

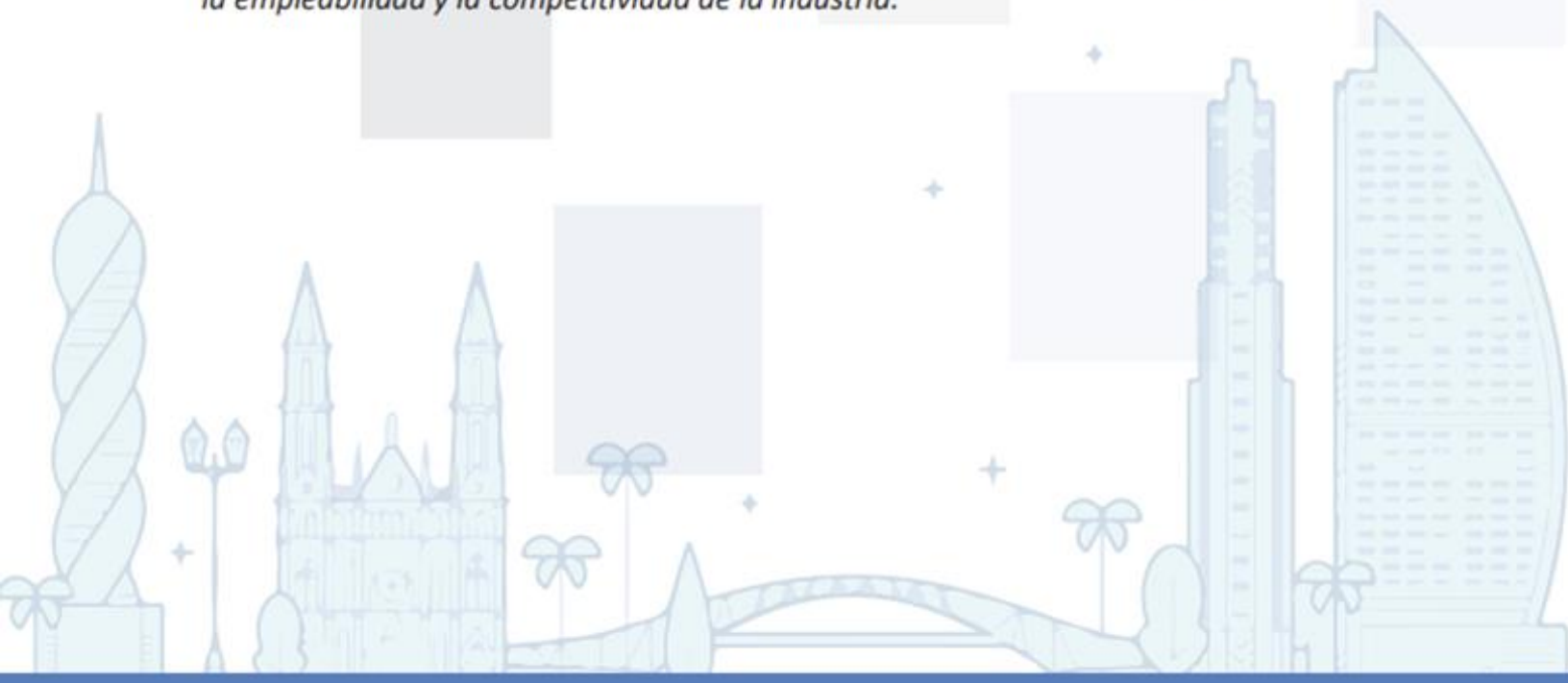


Organización
Internacional
del Trabajo



CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN PANAMÁ

Este informe proporciona información detallada sobre la situación del empleo en el sector de turismo del país. Incluye datos sobre la demanda y oferta de mano de obra, las brechas de habilidades, tendencias y desafíos. El objetivo es ofrecer una visión integral de la fuerza laboral en el sector y proporcionar recomendaciones para mejorar la empleabilidad y la competitividad de la industria.



CONTENIDO

Índice de graficas	2
Índice de tablas	3
Índice de figuras	3
Introducción	4
1. Diagnóstico Sectorial	4
1.1. Contexto Internacional	5
1.2. Contexto Nacional	7
1.2.1. Contexto económico	7
1.2.2. Participación del PIB por sectores	9
1.3. Indicadores Sectoriales	12
1.4. Cadena de Valor	15
Recursos naturales y culturales	17
Infraestructura	18
Servicios de TIC y bancarios y de seguros	18
Distribución y transporte en el país o lugar de salida	19
Reservación	20
Transporte internacional	20
Líneas aéreas	20
Cruceros	21
Distribución	21
Agencias de viajes	22
Guías de turismo nacionales y locales	23
Fincas agroturísticas	23
Actividades indirectas	23
Transporte local	24
Actividades indirectas	25
Alojamiento	25
Gastronomía	27
Eventos y conferencias	28
Compras	29
1.5. Tendencias de Mercado	30

Movilidad turística	31
Conectividad	31
Slow tourism	31
Turismo de compras	31
Nómadas digitales y el “bleisure”	32
Turismo rural	32
Turismo de bienestar	33
2. Oferta Laboral	33
2.1. Población económicamente activa.....	33
2.2. Ocupados	34
2.3. Desocupados.....	39
2.4. Empleo informal.....	42
3. Demanda Laboral	42
Demanda laboral en Panamá.....	44
3.1. Vacantes del Sector	48
3.2. Cargos más demandados	50
3.3. Competencias y Habilidades requeridas.....	52
4. Oferta Educativa	55
4.1. Niveles de formación.....	55
4.2. Centros de formación.	57
4.3. Sector de estudios.....	58
5. Brechas de Capital humano	63
5.1. Cantidad	64
5.2. Calidad.....	67
5.3. Pertinencia	68
Perfiles ocupacionales	69
Referencias	75

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1. Top 10 de destinos de turismo 2022. Llegadas de Turistas en millones	5
Gráfica 2. PIB Turismo 2015-2020	6
Gráfica 3. Empleo generado por el turismo. Último dato disponible	6
Gráfica 4. Crecimiento del PIB (% anual)	7
Gráfica 5. Brecha de pobreza a \$1.90 por día (2011 PPA) (%)	8
Gráfica 6. Desempleo. Estimación OIT	9
Gráfica 7. Visitantes ingresados a panamá, según puerto de entrada. 2015-2022	13
Gráfica 8. Flujo de visitantes. 2017-2022	14
Gráfica 9. Turismo exportaciones (%) ALC y Panamá 2015-2019	14
Gráfica 10. Ocupación hotelera. 2016-2022	15
Gráfica 11. Empleo generado en el sector turismo. 2015-2021.....	15
Gráfica 12. Población Económicamente Activa (PEA) 2021 -2022. Total y sector hoteles y restaurantes	34
Gráfica 13. Ocupados 2021 -2022. Total, y sector hoteles y restaurantes	35
Gráfica 14. Características de ocupados. 2021-2022. Sector hotelería y restaurantes	35
Gráfica 15. Horas semanales trabajadas según sexo 2022. Total, y sector hotelería y restaurantes	36
Gráfica 16. Ocupados según tamaño de la empresa. Total y sector hotelería y restaurantes.	37
Gráfica 17. Ocupados según nivel educativo 2022. Total y sector de hotelería y restaurantes	37
Gráfica 18. Ocupados según salario mensual devengado. Total, y sector de hotelería y restaurantes. 2022 ...	38
Gráfica 19. Tasa de desempleo según actividad económica 2021-2022	40
Gráfica 20. Desocupados 2021 -2022. Total y sector hoteles y restaurantes	41
Gráfica 21. Tasa de desempleo según sexo 2021-2022- Total y sector hotelería y restaurantes.....	41
Gráfica 22. Porcentaje de empleo informal 2021-2022. Total y sector hotelería y restaurantes.....	42
Gráfica 23. Escasez de talento humano Panamá. 2012-2022	43
Gráfica 25. Demanda laboral según nivel educativo	49
Gráfica 26. Demanda laboral según expectativa salarial.....	49
Gráfica 27. Demanda laboral según modalidad contractual	50
Gráfica 28. Ocupaciones más demandadas según gran grupo ocupacional CIUO-08.....	51
Gráfica 29. Matriculados, por nivel de educación: años académicos 2015-21	55
Gráfica 30. Graduados según nivel de formación.	56
Gráfica 31. Participación de centros de formación en educación universitaria y posgrado 2021.	57

Gráfica 32. Participación de centros de formación según nivel educativo. 2021	58
Gráfica 33. Graduados y matriculados educación universitaria según sector de estudio. 2021	59
Gráfica 24. Escasez de talento humano según sector económico. 2022.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Composición del PIB 2017-2021	10
Tabla 2. Variación del PIB por sector económico.....	11
Tabla 3. Normatividad vigente Turismo Panamá	17
Tabla 4. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel técnico 2021.....	59
Tabla 5. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel licenciatura 2021	60
Tabla 6. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel posgrado 2021.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cadena de valor turística de Panamá	16
Figura 2. Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida.	19
Figura 3. Mapa de aeropuertos en Panamá.....	20
Figura 4. Etapa 2. Distribución en la cadena de valor.....	22
Figura 5. Etapa3. Transporte local	24
Figura 6. Etapa 4. Alojamiento	26
Figura 7. Etapa 5. Gastronomía.....	27
Figura 8.Etapa 6. Eventos.....	28
Figura 9. Etapa 7. Compras.	30
Figura 10. Vacantes más demandas	48
Figura 11. Ocupación más demanda según cadena de valor. Subgrupo CIUO-08	51
Figura 12. Habilidades más demandadas	53

INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH) de Panamá se encuentra en proceso de implementación del Proyecto de Transformación y Mejora Integral (PTMI). Este proyecto tiene como objetivos principales: mejorar la calidad y relevancia de la oferta educativa en el ámbito del empleo y el emprendimiento, ampliar las competencias y oportunidades de participación de los beneficiarios de los programas de formación, y reposicionar al INADEH como la principal autoridad en formación profesional y capacitación laboral en el país. Además, se busca renovar las infraestructuras necesarias para el desarrollo de la formación profesional, alineadas con la misión y valores de la institución.

En el marco del PTMI se ha previsto la creación de Consejos Sectoriales de Competencias para sectores estratégicos como la Agroindustria, Turismo y Gastronomía, Logística y Tecnologías Digitales. Se espera que sean espacios en los que confluyen los actores y partes interesadas pertenecientes o relacionados con cada sector productivo, y que se conformen como unidad de trabajo para el desarrollo de procesos relacionados con la caracterización de los sectores, identificación y levantamiento de perfiles, construcción de cualificaciones y definición de acciones para su aplicación tanto en el escenario de formación como el productivo.

En este marco, se acordó una asistencia técnica de OIT/Cinterfor que permitió desarrollar un estudio de caracterización sectorial, que recoge insumos de la información recabada con el Consejo y otras fuentes para apoyar la identificación de perfiles demandados, desbalances de competencias, procesos clave del sector y dar una base sólida para el desarrollo de programas de formación que conduzcan a cualificaciones relevantes y pertinentes al sector.

El estudio que aquí se presenta, busca proporcionar una visión completa y actualizada del sector, cubriendo el marco regulatorio y normativo, su articulación con las estrategias de planificación nacional y regional, y la estructura institucional que lo rige. Además, se analiza el contexto macroeconómico del sector, indicadores del mercado laboral, y la oferta educativa relacionada. El estudio también se enfoca en identificar brechas de habilidades y los perfiles ocupacionales necesarios, categorizados por competencias básicas, transversales y específicas. Finalmente, se elaborará una representación gráfica de la cadena de valor del sector basada en entrevistas y fuentes secundarias.

1. DIAGNÓSTICO SECTORIAL

En un mundo en constante cambio, donde el turismo desempeña un papel cada vez más relevante, se torna fundamental examinar tanto los patrones mundiales de viajes y turismo como su impacto en una economía local, como es el caso de Panamá. A nivel global, el sector turismo ha experimentado transformaciones significativas, impulsadas por factores como la globalización, el avance tecnológico, y la creciente conciencia ambiental. Estas tendencias influyen directamente en los destinos turísticos y, por ende, en la economía panameña. Para mantenerse competitivo en este

entorno dinámico, es crucial analizar cómo se alinea la oferta turística de Panamá con las expectativas de los viajeros a nivel mundial.

En este contexto, este diagnóstico sectorial se propone arrojar luz sobre la situación actual del turismo en Panamá, identificar oportunidades y desafíos, y ofrecer una visión holística que permita a los responsables de la toma de decisiones, empresarios y profesionales del sector tomar medidas informadas para fortalecer la industria turística en el país.

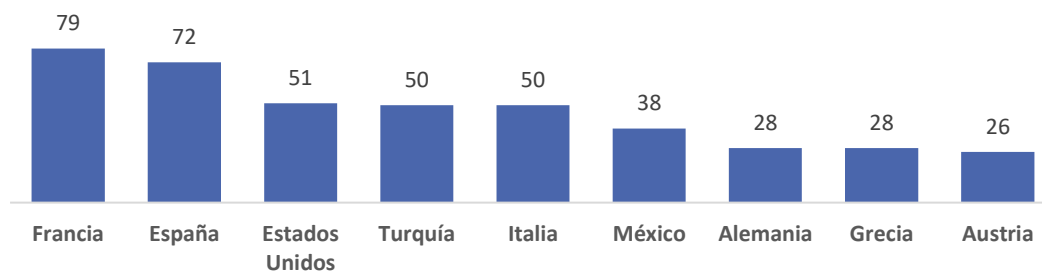
1.1. CONTEXTO INTERNACIONAL

A nivel mundial la economía presenta una desaceleración tras la recuperación por la pandemia COVID 19. Según la perspectiva del Fondo Monetario Internacional (FMI) se espera que el crecimiento económico mundial disminuya de 3,5% en 2022 a 30,0% en 2023 y 2024. Para las economías avanzadas, la desaceleración proyectada es más profunda, cayendo a 2,7% en 2023, mientras que para las economías emergentes y en desarrollo, se pronostica un crecimiento relativamente estable de 4,0% en 2023. Ello como consecuencia, de la persistente alza en la que afecta el poder adquisitivo de los hogares y la insatisfactoria recuperación económica de China. Sumado a que la inversión se ve obstaculizada por la debilidad persistente en el sector inmobiliario, por lo que la demanda externa sigue siendo baja y debilita el mercado laboral reflejado en el alto desempleo juvenil (20,8 % en mayo de 2023). (FMI, 2023)

El sector turismo también se ha visto impactado por este contexto, el segundo Barómetro OMT del Turismo Mundial del año 2023 revela que la recuperación del sector turístico continúa avanzando de manera significativa. En el primer trimestre de este año, las llegadas internacionales lograron alcanzar el 8,0 % de los niveles registrados antes del estallido de la pandemia, lo que equivale a un impresionante total de 235 millones de turistas que realizaron viajes internacionales, más del doble de lo registrado en el mismo período de 2022. Estos datos demuestran la notable resiliencia de la industria turística, ya que, según las cifras revisadas para 2022, el año pasado se contabilizaron más de 960 millones de desplazamientos internacionales de turistas, lo que representa un restablecimiento del 66,0 % con respecto a las cifras prepandémicas. (UNWTO, 2023)

Dentro de los lugares más visitados a 2022 se encontraron Francia, España, Estados Unidos, Turquía e Italia.

