en la costa atlántica es el área de Porvenir, lo que contribuiría a mejorar la capacidad general del sector.

La AMP ha emitido un conjunto de resoluciones para garantizar que se mantuviera la actividad durante la pandemia, en temas como facilitar el movimiento de marinos, extensión de licencias, suspensión de vencimiento de licencias de operación, entre otros. Por otro lado, en torno a las concesiones de área, se mantenía una tarifa única, lo que se ha evaluado para modificar las tarifas sobre las marinas categorizadas por áreas: urbanas, rurales e insulares. Esto permitirá que se aumente la inversión en infraestructura. En cuanto al turismo de yates, también se ha logrado que la entidad defina los requisitos para que se ofrezcan servicios de marina, actividad que antes se destacó como una actividad con grandes oportunidades para el país al facilitar que los yates se estacionen en el país, impactando al mismo tiempo otro tipo de actividades complementarias.

5.4. Avances regulatorios: El proyecto de Ley 620 y sus aportes a la sostenibilidad y crecimiento de la Zona Libre de Colón – Leroy Sheffer, socio de la firma ITAS Law

Posteriormente de su presentación por el moderador, Dominico Medina, el expositor agradece la invitación y reitera su complacencia por compartir sus consideraciones con relación a la Ley 620. Plantea, en primer lugar, que el 15 de noviembre de 2020, se firmó un mega acuerdo comercial denominado Asociación Económica Integral Regional (RECP), que básicamente es un acuerdo de comercio, en el que se aglutinan 15 Estados de la región de Asia, principalmente; esto es interesante en el marco del comercio internacional. En el marco de este evento, se materializaron acuerdos con otras regiones como China, Australia, Corea del Sur, Japón y Nueva Zelanda, entre otros. Este acuerdo entrará en vigencia el próximo año. Este grupo representa el 15% de comercio internacional mundial y el 30% del PIB mundial bruto, así como el 43% del consumo global, lo que lo hace más relevante que otros acuerdos preexistentes. Lo interesante es que sin que sean un bloque, los socios podrían intercambiar bienes y servicios mediante una sola factura comercial, lo que se denomina facilitación del comercio. Por lo que las cadenas de suministro proyectan que podrán acceder fácilmente a más del 40% del consumo mundial. Esta iniciativa se suma a otra de nivel global, llamada el Tratado Integral y Progresista de la Asociación Transpacífico (México, Chile, Canadá y Perú de la región se incluyen). En el marco de estas figuras, se exportaron 510 trillones de dólares al mundo. La realidad actual es la facilitación del comercio y la facilitación aduanera determinan que las principales multinacionales se deciden a trabajar en entornos en los que se facilita que los movimientos de bienes logren integrarse eficiente y directamente en la producción.

Los principales beneficios del proyecto de Ley 620 incluyen, en materia de atracción de inversiones, la certeza jurídica, que parte de la identificación de las actividades productivas que se pueden desarrollar en la Zona Libre de Colón, lo que subsana este vacío; además que toca temas de la gestión de la cadena de suministros, inclusive. Existen un potencial en la gestión de beneficios a la inversa. Se aclara también que en la zona se pueden prestar servicios de almacenamiento y transmutación de datos y similares, que pueden significar la atracción de empresas dedicadas a este tipo de actividad; se permiten los servicios logísticos

de almacenamiento de mercancías nacionalizadas; ventas individuales a nacionales y extranjeros mediante comercio electrónico; prestación de servicios a la industria cinematográfica; negociación de normas de origen para integrar insumos de socios regionales y extraregionales, así que se contempla la manufactura y reconversión de productos, lo que es cónsono con la reciente aprobación de la ley del ENA.

Otro tema importante del proyecto es el régimen tributario y fiscal, elemento que es fundamental para los inversionistas. La novedad de Panamá está en el clima de certeza jurídica, la posibilidad de hacer manufactura y reconversión de productos, desarrollar actividades logísticas con valor agregado o principios de transformación; al elevar el estándar de transparencia se convierte la zona en una más atractiva, que va más allá de las facilidades que se ofrezcan en cuanto al impuesto sobre la renta. A esto se suma el impuesto de transferencia de bienes inmuebles y prestación de servicios, ya que el proyecto deja exento este impuesto dentro o fuera de Panamá; se exonera también el pago del impuesto complementario si la empresa declara que ha realizado actividades de transformación de productos, lo cual es muy valioso; no aplicaría la retención del fondo especial de compensación de intereses para la otorgación de préstamos para el desarrollo de actividades productivas.