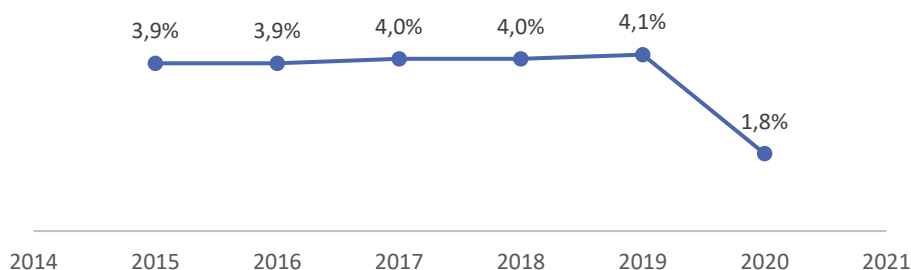
Gráfica 1. Top 10 de destinos de turismo 2022. Llegadas de Turistas en millones



Fuente: (UNWTO, 2023)

A 2020 el PIB mundial estuvo representado en un 1,8 % por actividades relacionadas al turismo, frente al 4,1% en 2019. Sin embargo, a 2022, los ingresos generados por el turismo internacional volvieron a alcanzar la marca del billón de dólares, experimentando un aumento significativo del 50,0 % en términos reales en comparación con el año 2021. Este notable repunte se debió principalmente a la reanudación de los viajes internacionales. El gasto de los visitantes internacionales, por su parte, logró llegar al 64,0 % de los niveles pre pandémicos, lo que representa una disminución del 36 % en términos reales con respecto a 2019. En cuanto a las regiones, Europa destacó en 2022, generando casi 550 000 millones de dólares estadounidenses en ingresos turísticos.

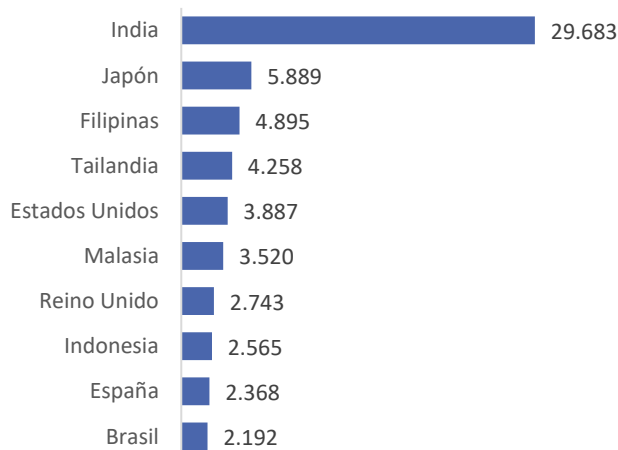
Gráfica 2. PIB Turismo 2015-2020



Fuente: (UNWTO, 2023)

Los países con mayor generación de empleo asociado al turismo son India, Japón, Filipinas, Tailandia y Estados Unidos con cerca de 48.600 millones de empleos.

Gráfica 3. Empleo generado por el turismo. Último dato disponible



Fuente: (UNWTO, 2023)

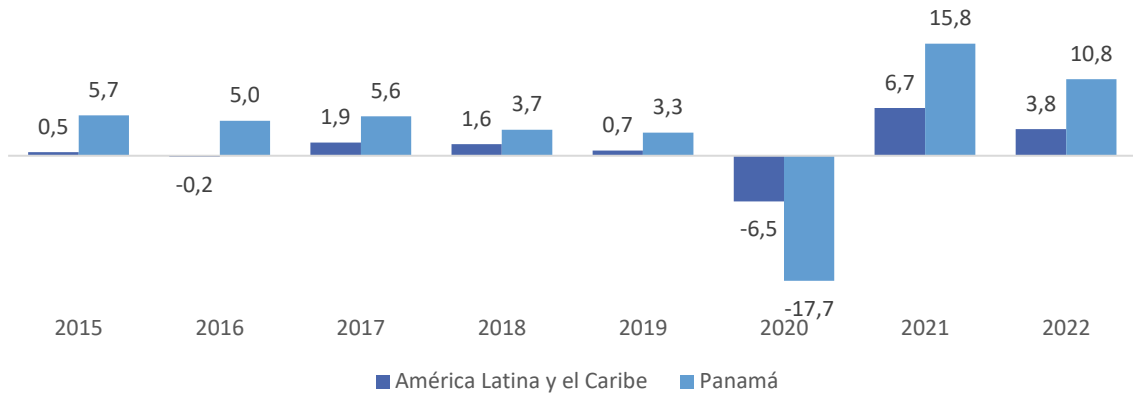
1.2. CONTEXTO NACIONAL

1.2.1. CONTEXTO ECONÓMICO

Se proyecta que la tasa promedio de crecimiento para América Latina y el Caribe del 1,3 % en el año 2023, ello refleja una situación de estancamiento estructural, caracterizada por un bajo crecimiento económico, marcadas disparidades sociales, instituciones frágiles y falta de buen gobierno. (FMI, 2023) Todo esto se acentúa por un entorno internacional desfavorable para la región. Sin embargo, cabe resaltar que antes de la pandemia del COVID-19, la economía de Panamá crecía cuatro veces más que la media regional, lo que la impulsó a la categoría de país de ingresos altos. De 2014 a 2019, el PIB de Panamá creció a una tasa promedio de 4,7 %, mientras que la región de ALC creció a un promedio de 1,1 %. (Banco Mundial, 2023)

Lo que hace que Panamá se consideraba una de las economías más dinámicas de América Latina y un importante centro financiero y de comercio, se beneficiaba de su ubicación estratégica como centro de conexión para el comercio y el transporte marítimo. Según el Banco Mundial durante la última década Panamá ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en todo el mundo, y una de las más estables en América Latina. Para 2022 creció en 10,8 % frente al 3,8 % que mostro la economía de la región, una brecha positiva para el país de 7,1 puntos porcentuales, se prevé que para 2023 se prevé que América Latina y el Caribe continúe en una senda de bajo crecimiento, con una tasa del 1,7 %. Todas las subregiones mostrarían un menor crecimiento en 2023 respecto de 2022: América del Sur crecería un 1,2 % (3,7 % en 2022), el grupo conformado por Centroamérica y México un 3,0 % (3,4 % en 2022) y el Caribe (sin incluir Guyana) un 4,2 % (6,3 % en 2022). Finalmente, para 2024 la región proyecta una tasa de crecimiento del PIB del 1,5 %. (CEPAL, 2023)

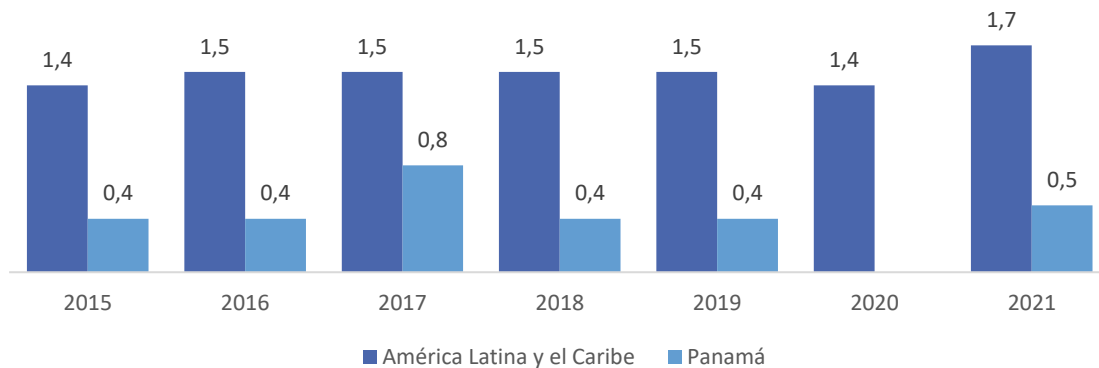
Gráfica 4. Crecimiento del PIB (% anual)



Fuente: (Banco Mundial, 2022)

Panamá ha logrado progresos significativos en la reducción de la pobreza, sin embargo, las brechas sociales son agudas marcadas en algunas regiones, como las ocupadas por las poblaciones indígenas hacia el sector rural del país.

Gráfica 5. Brecha de pobreza a \$1.90 por día (2011 PPA) (%)



Fuente: (Banco Mundial, 2022)

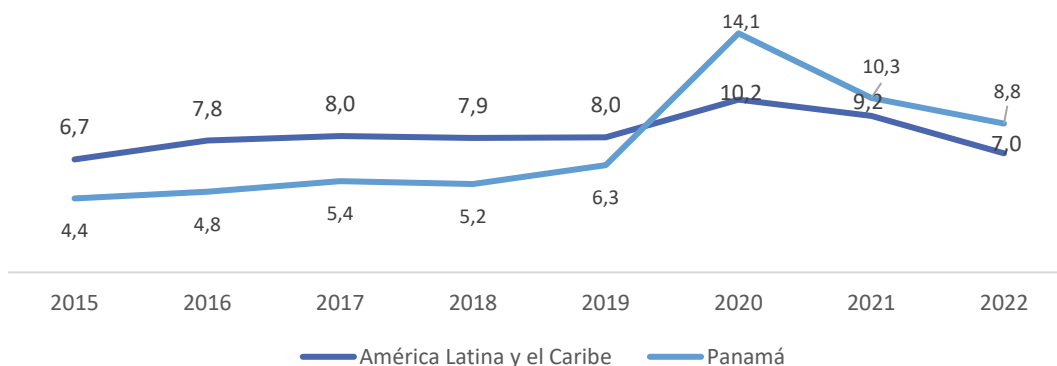
Por otro lado, el FMI destacó la capacidad de resistencia del sistema financiero frente a la volatilidad de los mercados bursátiles del mundo, lo cual puede corresponder a la diversificación de la estructura de propiedad del sistema bancario, es decir al bajo grado de dependencia de financiamiento, así como los altos coeficientes de capital y de liquidez, consolidándose como un centro financiero importante para la región. Además, se le otorgó la calificación de inversión no especulativa en 2010, situando al mercado panameño como uno de los más sólidos de América Latina.

El desempleo ha mantenido niveles notablemente bajos históricamente, a excepción del periodo durante la pandemia, cuando alcanzó un pico del 14,1 %. Desde entonces, esta cifra ha experimentado un descenso constante y, para el año 2022, se ha situado en un 7,0 %. A pesar de este

avance, es importante destacar que la tasa de desempleo aún no ha logrado recuperarse completamente a los niveles anteriores a la pandemia. Dentro de los esfuerzos por el gobierno para mantener los niveles de empleo creó el "*Plan Panamá Solidario*" entre marzo 2020 a diciembre 2022, que distribuyó un bono de USD 80 en cuatro pagos mensuales. Este bono se entregó en las principales ciudades del interior del país con el propósito de mitigar la pérdida de empleos y respaldar a los trabajadores informales. El plan se extendió en tres ocasiones. En su primera extensión, introdujo un elemento de corresponsabilidad en el que los beneficiarios tenían la opción de contribuir con servicios sociales en su comunidad o recibir capacitación a través del Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH). (OIT, 2023)

Existe escasez de mano de obra calificada y el desempleo juvenil es alto. Además, es necesario mejorar las instituciones públicas en cuanto a su correcto u justo funcionamiento.

Gráfica 6. Desempleo. Estimación OIT



Fuente: (Banco Mundial, 2022)

1.2.2. PARTICIPACIÓN DEL PIB POR SECTORES

Los sectores de Comercio al por mayor y al por menor, Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones, Construcción, y la Intermediación Financiera constituyen conjuntamente la mitad del Producto Interno Bruto (PIB) del país para el año 2021. Esta significativa contribución se debe en gran medida a la ventaja competitiva del país derivada del Canal de Panamá y sus sólidas relaciones comerciales con naciones vecinas a nivel internacional. Por su parte el sector de hoteles y restaurantes redujo su participación en 1,4 puntos porcentuales entre 2017 y 2021, evidenciando el grave daño de este sector por efectos de pandemia.

Tabla 1. Composición del PIB 2017-2021

Descripción	Composición del PIB				
	2017	2018	2019 (P)	2020 (E)	2021 (E)
Comercio al por mayor y al por menor	17,9	18	17,8	17,9	18,5
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	13,3	13,6	14	15,2	14,6
Construcción	15,3	15,2	14,8	8,7	10
Intermediación financiera	7,3	7,3	7,3	8,7	7,4
Explotación de minas y canteras	1,8	1,8	2,4	3,8	7,1
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	5,9	5,8	5,9	7,4	6,6
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (contabilidad, jurídica e inmobiliaria)	7,4	7,3	7,2	6,5	6,3
Administración pública y defensa; seguridad social de afiliación obligatoria	3,5	3,6	3,7	5,2	4,8
Industrias manufactureras	5,3	5,2	4,9	4,8	4,6
Suministro de electricidad, gas y agua	4,1	4,1	4,1	4,7	4,4
Educación	2,1	2,4	2,4	2,9	2,6
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	2	2	2,1	2,6	2,4
Actividades de servicios sociales y de salud pública	1,2	1,2	1,2	1,8	1,7
Actividades de servicios sociales y de salud privada	1,2	1,2	1,2	1,6	1,4
Otras actividades comunitarias, sociales y personales de servicios (casinos, lotería y otros)	1,7	1,7	1,6	1,1	1,3
Hoteles y restaurantes	2,5	2,3	2,2	1,2	1,1
Servicios de educación privada	1	1,1	1,1	1,2	1
Construcción	1,5	1,5	1,4	0,8	0,9
Pesca	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4

Descripción	Composición del PIB				
	2017	2018	2019 (P)	2020 (E)	2021 (E)
Hogares privados con servicio doméstico	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4
Otras actividades comunitarias, sociales y personales de servicios	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

Fuente: (INEC, 2023)

El sector de hoteles y restaurantes en su conjunto mostró una variación positiva en su valor agregado bruto de 1,1 %, resultado del levantamiento de las medidas sanitarias de aforos permitidos en locales de expendio de alimentos y bebidas. Sin embargo, la actividad hotelera disminuyó, resultado de menores ingresos por los servicios prestados.

Tabla 2. Variación del PIB por sector económico

	Variación porcentual del PIB				
	2017-16	2018-17	2019-18 (P)	2020-19 (E)	2021-20 (E)
Explotación de minas y canteras	8,1	2,8	38,9	31,2	115,7
Otras actividades comunitarias, sociales y personales de servicios (casinos, lotería y otros)	1,8	2,3	-1,4	-45,3	46,2
Construcción	8,3	3,2	0,1	-51,5	31,7
Construcción	8,3	3,4	0,1	-52,1	31,2
Comercio al por mayor y al por menor	3,6	3,9	2,1	-17,7	19,2
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (contabilidad, jurídica e inmobiliaria)	2,4	2,5	1,4	-26,1	11,9
Industrias manufactureras	2,6	1,3	-2,5	-19,9	11,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11,4	5,8	6,3	-11,2	11,1
Actividades de servicios sociales y de salud pública	2,7	7,3	4,8	21,3	8,2

	Variación porcentual del PIB				
	2017-16	2018-17	2019-18 (P)	2020-19 (E)	2021-20 (E)
Otras actividades comunitarias, sociales y personales de servicios	6,2	0,6	1,5	-5,5	7,6
Administración pública y defensa; seguridad social de afiliación obligatoria	11,9	7,9	6,1	16,3	6
Suministro de electricidad, gas y agua	7,3	2,2	4,5	-5,5	5,8
Educación	6,5	16,8	5,8	-2,7	3,9
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1,2	4,1	10,5	2,4	3,1
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	2,8	3	3,3	3,1	3
Actividades de servicios sociales y de salud privada	2,9	6,1	5	6,1	2,3
Pesca	0,6	-2,2	-16,9	10,3	1,8
Hoteles y restaurantes	2,4	-3	-0,4	-54,5	1,1
Servicios de educación privada	4,1	6,7	3,8	-8,8	-1,5
Intermediación financiera	4,5	3,2	3,3	-1,4	-3
Hogares privados con servicio doméstico	1,6	2,6	13,2	-15,7	-6,2

Fuente: (INEC, 2023)

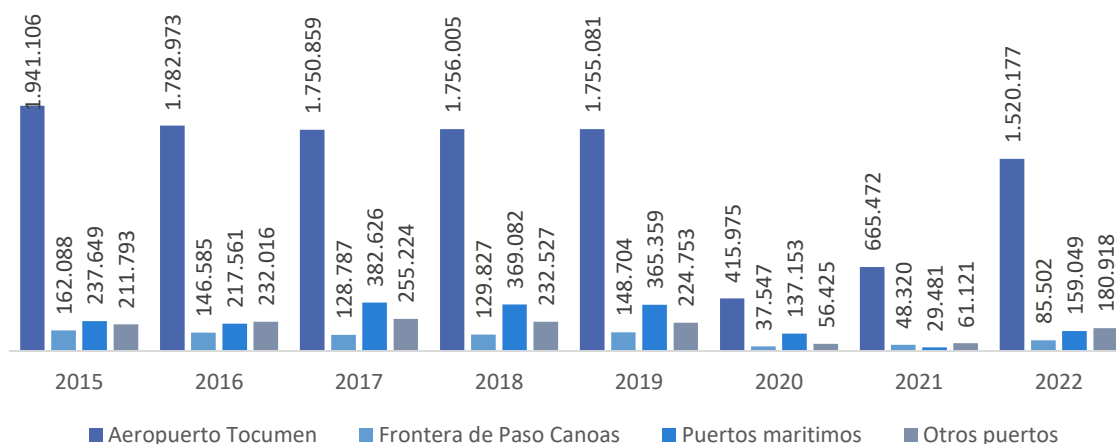
1.3. INDICADORES SECTORIALES

El flujo de visitantes a Panamá de enero a diciembre 2022 registró un total de 1.945.646 visitantes, con un aumento de 141,9 % con respecto a su homólogo del 2021, es decir 1.141.252 visitantes más que el año 2021.

En el año 2022, el Aeropuerto Internacional de Tocumen desempeñó un papel fundamental en el turismo de Panamá al recibir 1.520.177 visitantes, lo que representó un aumento del 128,4 % en comparación con el año anterior, es decir, 854.705 visitantes más, acercándose a las cifras previas a

pandemia. Este aeropuerto se destacó como el principal puerto de entrada aéreo, contribuyendo con un 78,1 % del total de visitantes llegados durante el periodo de enero a diciembre.

Gráfica 7. Visitantes ingresados a panamá, según puerto de entrada. 2015-2022



Fuente: (INEC, 2023)

Por otro lado, la Frontera de Paso Canoas, como el principal Puerto Terrestre, también experimentó un aumento significativo en la llegada de visitantes en el mismo periodo, registrando 85.502 visitantes, lo que representa un incremento del 76,9% con respecto a 2021, equivalente a 37.182 visitantes más, y contribuyendo con un 4,4% del total de visitantes ingresados.

En cuanto a los Puertos de Cruceros, jugaron un papel importante al recibir 159.049 pasajeros durante 2022, lo que significó un aumento del 439,5% en comparación con el año anterior, es decir, 129.568 pasajeros de cruceros más, representando el 8,2% del total de visitantes ingresados en el país.

Finalmente, los otros puertos también experimentaron un notable crecimiento en la llegada de visitantes, con 180.918 visitantes ingresados durante 2022, un aumento del 196,0 % en comparación con 2021, es decir, 119.797 visitantes adicionales, contribuyendo con un 9,3 % del total de visitantes en el periodo de enero a diciembre de 2022.

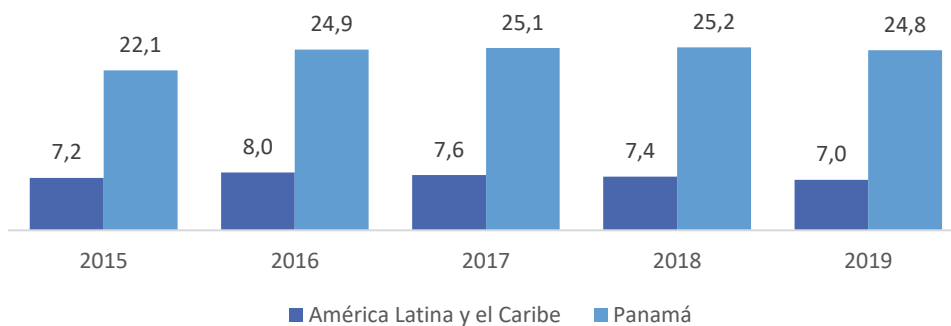
Gráfica 8. Flujo de visitantes. 2017-2022



Fuente: (INEC, 2023)

La proporción de las exportaciones de bienes y servicios de turismo en Panamá a 2019 se ubicó en 24,8 % frente al 7,0 % que represento ALC, estas comprenden todas aquellas transacciones entre los residentes de un país y el resto del mundo que impliquen una transferencia de propiedad de los residentes a los no residentes de mercaderías generales, bienes enviados para procesamiento y reparaciones, oro no monetario y servicios.

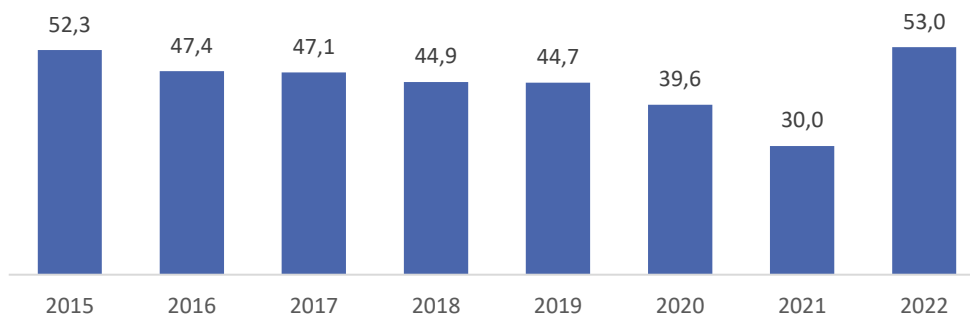
Gráfica 9. Turismo exportaciones (%) ALC y Panamá 2015-2019



Fuente: (Banco Mundial, 2022)

Según cifra preliminares correspondientes a los hoteles con categoría de turismo de la ciudad de Panamá, en el periodo de enero a diciembre 2022, según monitoreo a los hoteles, se estima que el porcentaje de ocupación se sitúa alrededor de un 53,0 %, de las 32 mil habitaciones de hotel, hay aproximadamente 9 mil habitaciones que están fuera del inventario.

Gráfica 10. Ocupación hotelera. 2016-2022



Fuente: (ATP, 2023)

El empleo registrado en el sector turismo para Panamá, ha ido aumentando paulatinamente, pues a 2021 genero alrededor de 141 mil empleos, frente a los 135 generados en 2015.

Gráfica 11. Empleo generado en el sector turismo. 2015-2021



Fuente: (ATP, 2023)

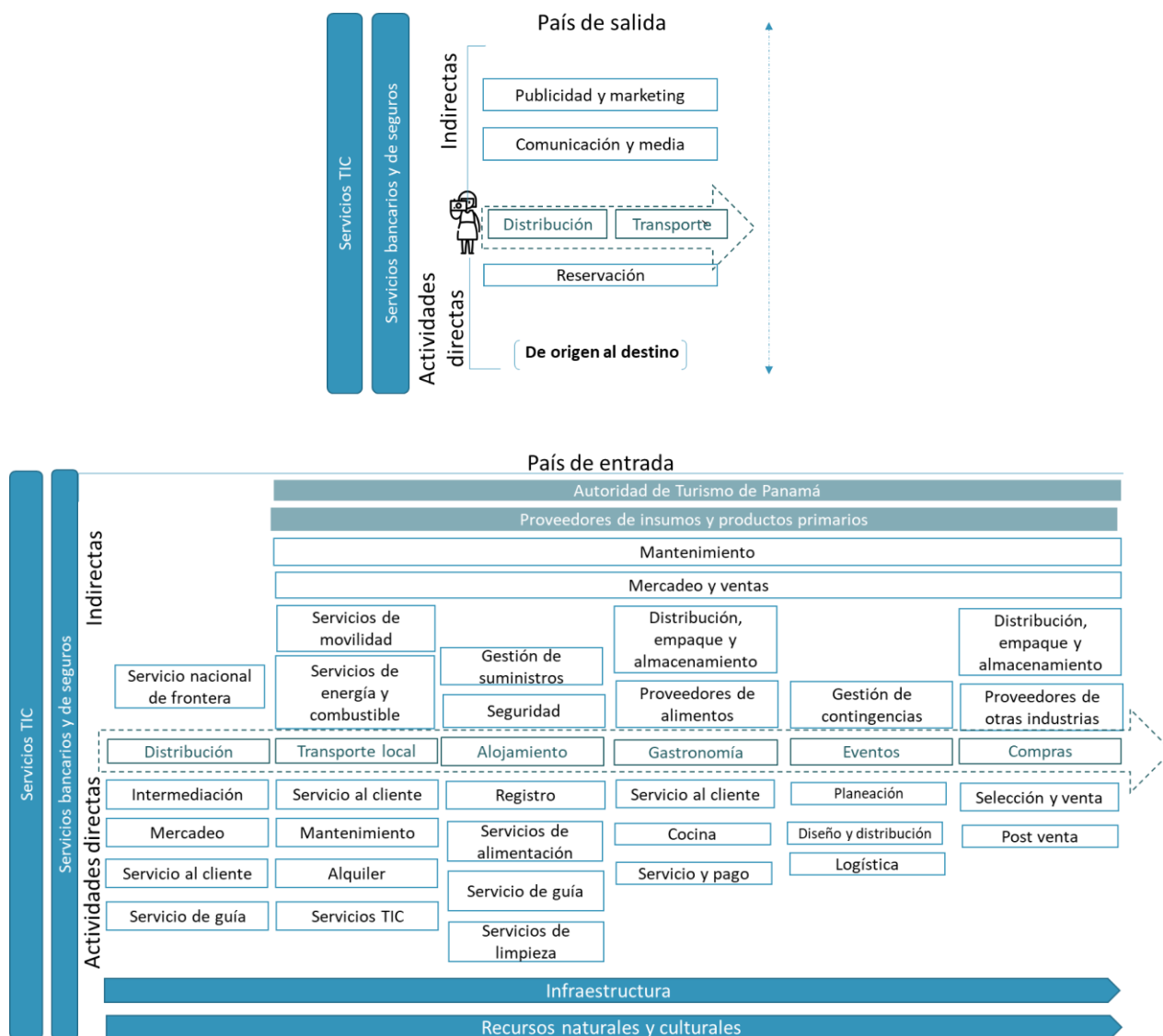
1.4. CADENA DE VALOR

Contrario a otras cadenas de valor, donde los productos se trasladan hacia el consumidor; en la del turismo, el consumidor viaja hacia los productos.

Dado que esta es una industria fundamentalmente de experiencias, los aspectos no tangibles de la actividad tales como: imagen del destino, marca, posicionamiento o percepciones sobre la seguridad para el turista, se dan mediante mecanismos como la escenificación que se crean desde las agencias de viaje o las agencias receptoras.

Así, la experiencia del consumidor va pasando por los diferentes servicios del destino (hotelería, gastronomía, transporte y excursiones), a través de una primera aproximación con respecto a la integralidad de los servicios ofrecidos. **Fuente especificada no válida.**

Figura 1. Cadena de valor turística de Panamá



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023)

La cadena de valor de acuerdo con los actores de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) en Panamá, quien es la entidad encargada de fomentar, coordinar, facilitar, promover, participar, impulsar, fiscalizar, proteger y establecer todo lo relacionado a la actividad turística, reconoce las actividades y procesos que contribuyen a la industria del turismo en el país que conforman la cadena de valor del turismo en Panamá. El turismo es un sector económico importante en Panamá debido a su ubicación geográfica estratégica, su canal de tránsito internacional y su diversidad de atractivos naturales y culturales.

Tabla 3. Normatividad vigente Turismo Panamá

Tema	Normatividad	Implicaciones al capital humano
Autoridad de Turismo de Panamá, actividad hotelera	Decreto Ejecutivo N° 82 de 23 de diciembre de 2008	Es la encargada de trazar estrategias capacitar y desarrollar el talento humano pertinentes
incentivos a la inversión turística	Ley 80 de 8 de noviembre de 2012.	El manejo de incentivos puede ampliar la capacidad de personal requerido
incentivos a cruceros	Decreto Ejecutivo 274 del 11 de noviembre de 2020	El manejo de incentivos puede ampliar la capacidad de personal requerido
Fincas agroturísticas	Ley 240 de 6 de octubre de 2021 GO: 29394 11/10/2021.	Promoción de programas y capacitación para el talento humano en agroturismo
Guía de turismo	Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025	Se plantean acciones de capacitación frente al cierre de dificultades del talento humanos poco cualificado del sector-

Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023)

RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

En primer lugar, la base de la cadena de valor son los Recursos Turísticos, que incluyen los atractivos naturales y culturales de Panamá, como el Canal de Panamá, playas, selvas tropicales, parques nacionales, sitios históricos, festivales y eventos culturales. Estos recursos son la base de la industria turística.

La oferta turística de Panamá se vuelve más cohesiva al considerar su paisaje, recursos naturales y humanos como componentes de rutas patrimoniales. Estas rutas ponen énfasis en la característica más destacada de Panamá a lo largo de la historia: su capacidad de servir como una ruta crucial. Cada lugar de interés dentro de una ruta patrimonial debe ocupar un lugar central en las actividades turísticas, de conservación y de investigación, con la participación de la población local.

La ATP ha propuesto tres rutas en las siguientes categorías: las rutas naturales, que se definen por las características del entorno natural; las rutas antropológicas o humanas, que se centran en aspectos históricos y culturales; y las rutas funcionales, que están relacionadas con la función de tránsito a través del istmo de Panamá. (ATP, 2020)

En los destinos turísticos de Panamá, existen otras oportunidades de experiencias que aún no han ganado suficiente visibilidad en el mercado ni han tenido un impacto significativo en la percepción

del país como destino turístico. Ejemplos de estas experiencias abarcan actividades como el turismo náutico, la pesca deportiva, los juegos de azar, el turismo cultural, las visitas a pozos termales, el turismo médico o de bienestar, y las visitas a comunidades indígenas, entre otras. Además, hay varias rutas temáticas que conectan estas experiencias, aunque su presencia y popularidad en el mercado varían considerablemente.

INFRAESTRUCTURA

Panamá ha invertido considerablemente en su infraestructura para consolidar su posición como un centro logístico y de negocios en la región. Destaca el Canal de Panamá, que experimentó una ampliación importante en 2016, proyectándose obras adicionales en los próximos años, permitiendo el paso de buques más grandes y aumentando su relevancia en el comercio global. Además, el país cuenta con aeropuertos internacionales, siendo el Aeropuerto Internacional de Tocumen en Ciudad de Panamá un destacado centro de conexión. Se han mejorado las carreteras y puentes, incluyendo la carretera Panamericana y el Puente de las Américas. Panamá también posee puertos clave en ambos océanos, como el Puerto de Balboa y el Puerto de Colón, junto con una inversión en energía renovable, infraestructura de telecomunicaciones, transporte público eficiente en la capital y desarrollo turístico, incluyendo hoteles y mejoras en las áreas turísticas.

Este enfoque en la infraestructura ha fortalecido la posición de Panamá como un jugador relevante en la conectividad global y como un atractivo destino turístico, contribuyendo al crecimiento económico y a su creciente importancia en la región

SERVICIOS DE TIC Y BANCARIOS Y DE SEGUROS.