Los regímenes de zona franca llegaron para quedarse. No obstante, la Zona Libre de Colón necesita elevar el estándar de competitividad al garantizar algunos beneficios, pero también asegurando las actividades que se pueden realizar. La competencia se está moviendo en distintas direcciones, que representan competencia para la de Panamá. La ventaja competitiva está en la vocación de servicio que se desee desarrollar. Es importante que la institucionalidad de la Zona Libre de Colón, junto con el sector productivo, entienda un proyecto como este y busque las ventajas que se pueden desarrollar porque se mueven con empresas y los mercados.

5.5. Comentarios de cierre de los expositores

Por razones de tiempo se cambia el formato y cada expositor presentará brevemente sus comentarios finales, a saber:

José Echeverría: Lo importante es estar abierto a nuevas ideas. Se debe entender que la industria no está limitada al manejo de contenedores y que hay mucha carga que debe atenderse con mejor oferta y se deben crear las condiciones para atenderla.

Jack Cardoze: La Autoridad Marítima está dispuesta solventar la inversión de las empresas privadas para mejorar la infraestructura, así como la calidad y capacidad de la oferta de la industria marítima auxiliar del país, para que sea competitiva y pueda atender las adversidades que se deban enfrentar.

Leroy Sheffer: La pandemia ha enseñado que solo las economías resilientes y con capacidad de hacerle frente a los retos pueden salir adelante. Colón reúne las condiciones para poder desarrollarse y posicionarse competitivamente en la región. El mundo se mueve con regímenes que son altamente integrados y complementarios, existen iniciativas adicionales a la presentada para que la provincia aproveche mejor sus características y puedan posicionarse en la región y el mundo.

6. Panel 3: Perspectiva y retos frente a la reactivación turística y logística de la ciudad de Colón

6.1. Turismo deportivo, un nuevo jugador en la cancha – Juan Carlos Uribe, director de alianzas de Active Travel Agency – Hassan Abdala, presidente de Star Group ZL

El moderador, Eyknar Salazar, inicia el panel con la presentación de los expositores y destaca que hay otras actividades que complementan el desarrollo turístico de la provincia. Seguidamente, le pregunta al primer expositor cómo nace la iniciativa de desarrollar el ciclismo en Colón, Hassan Abdala comenta que junto con un grupo que circulaba sin seguridad en las calles de la ciudad, nace la iniciativa de proponer a las autoridades municipales la construcción de una ciclovía, idea que fue bien recibida por el alcalde, quien gestionó con otras

autoridades los demás aspectos necesarios para disfrutar de un espacio para practicar deportes o simplemente un rato de esparcimiento, pero disfrutando un hermoso paisaje.

Se presenta a Juan Carlos Uribe para que comparta sus consideraciones sobre la experiencia de Active Travel Agency, que se dedica a promover la vivencia de experiencias deportivas. Tuvo sus inicios con el golf y llegaron a desarrollar el evento Cruce el Istmo, que se ha realizado durante los últimos cinco años, excepto en el año 2020 por la pandemia. Su objetivo es posicionar a Panamá en el turismo deportivo, mediante el cual se logra atraer a un número importante de viajeros, que buscan una experiencia única que significaría impactos positivos para Colón. El objetivo es asociar otros eventos a la experiencia de cruzar el istmo, agregando otros elementos de la oferta turística de la provincia, en virtud que el turismo deportivo tiene una tendencia de aumento de su crecimiento.

6.2. Construcción de marca Colón – Marcos Zárate, presidente de la Cámara de Turismo de Colón

A partir de su presentación de parte del moderador, Eyknar Salazar, el expositor contextualiza la realidad actual producto de la crisis por la pandemia, por lo que el fortalecimiento de los protocolos de seguridad es fundamental para que la actividad turística se reactive. Se debe establecer una hoja de ruta que permita generar la confianza para retomar el desarrollo de las actividades económicas. Es importante que se dialogue para definir las iniciativas que pueden coadyuvar a lograr tales objetivos. En ese sentido, la Cámara de Turismo de Colón empezó a promover la iniciativa de construir la marca Colón, así que se lanzó la convocatoria a través de las redes sociales y se motivó a participar a colonenses, principalmente, luego de las sesiones explicativas y con el apoyo de profesionales en la materia, así como la receptividad de los concursantes. Los ganadores fueron David Ortiz, Vidal Ariano y Luis Aforte, quienes fueron ganadores de los primeros puestos, pero que decidieron unirse para crear una marca de estilo unificado. Actualmente se realizan los trámites para registrar la propiedad intelectual.