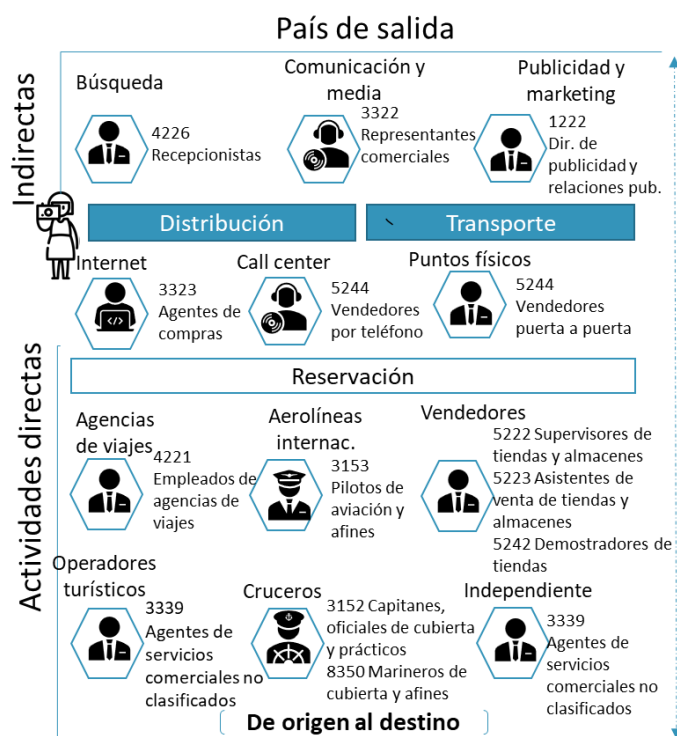
El servicio de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) desempeña un papel crucial a lo largo de la cadena de valor del turismo al potenciar la capacidad de un destino para conectarse con viajeros de todo el mundo en cada fase de su proceso de viaje. A través del contenido digital y las plataformas en línea, se logra generar confianza en los productos turísticos al proporcionar información detallada y experiencias visuales, reducir la fricción en la reserva de servicios mediante sistemas de reserva eficientes y seguros, y fomentar experiencias compartidas a través de redes sociales y reseñas de viajeros. De esta manera, las TIC no solo simplifican el acceso a la información y la planificación de viajes, sino que también contribuyen a la promoción global de destinos y a la mejora continua de la experiencia turística dentro del país de destino.

Adicional, durante la fase de reserva y pago, los servicios financieros facilitan las transacciones internacionales, como la compra de boletos aéreos, reservas de alojamiento y actividades turísticas. Aquí, los seguros de viaje también son fundamentales para proteger a los viajeros contra imprevistos como cancelaciones, retrasos o emergencias médicas en el extranjero.

En el destino, los servicios financieros siguen siendo relevantes, ya que los viajeros pueden necesitar servicios bancarios locales, cambio de divisas y métodos de pago internacionales para sus gastos. Además, los seguros de viaje pueden cubrir eventos inesperados durante la estadía, como pérdida de equipaje o accidentes.

DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE EN EL PAÍS O LUGAR DE SALIDA

Figura 2. Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida.



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

La entidad encargada de enfocar a Panamá como destino turístico es PROMTOUR PANAMÁ para aquellos mercados emisores considerados como prioritarios, por lo que se encargan de las actividades indirectas como publicidad, marketing, comunicación y media, para ello cuentan con una estrategia de promoción internacional, la cual tiene como objetivo fundamental posicionar a Panamá como destino turístico sostenible de clase mundial, generar ingresos adicionales para la industria turística de Panamá, y fomentar la colaboración y la alineación de las partes interesadas.

A partir de estos objetivos PROMTOUR PANAMA ha generado un retorno aproximado de 59.45 veces el valor de cada balboa invertido. Esto refleja la eficacia de su posicionamiento estrategia de promoción y nuestro compromiso con el fortalecimiento y desarrollo de la industria turística de Panamá, contribuyendo así al crecimiento económico y social del país. (PROMTOUR PANAMÁ, 2023)

RESERVACIÓN

Los canales en línea (directo aerolíneas y OTAs) son los que han aumentado su participación en el T1-2023 vs. T1-2019, que para el 2023 su participación es del 62,0 %. La mayoría de los turistas, que visitan Panamá, reservan a través de los canales en línea. Todos los mercados prioritarios muestran este comportamiento, a excepción de Brasil y Argentina, donde el canal principal son las agencias de viaje “físicas”. A nivel general el 29,0 % reservo en agencias físicas, reservas corporativas fueron el 5,0 % y otros canales el 4,0 %.

Por otro lado, la ventana de reserva promedio fue de 48 días en el T1-2023, lo que significa una inversión de las tendencias recientes de ventanas de reserva más cortas. Esto puede ser una tendencia a la normalización de viaje después de la pandemia.

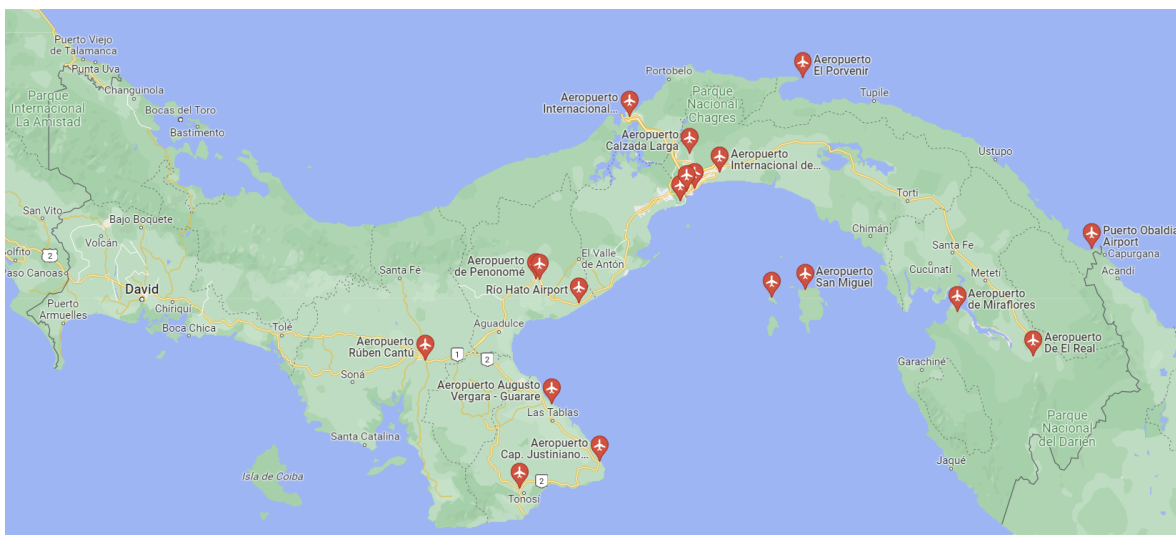
TRANSPORTE INTERNACIONAL

En la etapa de transporte, Panamá posee no solo una infraestructura marítima sobresaliente a nivel mundial, sino una de las más avanzadas infraestructuras aeroportuarias de toda América Latina, dada su privilegiada posición geográfica, el Aeropuerto Internacional Tocumen, se ha convertido en un importante de conexiones entre Las Américas (Norte y Sur), razón por la cual, Ciudad de Panamá, ha sido reconocida internacionalmente como una de las mejor conectadas de Latinoamérica. Además, cuenta con una infraestructura portuaria de clase mundial atractiva para cruceros.

LÍNEAS AÉREAS

La infraestructura de terminales locales comprende un total de seis aeropuertos internacionales, que son: el Aeropuerto Internacional de Tocumen, el Aeropuerto Internacional Marcos A. Gelabert, el Aeropuerto Internacional Enrique A. Jiménez, el Aeropuerto Internacional Panamá Pacífico, el Scarlett Martínez International Airport y el Enrique Malek International Airport. Además de estos aeropuertos, se dispone de un conjunto de 24 pistas de aterrizaje que facilitan el transporte de pasajeros y mercancías.

Figura 3. Mapa de aeropuertos en Panamá



Fuente: GoogleMaps

CRUCEROS

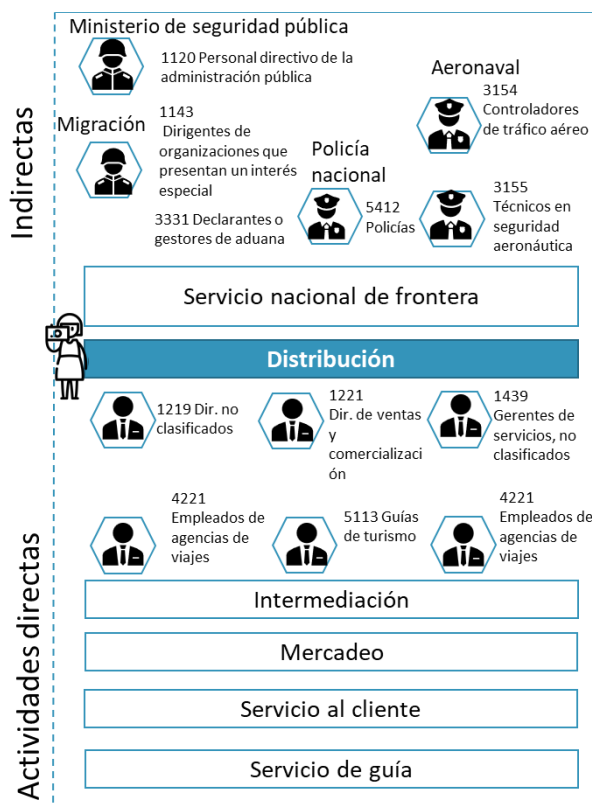
Este medio tiene gran potencial en la cadena de valor para el desarrollo del producto de cruceros, tanto de mega cruceros como de pequeños cruceros, brindando incentivos a aquellos que seleccionen como puerto base a Panamá. Según el Decreto Ejecutivo 274 del 11 de noviembre de 2020, publicado en Gaceta Oficial, se establece incentivos a cruceros, otorgando un incentivo de promoción turística a las líneas de cruceros que establezcan su puerto base en puertos panameños, que corresponde al reembolso del peaje por transitar en la vía canalera. En el Sistema Portuario Nacional, el movimiento de naves reflejó un incremento de 46,2 % comparándolo con el 2020, principalmente, en el servicio de cabotaje en 54,0 %; por el contrario, decreció el servicio de comercio exterior en 2,3 %.

Trabajar en cruceros que navegan por el Canal de Panamá o Los cruceros suelen contratar una variedad de profesionales y personal de servicio para cubrir una amplia gama de roles a bordo. Algunos de los puestos más comunes en cruceros incluyen:

- Tripulación de puente: Capitán, oficial de navegación, piloto, etc.
- Personal de servicio al cliente: Recepcionistas, asistentes de camarote, personal de información, etc.
- Personal de entretenimiento: Animadores, cantantes, bailarines, músicos, etc.
- Cocineros y personal de cocina: Chefs, cocineros, ayudantes de cocina, pasteleros, etc.
- Personal de limpieza y mantenimiento: Camareros de limpieza, personal de lavandería, técnicos, etc.
- Personal médico y de enfermería: Médicos, enfermeros, paramédicos

DISTRIBUCIÓN

Figura 4. Etapa 2. Distribución en la cadena de valor.



Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

En la etapa de distribución, las actividades que destacan son intermediación, mercadeo, servicio al cliente y servicio de guía. Para el desarrollo de estas actividades directas intervienen Agencias de Viajes, guías de turismo locales y nacionales y fincas agroturísticas, estos operadores juegan un papel importante al ofrecer paquetes turísticos, excursiones y actividades planificadas a los visitantes. También ayudan a organizar itinerarios y proporcionan información sobre destinos, los cuales vienen acompañados de servicios de apoyo como; servicios médicos, servicios bancarios, servicios de seguridad y otros servicios de apoyo que pueden ser necesarios durante la estadía de los turistas en el país.

AGENCIAS DE VIAJES

Las agencias de viajes están reguladas por la Ley 73 de 22 de diciembre de 1976, reglamentada por el Decreto No. 17-A de junio de 1977. Son empresas que operan principalmente en el territorio

nacional y se dedican a actuar como intermediarias entre los viajeros y los proveedores de servicios que estas utilizan. Antes de poder operar, estas agencias deben obtener una licencia otorgada, las Agencias de Viajes se clasifican en dos categorías; Clase "A" y Clase "B". Las agencias de clase A están autorizadas y desempeñan las siguientes funciones;

- Intermediación en la reserva ventas de billetes de pasajes en todos los medios de transporte en el país o en el extranjero y en el despacho de equipajes
- La reserva, venta y servicio de hospedaje
- La reserva y venta de servicio de alojamiento turístico no hoteleros como son hoteles-apartamentos, cabañas, campamentos y demás
- La promoción, organización, operación y venta "Viaje todo incluido"
- La representación por delegación de otras agencias nacionales o extranjeras

GUÍAS DE TURISMO NACIONALES Y LOCALES

La estrategia y plan de fortalecimiento al guía de turismo en Panamá está basada en los objetivos del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025, para desempeñar las funciones de guía de turismo se debe obtener una Certificación de Calidad Turística, para ello debe contar con título relacionado a turismo o como guía turístico, conocimiento de un segundo idioma dependiendo el tipo de guía, conocimientos en seguridad y emergencias, contar con un año de experiencia laboral en el ámbito de manejo; por lo que se clasifican así;

- **Guías generales**, corresponde a quienes tiene conocimientos en recursos turísticos del país, rutas y circuitos, segundo idioma en nivel avanzado
- **Guías locales**, corresponde a recursos turísticos del destino, sus rutas, y circuitos, debe tener segundo idioma en nivel intermedio
- **Guías de sitio**, debe demostrar segundo idioma en nivel intermedio
- **Guías especializados en turismo de aventura**, debe contar con habilidades y destrezas en comunicación, análisis de mapas, manejo de equipos especializados segundo idioma en nivel avanzado

FINCAS AGROTURÍSTICAS

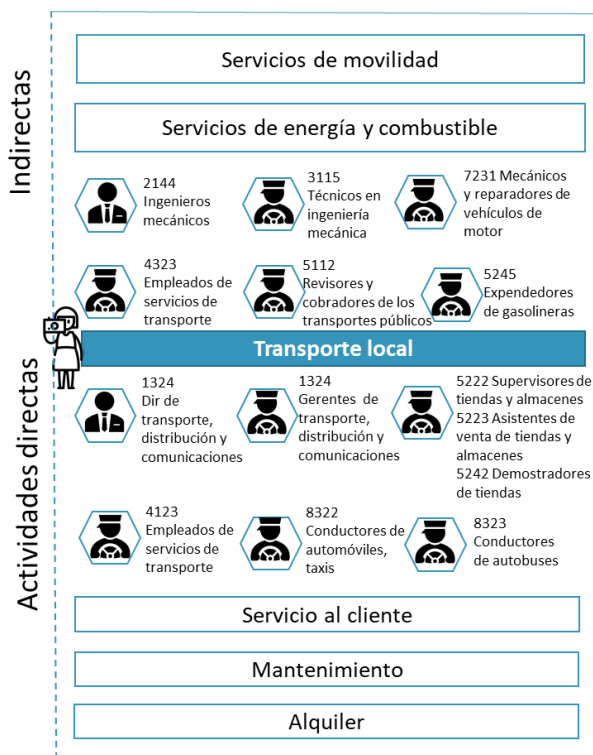
Se trata de una forma de turismo rural que se lleva a cabo en zonas rurales al integrar los servicios turísticos con las actividades agrícolas. Este tipo de turismo rural está gestionado por emprendedores agrícolas y se centra en la apreciación de la naturaleza por parte de las personas modernas, se encuentra regulada por la Ley 240 de 6 de octubre de 2021 GO: 29394 11/10/2021. El personal que debe disponer la finca previamente certificada deberá estar en la capacidad de dar acompañamiento a las rutas creadas, y si la finca ofreciera alojamiento deberá contar con el personal para este servicio.

ACTIVIDADES INDIRECTAS

Dentro de las actividades complementarias que se desarrollan en esta etapa de la cadena de valor se encuentra el servicio nacional de migración, donde intervienen entidades como el ministerio de seguridad pública, migración, policía nacional y aeronaval, las cuales se encargan de trámites y procesos migratorios tanto para nacionales como para extranjeros.

TRANSPORTE LOCAL

Figura 5. Etapa3. Transporte local



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

La cantidad de pasajeros transportados por MiBus, para el 2021, fue de 104.655.586 con una variación positiva de 15,50 % con relación al año anterior. Por su parte, el Metro de Panamá transportó 68.099.295 pasajeros en el 2021, que comparado con el 2020 subió 36,5 %. La longitud de la red vial en la República, para el 2021, fue de 17.457,4 kilómetros y por tipo de superficie: Hormigón 422,7; base de hormigón en superficie de concreto asfáltico 455,0; asfalto 3.768,3; tratamiento superficial 3.325,7; revestido 4.114,9 y tierra 5.370,6 kilómetros (INEC, 2023)

El marco normativo para las plataformas digitales que oferta servicios de transporte como Uber o Cabify se encuentra en construcción, tras la necesidad expuesta por el gremio de taxis en el país.

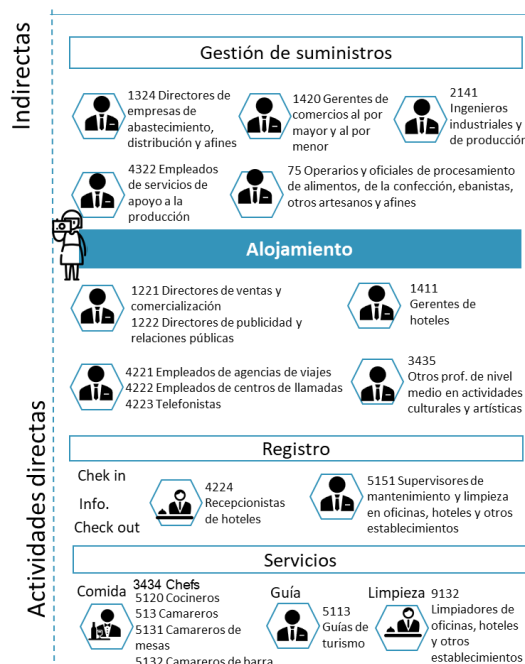
Adicional, el país cuenta Panamá cuenta con varias rutas de ferry populares que conectan puntos a lo largo de su costa y a algunas de sus islas destacadas. Entre estas rutas se incluyen el ferry a Isla Taboga, conocida por sus playas, el ferry a Isla Contadora en el Archipiélago de las Perlas, el ferry a Bocas del Toro en la costa caribeña famosa por sus playas y vida nocturna, el ferry a Chiriquí Grande para explorar más de esa región, el ferry a San Blas, hogar de la comunidad indígena Guna, y el ferry a Pedasí en la costa del Pacífico, conocido por su belleza natural. Estas opciones ofrecen una variedad de destinos para quienes deseen explorar la diversidad geográfica y cultural de Panamá.

ACTIVIDADES INDIRECTAS

Dentro de las actividades indirectas en este eslabón de la cadena de valor del turismo en Panamá, es la gestión de servicios de movilidad y combustible. Esta actividad desempeña un papel esencial al proporcionar la infraestructura y los recursos necesarios para que los turistas se desplacen de manera eficiente y segura durante su viaje. Incluye la disponibilidad de opciones de transporte, como automóviles de alquiler, taxis, transporte público y servicios de traslado, así como la distribución y suministro de combustible para vehículos. Estos servicios contribuyen significativamente a la comodidad y la accesibilidad de los destinos turísticos, lo que a su vez influye en la satisfacción de los viajeros y en la calidad general de la experiencia turística.

ALOJAMIENTO

Figura 6. Etapa 4. Alojamiento



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

La actividad de alojamiento en Panamá se rige por el Decreto Ejecutivo No. 82 de 2008, que establece normativas para implementar el Decreto Ley No. 4 de 2008 y la Ley No. 74 de 1976. Se define como hospedaje público el alquiler de habitaciones y servicios relacionados en establecimientos a cambio de pago. La ATP tiene como objetivo impulsar el desarrollo de la industria hotelera, actualizar las regulaciones y garantizar su adecuación a las necesidades del sector y los intereses de los usuarios. En Panamá, actualmente hay más de 20.000 habitaciones hoteleras, y se ofrecen incentivos para la inversión turística conforme a las leyes, incluyendo un crédito fiscal del 100,0 % para este tipo de empresas turísticas registradas en la ATP.

Los hoteles, hostales, resorts y otras opciones de alojamiento proporcionan lugares para que los visitantes se hospeden durante su estadía en Panamá. Estos establecimientos ofrecen una variedad de comodidades y niveles de servicio. A 2021 se encontraban registrados ante la ATP 1.182 hospedajes vigentes¹

Se consideran establecimientos de alojamiento turístico los siguientes:

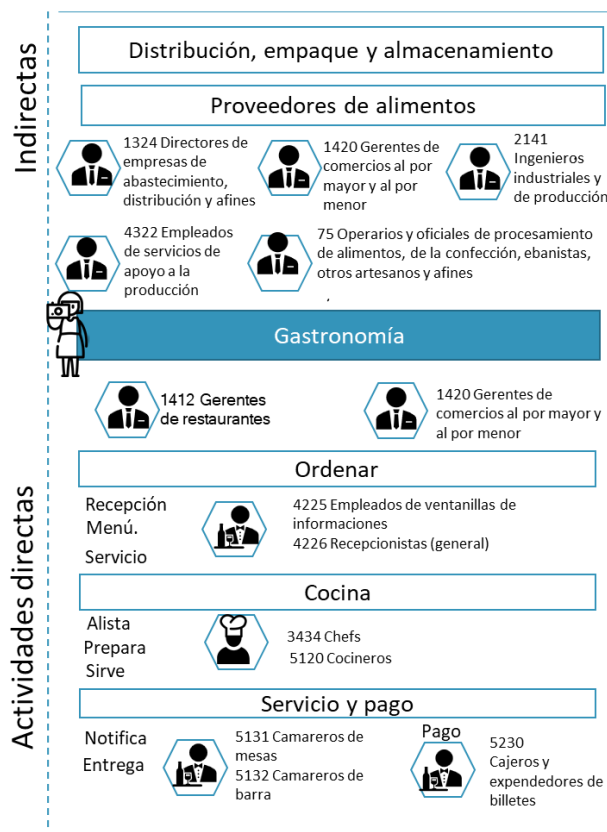
- Albergues.
- Apart-hotel
- Cabañas o Bungalows
- Hostal Familiar
- Hotel

¹ Ver Anexo 1

- Motel
- Régimen Turístico de propiedad horizontal
- Sitios de Acampar
- Otros servicios reconocidos por la Autoridad de Turismo, cuando su prestación esté dirigida fundamentalmente a turistas o visitantes.

GASTRONOMÍA

Figura 7. Etapa 5. Gastronomía



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

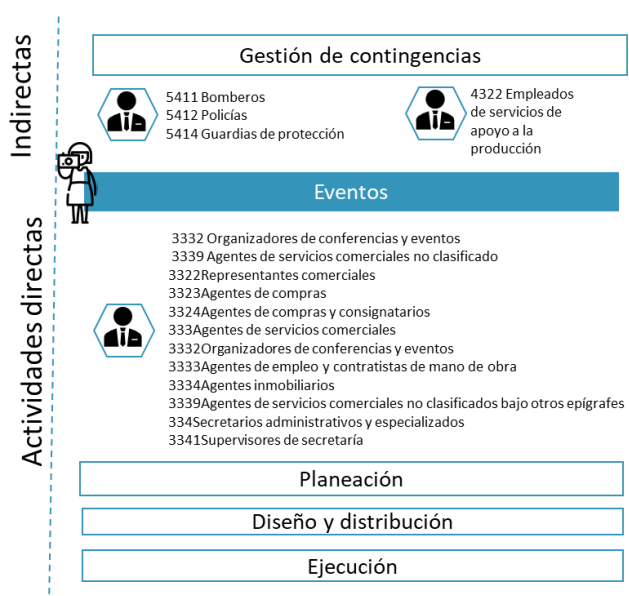
En la actualidad, el Turismo Gastronómico ha adquirido un papel fundamental en la industria turística a nivel global, y la ATP tiene como propósito su promoción y otorgarle el reconocimiento que merece debido a su versatilidad, influencia multicultural y autenticidad. Desde los vibrantes mercados callejeros hasta las sofisticadas expresiones culinarias, la gastronomía panameña ofrece experiencias diferentes para los viajeros. Publicaciones destacadas como "T'ACH: Cocina Autóctona Panameña," creada por el renombrado chef y empresario Charlie Collins, quien recibió el premio "Best in the World Culinary Heritage" por resaltar la herencia culinaria de Panamá, cuentan con el respaldo de la ATP, entre otros reconocimientos internacionales que resaltan la riqueza cultural y gastronómica del país a pesar de su tamaño. Además, en Panamá existen asociaciones dedicadas a promover la gastronomía, como la Asociación de Restaurantes y Afines de Panamá (ARAP), la Asociación de

Restaurantes, Bares y Discotecas (ARBYD), el Club Gastronómico de Panamá, y la Asociación Cervecera Artesanal de Panamá (ACAP).

Las actividades que están directamente relacionadas con la etapa de gastronomía engloban desde la toma de la orden por parte de los comensales hasta la preparación de los alimentos en la cocina, pasando por el servicio, y culminando en el proceso de pago. Estas actividades no solo constituyen los componentes fundamentales de la experiencia en un establecimiento de restaurante, bar u otros locales gastronómicos, sino que también representan un ciclo intrincado que debe ejecutarse con precisión y coordinación para garantizar la satisfacción del cliente. Cada paso en este proceso tiene un impacto directo en la percepción general del cliente sobre la calidad del servicio. De allí, estas actividades se alinean con el provisionamiento de alimentos, su distribución, empaque y almacenamiento, que son actividades indirectas en la etapa.

EVENTOS Y CONFERENCIAS

Figura 8. Etapa 6. Eventos



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

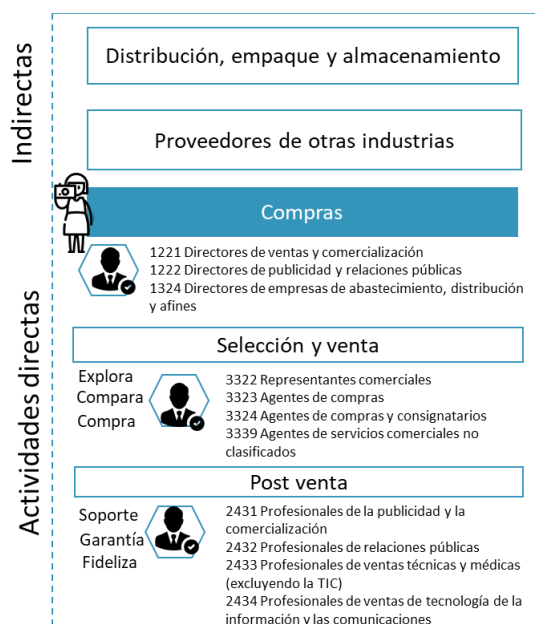
Uno de los eslabones de la cadena de valor en este país es el turismo de eventos, Panamá actualmente cuenta con el Centro de Convenciones Panamá (Panamá Convention Center) ubicado en la entrada del Canal de Panamá (Amador) tiene una capacidad de más de 20,000 personas y 61,000 m2 de áreas interiores. También hace parte de su inventario de eventos el Centro de Convenciones Atlántico Pacífico (ATLAPA), uno de los centros de convenciones que combina la herencia artística y cultural de un pueblo, ofrece un lugar completo para la realización de congresos, convenciones y reuniones.

En la organización de un evento o conferencia, las actividades de planificación son cruciales, ya que implican la definición de objetivos, temáticas, fechas y presupuesto. El diseño se refiere a la creación

de la estructura del evento, incluyendo la programación, selección de locaciones y marca. La distribución y logística se encargan de asegurar que los recursos y participantes lleguen a tiempo y estén dispuestos de manera eficiente. Además, es fundamental tener actividades de gestión de contingencias para enfrentar posibles imprevistos, como cambios climáticos, cancelaciones o emergencias, garantizando así el éxito y la seguridad del evento.

A 2021 en el ámbito del turismo de reuniones, a través del Plan de Incentivo, se lograron atraer 25 eventos internacionales, y actualmente se cuentan con 60 solicitudes pendientes para eventos que se llevarán a cabo en Panamá entre 2022 y 2027. Además, se promocionó el destino en 18 ferias internacionales que abarcaron tanto el turismo vacacional como las reuniones, eventos e incentivos. Durante estas ferias, se concretaron más de 1,700 reuniones de negocios entre empresas panameñas y compradores extranjeros, generando oportunidades comerciales por un valor superior a los 21 millones de balboas. También es importante destacar que se estableció contacto con 106 compradores a través de viajes de familiarización y visitas de inspección a Panamá, lo que contribuyó a resaltar los atractivos del país como destino turístico. (PROMTUR PANAMÁ, 2022)

Figura 9. Etapa 7. Compras.



Fuente: Elaboración propia a partir de (ATP, 2023) (ATP, 2020) (PROMTUR PANAMÁ, 2022) (UNWTO, 2023), (WTO/OMC, 2013) y (OIT, 2005)

Panamá ofrece una amplia gama de actividades de entretenimiento, como espectáculos en vivo, vida nocturna, deportes acuáticos, senderismo, avistamiento de aves y más. Estas actividades enriquecen la experiencia de los turistas y está directamente relacionada con la oferta natural y cultural del país.

Otras actividades dispuestas para el turista están relacionadas con las compras, arte y entretenimiento, en la actualidad cuenta con más de 10 modernos y seguros centros comerciales, así como la Zona Franca en la provincia de Colón, donde los nacionales y los visitantes pueden encontrar marcas internacionales a precios competitivos.

COMPRAS EN CENTROS COMERCIALES

Estas experiencias se circunscriben a los espacios en los que se encuentran estos Centros Comerciales, pero sus efectos en el empleo y en el encadenamiento de otras industrias de servicios son importantes. Ciudad de Panamá es el destino principal de este tipo de experiencias en Panamá, aunque la Zona Franca –también muy demandada- se encuentre en Colón, y en otras ciudades como David o Santiago se encuentren también centros comerciales importantes.

Compras en mercados locales (públicos, comunitarios, especiales, ferias, pulgas y calendario) y tiendas boutique (pequeños comercios dedicados a la venta de arte, artesanías y diseños de Panamá)

1.5. TENDENCIAS DE MERCADO

MOVILIDAD TURÍSTICA

Inversión en infraestructura de transporte y escenarios culturales como incentivo a visitantes e inversores. La creación del Centro de Eventos de Panamá ha tenido un impacto significativo en la generación de movilidad turística en el país, enfocándose principalmente en el turismo de eventos y negocios. Este moderno y versátil espacio se ha convertido en un imán para visitantes nacionales e internacionales que buscan participar en conferencias, ferias comerciales, congresos y otros eventos corporativos. Su capacidad para albergar eventos de gran envergadura y ofrecer servicios de calidad ha posicionado a Panamá como un destino atractivo para el turismo de negocios, contribuyendo así al crecimiento económico y al fortalecimiento de la industria turística en la región.

CONECTIVIDAD

Conectividad global como ventaja comparativa para el crecimiento del turismo. Panamá ha reconocido la importancia estratégica de impulsar la inversión en la industria de cruceros como parte fundamental de su estrategia de conectividad. Para lograrlo, el país ha implementado diversos incentivos dirigidos a las líneas de cruceros, fomentando así la expansión de sus operaciones en puertos panameños. De esta manera se fortalece su posición como un hub de conectividad en el mercado de cruceros en la región. La inversión en esta industria no solo beneficia a las empresas de cruceros, sino que también impulsa el turismo y la economía panameña en su conjunto, promoviendo una mayor conectividad marítima y consolidando la posición de Panamá como un destino de cruceros de renombre mundial.

SLOW TOURISM

Los viajes como experiencias sostenibles y culturales. Los gustos y preferencias de los turistas en cuanto a viajes evolucionan constantemente, y los hoteles deben adaptar sus ofertas y servicios para satisfacer estas cambiantes demandas. Una tendencia emergente en el turismo que ha cobrado fuerza en los últimos años es el Turismo Lento. Esta tendencia se caracteriza por poner un fuerte énfasis en la sostenibilidad, el compromiso con la cultura local y la apreciación completa de las experiencias de viaje. El Turismo Lento se ha convertido en una alternativa bien establecida al turismo de masas, ofreciendo a los viajeros una forma única y enriquecedora de explorar el mundo.