El expositor presenta con detalle una descripción de qué es Colón, así como presenta la iconografía definida, pasando por el imagotipo, en el que se armonizan todos los elementos, los cuales son explicados con detalle, mientras muestra la pieza ganadora, que integra historia, geografía, cultura, entre otros elementos, combinados con una gama de colores bien pensada para representarlos. Desde la perspectiva de la cámara, hay mucho por hacer. El turismo es un arma de desarrollo por lo que se quiere posicionar a Colón como el tesoro escondido.

6.3. Potencialización del aeropuerto de Colón en las actividades turísticas y logísticas – Giovanni Ferrari, gerente de la Zona Libre de Colón

El moderador, Eyknar Salazar, introduce al expositor, quien parte explicando que el aeropuerto Enrique A. Jiménez era una infraestructura del gobierno de Estados Unidos que revirtió a Panamá, así como la forma de su funcionamiento en coordinación con la Autoridad de Aeronáutica Civil. Aún no se ha logrado explotarlo como debería, pero se tiene planificado, en una primera etapa, promocionar el turismo de compra en la Zona Libre de Colón con el apoyo de operadores especializados, de forma que se logre atraer a turistas compradores con otro perfil del que tradicionalmente se ha registrado. Se aspira a atraer que vuelos *charter* lleguen al aeropuerto de Colón para que los turistas aprovechen la oferta turística de Colón, incluyendo un día para visitar la ciudad de Panamá, dado que es también un atractivo para los turistas, que quieren conocerla por su *skyline*. La oportunidad de atraer a turistas de las islas del Caribe es parte de la estrategia.

La visión para el aprovechamiento del aeropuerto de Colón incluye su posicionamiento como *hub* para el movimiento de pasajeros del Caribe, pero también de carga. Se han adelantado algunas conversaciones con actores regionales para lograr los acuerdos necesarios que permitan un servicio expedito a los usuarios. Se prevé que se contará con los equipos para tener el aeropuerto habilitado de forma básica para el 15 de julio de 2021, de manera que se pueda tener el viaje inaugural desde República Dominicana.

El moderador manifiesta que se cierra el panel con una excelente noticia, en virtud de que pronto se verá actividad en el aeropuerto de la provincia, mediante la canalización de viajeros, evento largamente esperado.

6.4. Comentarios de cierre de los expositores

Eykmar Salazar, para cerrar el panel, invita a los expositores a presentar sus consideraciones finales, las giraron en torno a las siguientes ideas:

Hassan Abdala: Sin duda la provincia tiene mucho que ofrecer al país. El turismo deportivo está creciendo y es excelente la noticia compartida por Giovanni Ferrari.

Juan Carlos Uribe: para lograr los objetivos hay que unir esfuerzos, en el marco de un plan de largo plazo y a través de alianzas público privadas, en el entendimiento de que el cambio comienza a partir de cada individuo para que se unan fuerzas.

Marcos Zárate y Giovanni Ferrari: Reiteran la idea de que el cambio comienza por uno mismo, pero que se deben unir fuerzas para colocar a Colón en el sitio que le corresponde a nivel nacional y en el mundo.

7. CLAUSURA

Palabras de Alberto López Tom, presidente de la Comisión de Desarrollo Marítimo y Logístico de APEDE

Desde la Comisión se agradece a todos los expositores por compartir su conocimientos, experiencias y visión, así como a todos los participantes. Hizo énfasis en el potencial que tiene la provincia de Colón, especialmente en materia de turismo, para lo cual se debe explotar la belleza de la región, que aún no ha sido explotada. Se debe crear la infraestructura necesaria, diseñar e implementar las normas, de manera que se integren todos los elementos para lograr los objetivos propuestos y consolidar la visión.

La Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa, su Capítulo de Colón y su Comisión de Desarrollo Marítimo y Logístico agradecen el apoyo de los patrocinadores que hicieron posible la realización de este foro.

aes Panamá



Un puerto colonense, sirviendo a Panamá y al mundo.