TURISMO DE COMPRAS

El turismo de compras en la Zona Libre de Colón (ZLC) se ha convertido en una tendencia, entre enero a julio de 2023, se han recibido 30,154 visitantes, según un informe de la administración de esta área comercial. Los datos revelan que el mes de marzo fue testigo del mayor flujo de visitantes, y destacan las regiones del Caribe, Centroamérica y Suramérica como las principales fuentes de visitas. En particular, los países que más contribuyeron a esta afluencia de turistas de compras son Cuba, Costa Rica, Ecuador, Colombia y Perú.

NÓMADAS DIGITALES Y EL "BLEISURE"

Los nómadas digitales se han convertido en una tendencia creciente en el mundo del turismo, marcando un cambio significativo en la forma en que las personas trabajan y viajan. A 2023, un estudio realizado por Nomad List revela que aproximadamente 63 millones de personas se identifican como nómadas digitales, de los cuales el 47,0 % son ciudadanos estadounidenses. Estos profesionales tienen la capacidad de llevar a cabo sus ocupaciones de manera remota, aprovechando la tecnología y la conectividad global. Algunas de las ocupaciones más comunes entre las mujeres nómadas digitales incluyen; consultores de marketing (15,0 %), creativos (15,0 %), fundadores de startups (12,0 %) y desarrolladores de software (10,0 %), mientras que para los hombres predominan los programadores de software (34,0 %), desarrolladores web (28,0 %), fundadores de startups (27,0 %) y consultores de marketing (15,0 %). (Nomad List, 2023)

Entre los nómadas digitales se destaca la tendencia sobre el "bleisure", un concepto que combina trabajo y ocio en los viajes. Esta idea promueve disfrutar del tiempo libre como turista mientras se aprovechan las oportunidades de negocio en diversos destinos. El "bleisure" representa una forma de turismo lento y creativo que los destinos turísticos deben tener en cuenta como una tendencia emergente. La flexibilidad de sus trabajos les permite vivir y trabajar en diferentes lugares de todo el mundo, y esto ha dado lugar a una búsqueda constante de los mejores destinos para los nómadas digitales. (World Leisure Organization, 2023)

A 2023 según Nomad List los mejores lugares para los nómadas digitales suelen ser aquellos que ofrecen una combinación de factores, como una infraestructura tecnológica sólida, costos de vida asequibles, una calidad de vida excepcional. Dentro de las ubicaciones populares incluyen ciudades como Tokio en Japón, Portimao en Portugal, Madrid en España, Koh Pha Ngan en Tailandia, Medellín en Colombia y Zagreb en Croacia.

TURISMO RURAL

La UNWTO define el turismo rural como una actividad turística que ofrece a visitantes experiencias relacionadas con la naturaleza, la agricultura, la vida rural y la cultura local. Estas experiencias se desarrollan en entornos rurales con baja densidad de población, paisajes dominados por la agricultura y la silvicultura, y tradiciones culturales arraigadas.

El turismo rural se considera una prioridad para la mayoría de los miembros de la UNWTO que respondieron a la encuesta. De los 79 países encuestados, 47 (59,0 %) lo consideran una prioridad, mientras que otros 29 (37,0 %) lo consideran una prioridad indirecta, ya que están desarrollando políticas para el desarrollo sostenible y la gestión del turismo basado en la comunidad (CBT, por sus siglas en inglés). El turismo rural se destaca como una herramienta para el desarrollo rural y sostenible, con el potencial de tener un impacto positivo a lo largo de la cadena de valor del turismo. Sin embargo, solo el 20,0 % de los países encuestados tienen políticas específicas y sistemas de apoyo para el turismo rural, mientras que la mayoría incluye el turismo rural en políticas y mecanismos de apoyo relacionados con otras formas de turismo, como el CBT o el ecoturismo. (UNWTO, 2023)

Cabe resaltar que sólo el 14,0 % de los países encuestados ha adoptado mecanismos como los incentivos para el empleo o el emprendimiento, así como los incentivos fiscales aplicados específicamente a este campo.

Los principales desafíos identificados para el desarrollo rural a través del turismo incluyen la falta de infraestructura en áreas rurales, la despoblación, la estacionalidad y la competencia de productos, la falta de educación y formación, así como la limitación en el acceso a sistemas financieros y la gestión de recursos naturales. A pesar de estos desafíos, la mayoría de los países encuestados ven un futuro prometedor para el turismo rural en la próxima década, con un 96,0 % de ellos esperando una mejora en esta área. La encuesta también revela que hay un alto consenso en torno a la definición de turismo rural propuesta por la UNWTO, aunque existen diferencias en la disponibilidad de datos sobre turismo rural debido a limitaciones financieras y técnicas en la recopilación y análisis de datos.

TURISMO DE BIENESTAR

El turismo de bienestar es una forma de viajar que busca mejorar y mantener el bienestar general. A lo largo del tiempo, ha evolucionado para ofrecer experiencias que van encaminadas a la reducción de estrés, prevención de enfermedades, promoción de hábitos saludables, hasta tratamientos de enfermedades u operaciones estéticas. Esta modalidad de turismo explora diversos lugares, como centros y spas de bienestar, hospitales y terapias de spa.

El mercado de Turismo de Bienestar Global se espera que aumente considerablemente durante el período de pronóstico entre 2023 y 2030. En 2022, el mercado está creciendo a un ritmo constante y con la creciente adopción de estrategias por parte de los principales actores, se espera que el mercado se eleve durante el horizonte proyectado. El tamaño global del mercado de Turismo de Bienestar se valoró en 18.694,5 millones de dólares en 2021 y se espera que se expanda a una tasa de crecimiento anual compuesta del 15,9 % durante el período de pronóstico, alcanzando los 45.351 millones de dólares para 2027.

Los destinos más populares para el turismo de bienestar se encuentran en varias regiones del mundo. En América del Norte, destacan Estados Unidos, Canadá y México. En Europa, son Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Rusia y Turquía. En Asia-Pacífico, China, Japón, Corea, India, Australia, Indonesia, Tailandia, Filipinas, Malasia y Vietnam son destinos buscados. En Sudamérica, Brasil, Argentina y Colombia atraen a quienes buscan bienestar. Por último, en Medio Oriente y África, Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Nigeria y Sudáfrica son relevantes en este tipo de turismo, reflejando la creciente demanda mundial de experiencias relacionadas con la salud y el bienestar. (Future Market Insights, 2023)

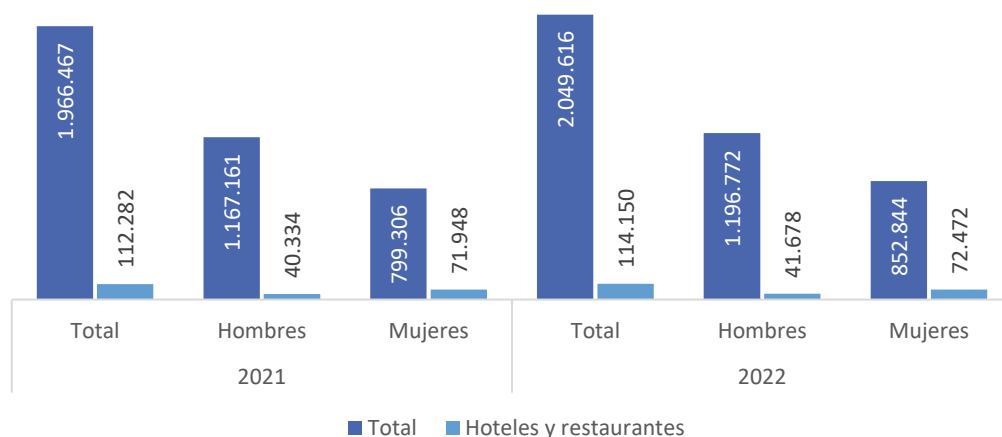
2. OFERTA LABORAL

2.1. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

A 2022, la PEA total (ocupados y desocupados) fue de 2.049.616 personas, con un incremento de 83.149 personas con relación a octubre 2021. Mientras que para el sector de hoteles y restaurantes

la PEA se ubicó en 114.150 personas, es decir el 5,6 % de la PEA total del mercado laboral. La PEA total masculina para este mes fue de 1.196.772 personas es decir el 58,4 %, con un incremento de 29.611 hombres respecto a octubre 2021. En cuanto a la PEA total femenina había 852.844 mujeres equivalente al 41,6 %, registrando un aumento de 53.538 personas de un año a otro para el mes de referencia. Cabe resaltar que el comportamiento según sexo en el sector de hoteles y restaurantes es contrario, ya que la PEA femenina representó 63,5 % del sector.

Gráfica 12. Población Económicamente Activa (PEA) 2021 -2022. Total y sector hoteles y restaurantes



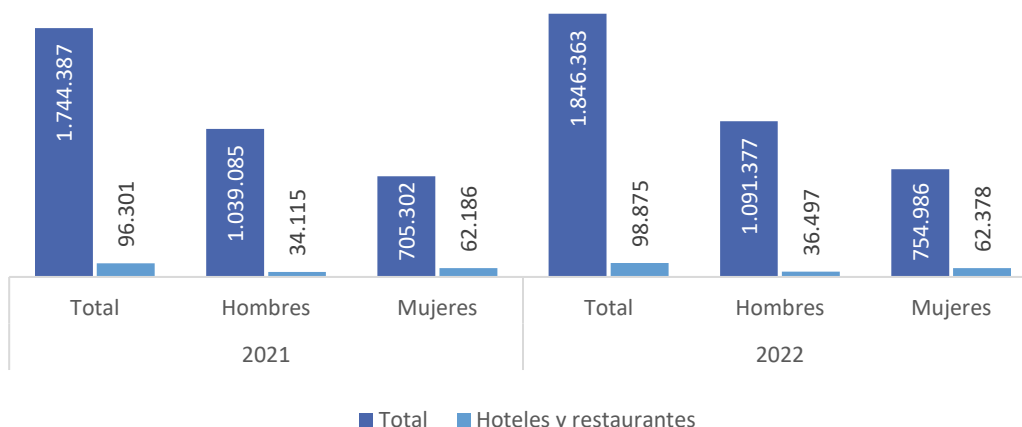
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

2.2. OCUPADOS

El sector de hotelería y restaurantes no tiene un impacto significativo en términos de la proporción del empleo total, ya que a 2022 el total de ocupados en el sector hotelería y restaurantes fue de 98.875 personas del total de 1.846.363 ocupados, representando el 5,4 % de la población total ocupada, de la cual el 63,1 % fueron mujeres.

La población empleada en todo el país alcanzó un total de 1.846.363 personas, registrando un aumento de 101.976 empleados con respecto a octubre de 2021. Este incremento se evidenció tanto en hombres, con un incremento de 52.292, como en mujeres, con un aumento de 49.684. Las cifras indican que en la totalidad hubo 1.091.377 hombres empleados y 754.986 mujeres empleadas. En particular, el sector de hotelería y restaurantes mostró un aumento más pronunciado en empleo masculino, con un incremento de 2.382 hombres en comparación con el año anterior, mientras que el empleo femenino creció en 192 personas.

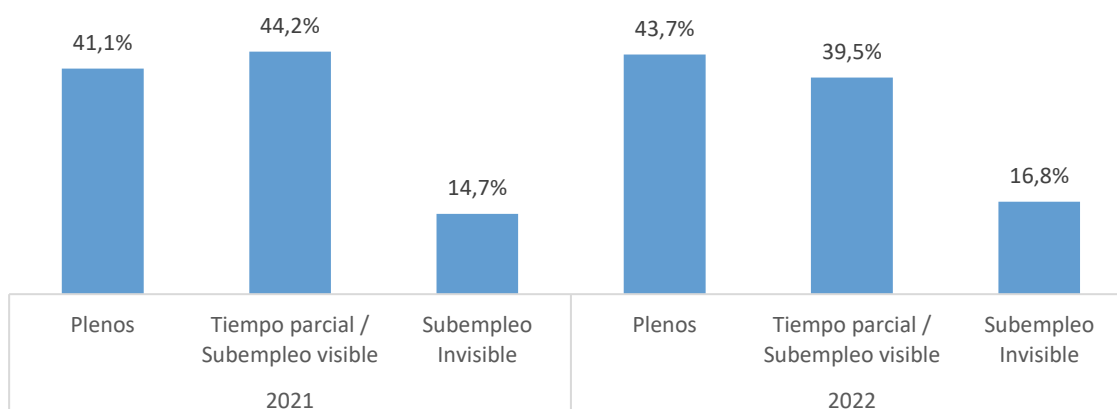
Gráfica 13. Ocupados 2021 -2022. Total, y sector hoteles y restaurantes



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

En específico para el sector hotelería y restaurantes, en 2022, se registraron 39,611 personas empleadas a tiempo completo que no buscaban empleo, ni deseaban trabajar más horas de las que trabajaron, lo que representa el empleo pleno en un 41,1%. Sin embargo, también es importante considerar el subempleo visible, que afectó a 42.577 personas, es decir el 44,2 %, indicando que estas personas trabajaron menos de 40 horas y que deseaban trabajar más horas, han buscado y estaban disponibles. Por otro lado, el subempleo invisible, que engloba a aquellos trabajadores que trabaja 40 horas o más y percibían ingresos inferiores al salario mínimo; afectó a 14.113 personas, lo que resalta la complejidad de la situación laboral del sector.

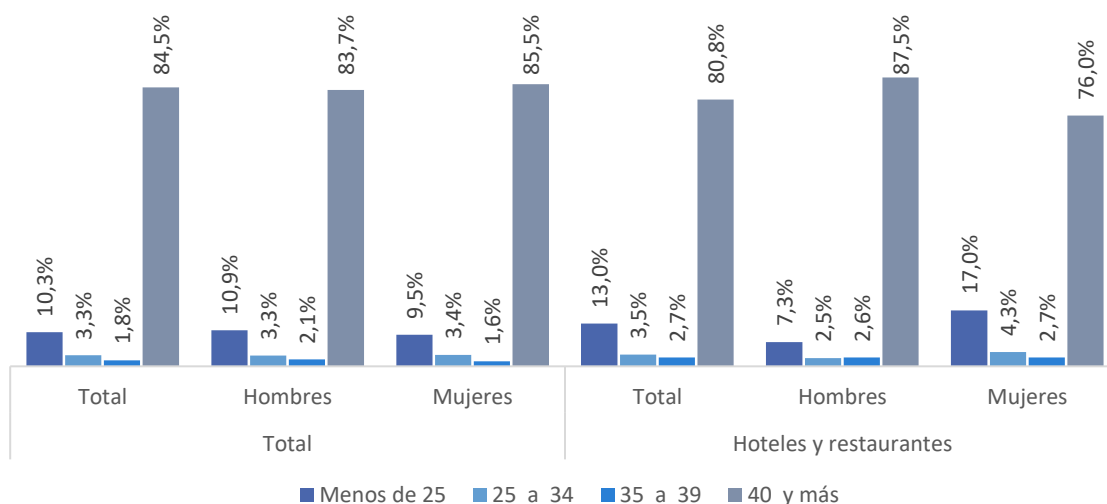
Gráfica 14. Características de ocupados. 2021-2022. Sector hotelería y restaurantes



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

En el análisis detallado de las horas semanales trabajadas en 2022, se evidencia una menor participación de las mujeres en el empleo a tiempo completo en el sector de hotelería y restaurantes, reflejando una distribución desigual del tiempo dedicado al trabajo. En el segmento de menos de 25 horas semanales, un total de 7.827 personas estuvieron empleadas en el sector de hotelería y restaurantes, de las cuales 7,3 % fueron hombres y 17,0 % mujeres. Mientras que las personas que trabajaron 40 horas o más a la semana se ubicaron en 48.823, con 22.086 hombres es decir 87,5 % y 26.737 mujeres que representaron el 76,0 %, dicha situación varía para el total del mercado laboral, ya que en el rango de 40 horas o más trabajadas en la semana la proporción es mayor para las mujeres en 85,5 % frente al 83,7 % de los hombres.

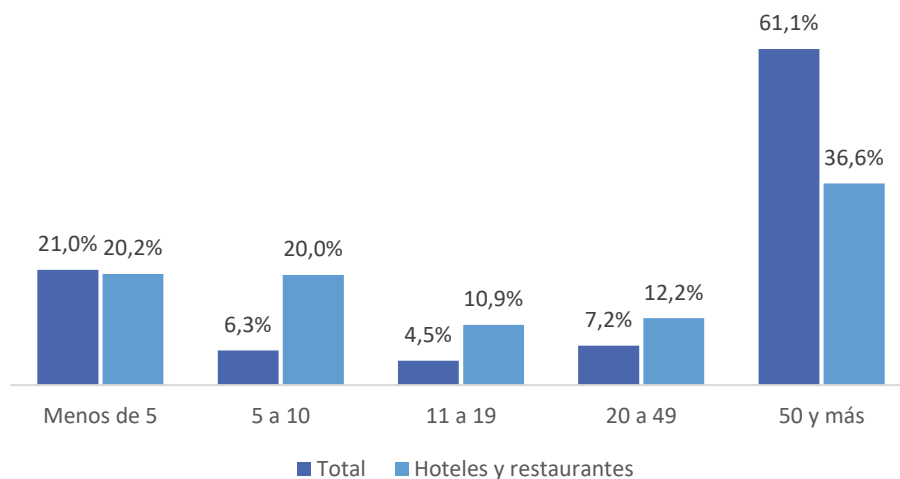
Gráfica 15. Horas semanales trabajadas según sexo 2022. Total, y sector hotelería y restaurantes



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

En el mercado laboral en su totalidad, las empresas más grandes, con 50 o más trabajadores, representaron la mayoría de las oportunidades laborales, empleando al 61,1 % de la fuerza laboral, cerca de 676 mil personas. Sin embargo, este panorama cambia en el sector de hotelería y restaurantes, donde se observa una mayor concentración de empleo en empresas más pequeñas, con menos de 50 trabajadores. Estas empresas dieron trabajo al 63,4 % de los empleados en el sector, es decir 38.267, mientras que las empresas más grandes solo emplearon al 36,6 %, lo que equivale a 22.136 personas. Este contraste subraya la diversidad de dinámicas laborales entre sectores y tamaños de empresa, y destaca la importancia de entender estas variaciones para abordar adecuadamente las necesidades de empleo y desarrollo económico a nivel sectorial.

Gráfica 16. Ocupados según tamaño de la empresa. Total y sector hotelaría y restaurantes.



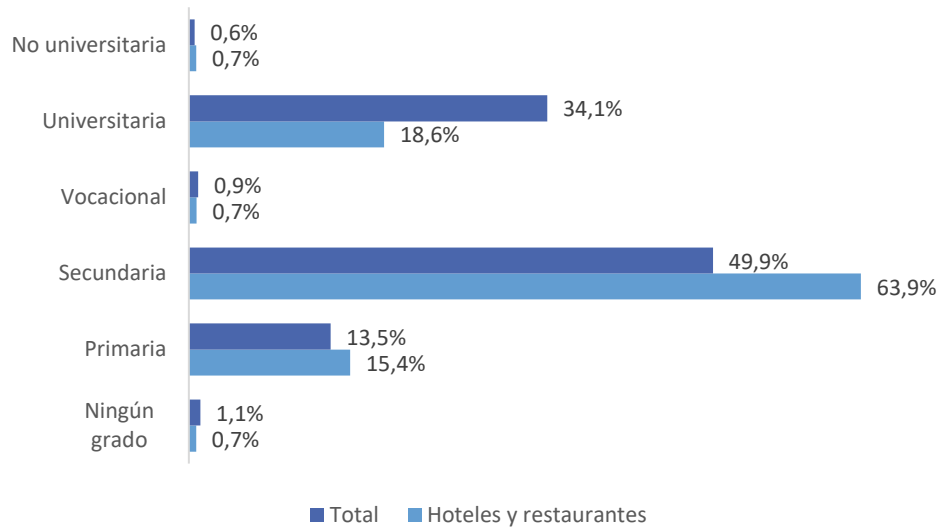
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

El nivel educativo de la población ocupada usualmente está relacionado con la productividad, la distribución de ingresos, la movilidad social y la capacidad de un país para competir en un mercado globalizado. De esta forma, a nivel nacional, el 13,5 % de la población ocupada tenía un nivel educativo de educación primaria, mientras que el 49,9 % había completado la educación secundaria. El 34,1 % tenía educación superior.

En comparación, con el sector de hotelaría y restaurantes, se observan diferencias notables. En este sector, el 15,4 % de los ocupados tenían educación primaria o inferior, es decir 1,9 puntos porcentuales mayor a los ocupados del mercado laboral en general. Además, el 63,9 % tenía educación secundaria, lo que refleja una proporción significativamente mayor en comparación con el empleo total. En términos de educación superior sólo el 18,6 % de la población presentaba estudios universitarios, una brecha de 15,5 puntos porcentuales con los ocupados totales.

Cabe resaltar el promedio de años aprobados para el sector de hoteles y restaurantes a 2022 fue de 10,4, es decir 1,2 años menor al promedio del total de ocupados, que se ubicó en 11,7. Estos datos demuestran que el sector de hotelaría y restaurantes tiende a emplear a una mayor proporción de trabajadores con educación secundaria, en contraste con el mercado laboral en su totalidad, lo que sugiere la necesidad de estrategias específicas de capacitación y desarrollo en este sector.

Gráfica 17. Ocupados según nivel educativo 2022. Total y sector de hotelaría y restaurantes

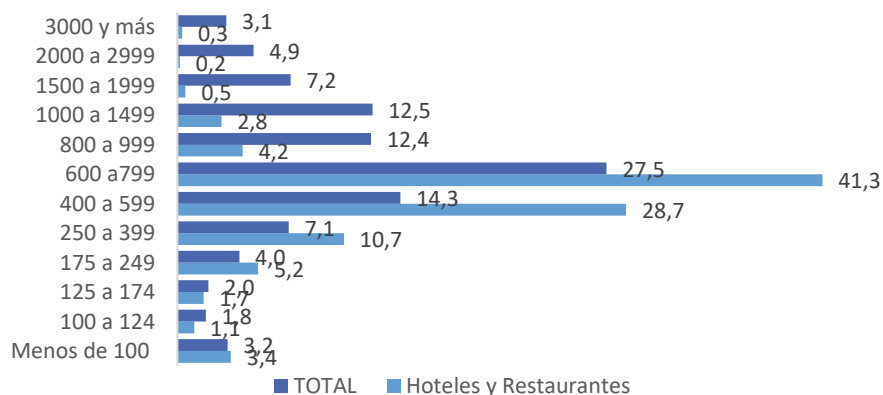


Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

Otra de las características de los ocupados se encuentra en función de sus salarios mensuales devengados. A nivel nacional, la población ocupada percibía un salario promedio de \$728,2 balboas, mientras que en el sector de hoteles y restaurantes el salario promedio era \$133,2 balboas menor, es decir \$595,0 balboas.

Para el sector en análisis, el 70,0 % de los empleados ganaba un entre \$400 a \$799 balboas, una proporción significativamente mayor en comparación con el mercado laboral en su totalidad, siendo de 41,7 %. Para rangos salariales más altos también se evidencia una brecha significativa, ya que el 32,1 % de los empleados totales ganaba entre \$800 y \$1999 balboas, mientras que en el sector de hoteles solo el 7,5 % de empleados recibía un salario en este rango. Ello refleja disparidades notables en los niveles salariales del sector de hotelería y restaurantes en comparación con el mercado laboral en su conjunto.

Gráfica 18. Ocupados según salario mensual devengado. Total, y sector de hotelería y restaurantes. 2022



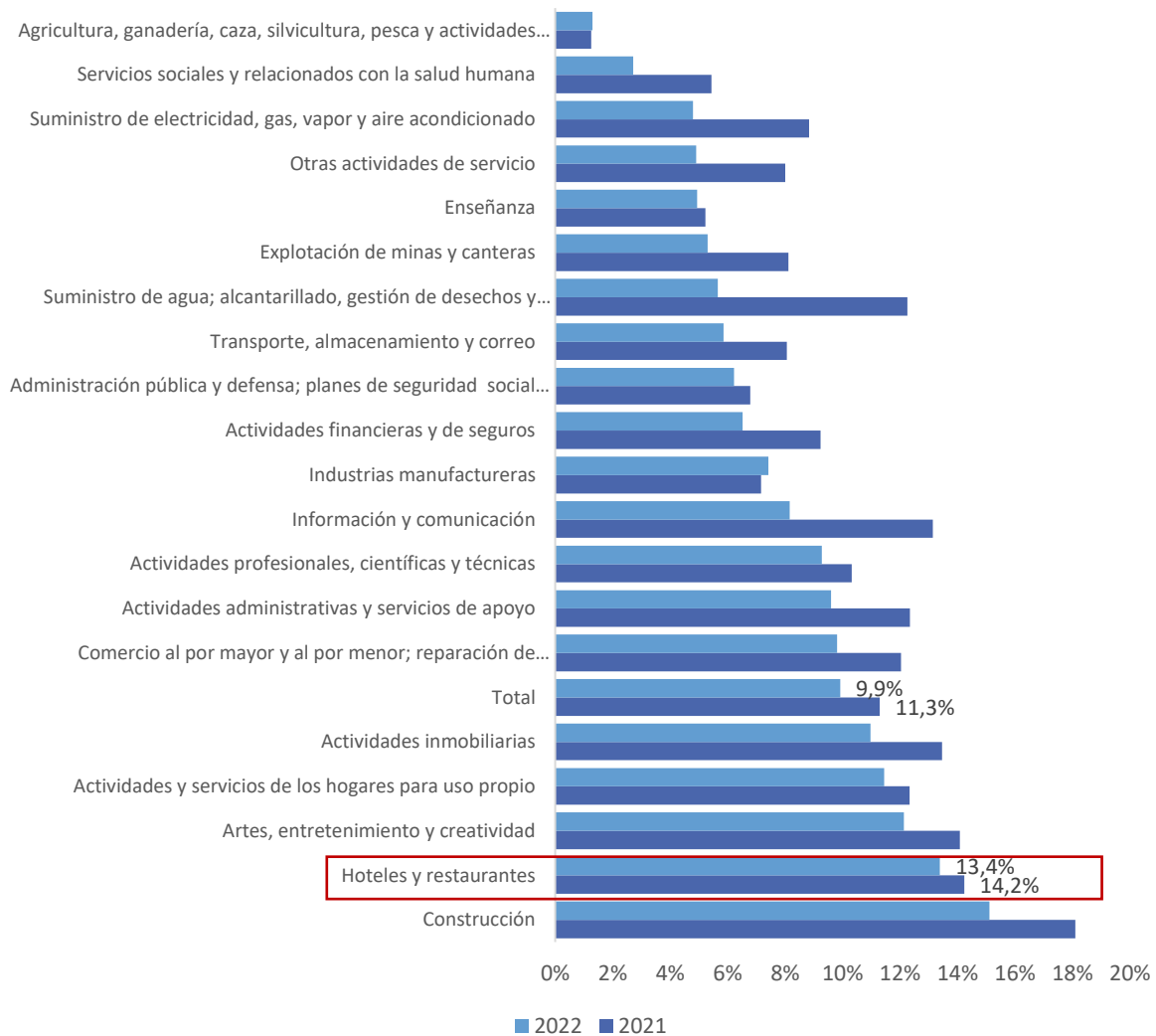
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

2.3. DESOCUPADOS

La cantidad de personas sin empleo en todo el país se situó en 203,253 individuos, de acuerdo con los datos recopilados en la Encuesta de Propósitos Múltiples de abril de 2022. Esto marcó una reducción del 8,5 % en comparación con los 222.080 desempleados registrados en octubre de 2021. En términos de sexo, se calculó que había 105.395 hombres desempleados y 97.858 mujeres desempleadas, evidenciando una disminución en la tasa de cambio del 17,7 % y 4,1 %, respectivamente.

En términos de la tasa de desempleo, en 2021 se ubicó en 11,3 % y a 2022 paso a 9,9 %. Dentro de los sectores con mayor tasa de desempleo en 2022 se ubicaron el sector construcción (15,1 %), hoteles y restaurantes (13,4 %) y artes, entretenimiento y creatividad (12,1 %).

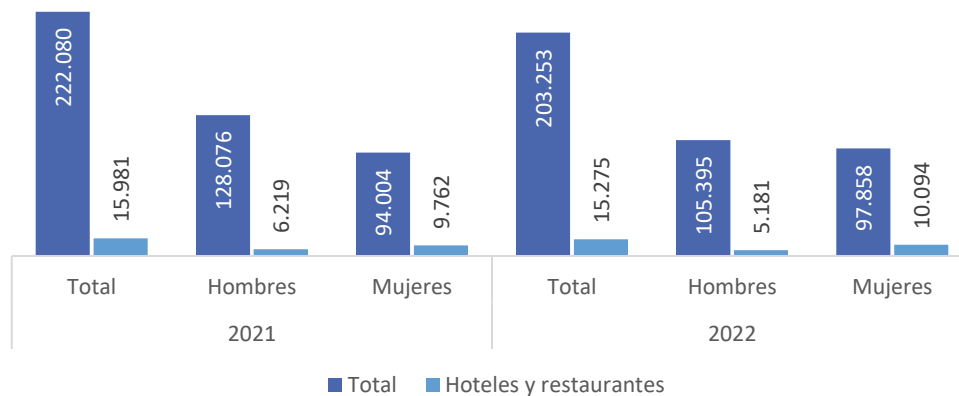
Gráfica 19. Tasa de desempleo según actividad económica 2021-2022



Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

De tal forma uno de los sectores más afectados en la pérdida de empleo es el de hotelería y restaurantes, donde el desempleo ha alcanzado un 13,4 % con una reducción de tan solo 0,9 puntos porcentuales frente al 2021, es decir que se recuperaron sólo 706 empleos en este sector, mientras que el mercado laboral en su conjunto recupero 18.827 empleos.

Gráfica 20. Desocupados 2021 -2022. Total y sector hoteles y restaurantes

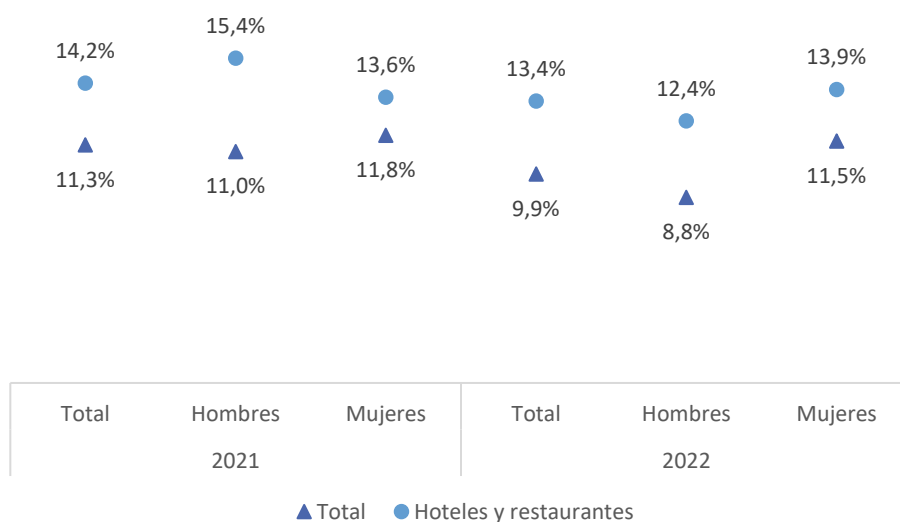


Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

La tasa de desempleo es significativamente mayor que el promedio nacional, en 3,5 puntos porcentuales lo que sugiere una vulnerabilidad particular para el sector en análisis.

En el sector de hotelería y restaurantes en 2022, la disparidad de género en el desempleo favorecía a los hombres, ya que la tasa de desempleo para ellos era del 12,4 %, en comparación con el 13,9 % registrado para las mujeres. Esta diferencia de 1,5 puntos porcentuales se redujo con respecto a 2021, cuando era de 1,9 puntos porcentuales.

Gráfica 21. Tasa de desempleo según sexo 2021-2022- Total y sector hotelería y restaurantes



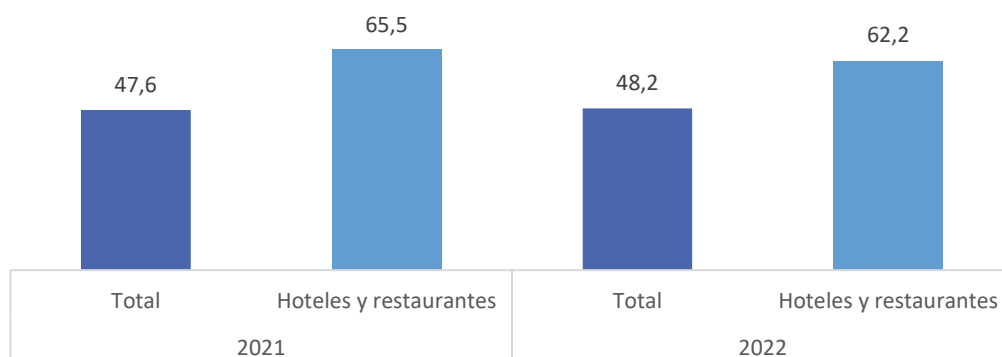
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

2.4. EMPLEO INFORMAL

La informalidad laboral en América Latina juega un papel fundamental en la dinámica de los mercados laborales, y su respuesta a los ciclos económicos es aún más acentuada que la del empleo formal. Sin embargo, esta misma informalidad ralentiza la adaptación ágil de los mercados laborales, lo que a su vez tiene un efecto adverso en el crecimiento de la productividad. Esto implica que, en economías con una alta informalidad, la evaluación del rendimiento del mercado laboral no puede basarse únicamente en tasas de desempleo y creación de empleo, sino que también se debe prestar una atención crítica a la tasa de informalidad como un indicador esencial. (FMI, 2019)

Según datos de 2021 y 2022, el empleo informal sigue siendo un desafío para la economía panameña, pues a 2021, el porcentaje de empleo informal llegó a ser el 47,6 %, sin embargo, a medida que la economía se recuperaba de la pandemia, el empleo informal aún era una preocupación importante en 2022 pues se posicionó en 48,2 %, evidenciando un deterioro en este indicador. En el sector de hotelería y restaurantes, la informalidad presenta una proporción mayor de trabajadores que no tenían acceso a las protecciones laborales básicas, para 2021 se ubicó en 65,5 % reduciéndose a 2022 en 62,2 % es decir 3,3 puntos porcentuales menor. Por lo que la escasez de empleos de calidad continúa siendo uno de los problemas estructurales del mercado laboral en particular del sector de hoteles y restaurantes, siendo prioridad mejorar la calidad del empleo.

Gráfica 22. Porcentaje de empleo informal 2021-2022. Total y sector hotelería y restaurantes



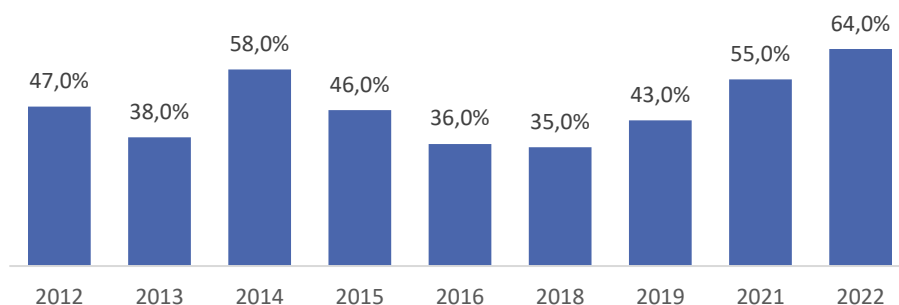
Fuente: Elaboración propia a partir de (INEC-EPM, 2022)

3. DEMANDA LABORAL

En la actualidad, es una realidad que los empleadores se enfrentan a un desafío significativo, la dificultad para encontrar el talento adecuado que reúna la combinación precisa de habilidades técnicas y fortalezas humanas. A medida que el mundo laboral evoluciona y se vuelve cada vez más complejo y diversificado, las empresas buscan candidatos que no solo posean las destrezas técnicas requeridas para el trabajo, sino también las habilidades interpersonales y emocionales necesarias

para prosperar en un entorno laboral colaborativo y en constante cambio. Este desequilibrio entre la demanda y la oferta de habilidades ha llevado a una creciente brecha de talento en diversas industrias, lo que subraya la importancia de la formación continua, la adaptabilidad y la promoción de la diversidad de habilidades en el mercado laboral actual. La escasez de talento en Panamá alcanza el nivel más alto de los últimos 10 años, según (ManpowerGroup, 2023) el 64,0 % de empresas no encuentra talento calificado.

Gráfica 23. Escasez de talento humano Panamá. 2012-2022



Fuente: (ManpowerGroup, 2023)

En la última edición de la Encuesta de Expectativas de Empleo de ManpowerGroup Panamá, más de 200 empleadores a nivel nacional mantuvieron las intenciones de contratación del trimestre anterior, informando una tendencia neta de empleo ajustada estacionalmente de 35,0 %. Las intenciones de contratación aumentan año tras año, pero se mantienen trimestre a trimestre 4 p.p. y 2 p.p. respectivamente. Las empresas en el sector de Servicios de Comunicación (70,0 %) reportan las intenciones de contratación más altas, seguidas de Transporte, Logística & Automotriz (57,0 %) y Tecnologías de la Información (50,0 %). (ManpowerGroup, 2023).

A nivel general, posiciones más demandadas son atención al cliente, ventas y mercadeo, operaciones y logística, administración y asistentes de oficina y recursos humanos, mientras que las habilidades blandas más demandadas son; proactividad, colaboración, responsabilidad y disciplina pensamiento crítico y creatividad.

Se ha observado un cambio notable en el mercado laboral, donde las personas están más dispuestas a explorar nuevas oportunidades, sin importar cuándo comenzaron su empleo actual. Un dato revelador es que aproximadamente la mitad de aquellos que ingresaron al mundo laboral en el año 2022 se autodenominan "buscadores de trabajo activos". Esto sugiere una evolución en la demanda laboral, con un 100% de la fuerza laboral en Panamá mostrando una mayor apertura a la posibilidad de encontrar un nuevo empleo. Este cambio en la mentalidad laboral subraya la importancia de la adaptabilidad y la necesidad de que las empresas se centren en atraer y retener talento en un mercado laboral en constante transformación. (MichaelPage, 2023)

El equilibrio entre la vida personal y profesional desempeña un papel crucial en la satisfacción laboral. Sorprendentemente, esta influencia es incluso mayor que factores tradicionalmente considerados, como el salario, las oportunidades de capacitación y desarrollo, beneficios como comidas gratuitas o membresías de gimnasio, entre otros. En Panamá, este equilibrio vida-trabajo tiene un impacto significativo, representando un 61,0 % en la satisfacción laboral. Esta estadística subraya la importancia de que las empresas reconozcan y fomenten el bienestar de sus empleados como un componente fundamental para atraer y retener talento en un mercado laboral competitivo. (MichaelPage, 2023)

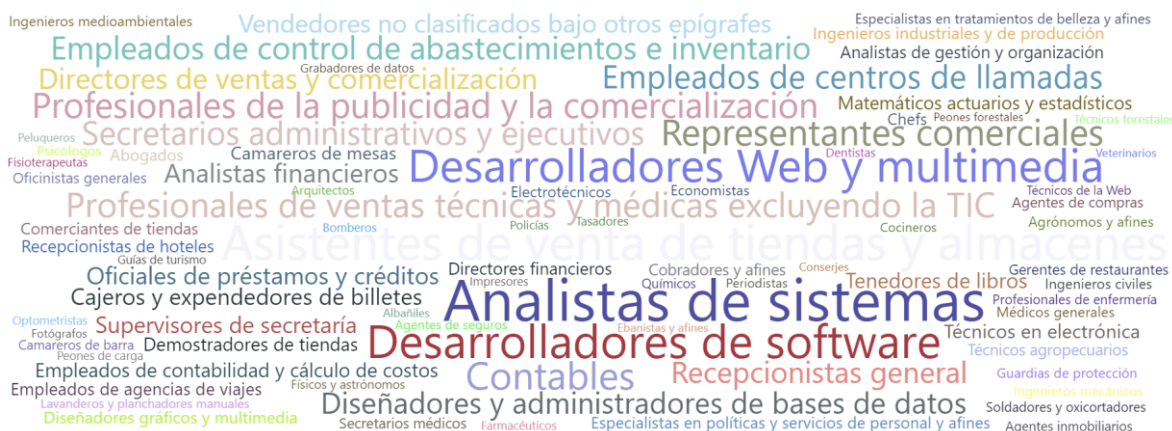
DEMANDA LABORAL EN PANAMÁ

Para prever la escasez de mano de obra mediante datos de demanda y oferta laboral, se pueden emplear enfoques de aprendizaje automático que predigan la escasez de talento a nivel ocupacional. Así, en la siguiente sección el análisis implicó la búsqueda de datos de intermediación laboral, conocida en inglés como "Big Data Analysis" o "Web Scraping". Estos métodos utilizan protocolos de "raspado" para recopilar información de la web. Dado que el país carece de datos históricos sobre vacantes de empleo, se propone utilizar la técnica de "Web Scraping" para extraer información de sitios web y obtener datos sobre la demanda laboral.

El "Web Scraping" es una técnica que utiliza software para simular la navegación web humana, transformando datos no estructurados en la web (como el formato HTML) en datos estructurados que se pueden almacenar y analizar en una base de datos central o en otra fuente de almacenamiento. Estas metodologías, a través del Big Data, se convierten en herramientas excelentes para comprender la demanda de habilidades en el sector productivo, facilitando así la formulación de políticas públicas integrales de educación y formación necesarias en los países.

De tal manera, tras la aplicación de las técnicas mencionadas, en total se obtuvo que en Panamá entre agosto y noviembre de 2023 se ofertaron 20.820 vacantes, donde se utilizaron fuentes como los portales de CompuTrabajo, LinkedIn y Opcionempleo. Del total de vacantes el 45,6% correspondieron a vacantes de alta cualificación, el 32,9% vacantes de baja cualificación y el restante, es decir 21,4% fueron vacantes de media cualificación.

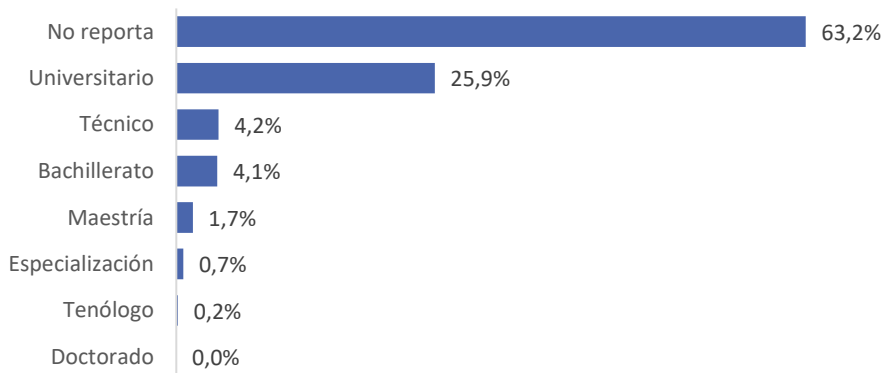
Figura 10. Vacantes más demandadas en Panamá



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

En cuanto al nivel educativo de los trabajadores, se observa una prevalencia del 63,2% que no reporta su nivel educativo. El 25,9% posee educación universitaria, seguido por un 4,2% con formación técnica y un 4,1% con bachillerato. Maestría, especialización, tecnólogo y doctorado representan porcentajes más bajos, sumando el 2,4% del total de vacantes. El hecho de que 6 de 10 vacantes no contengan información sobre el nivel de educación requerido revela un vacío de información que dificulta la comprensión de las necesidades del sector productivo.

Gráfica 24. Nivel educativo demanda laboral en Panamá Ago-Nov 2023

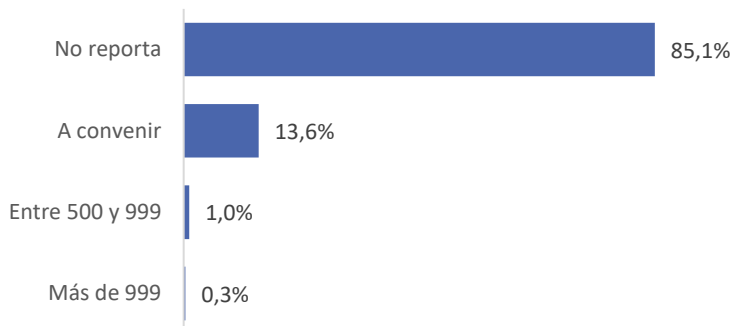


Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

De acuerdo al nivel salarial, se obtuvo que el 85,09% de las vacantes no reporta su salario, lo que indica la necesidad de políticas que promuevan la divulgación de información salarial. En aquellos que sí lo reportan, el 13,5% tiene salarios a convenir, mientras que un pequeño porcentaje, el 1,02%, percibe salarios entre 500 y 999, y solo el 0,34% tiene ingresos superiores a 99, la escasa presencia

de salarios entre 500 y 999 (1,02%) y superiores a 999 (0,34%) sugiere una posible brecha salarial que podría afectar la motivación y la retención del talento humano.

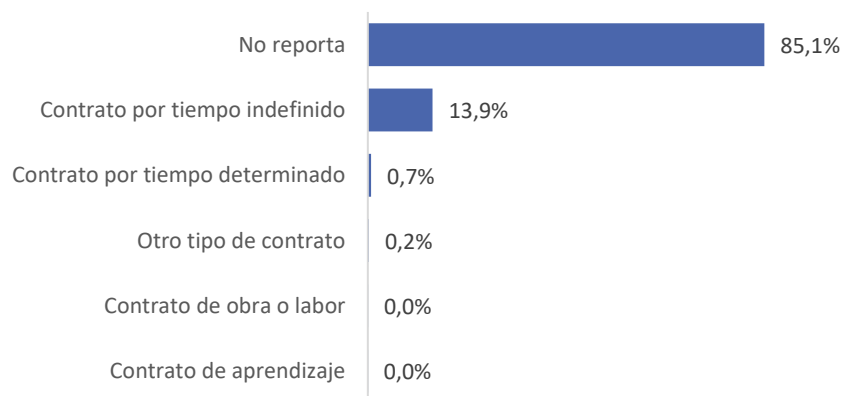
Gráfica 25. Nivel salarial demanda laboral en Panamá Ago-Nov 2023



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

La mayoría de los empleadores (85,09%) no especifica el tipo de contrato laboral que oferta. Del 14,91% restante, el 13,90% cuenta con contrato por tiempo indefinido, el 0,73% tiene contrato por tiempo determinado, el 0,24% tiene otro tipo de contrato, el 0,03% está bajo contrato de obra o labor, y solo el 0,01% tiene contrato de aprendizaje. Así, se plantean desafíos en la comprensión de la estabilidad laboral y la naturaleza de las relaciones entre empleadores y empleados. La predominancia de contratos por tiempo indefinido (13,90%) indica cierta estabilidad, pero la falta de información detallada limita las conclusiones precisas sobre esta dimensión en el análisis de la demanda laboral.

Gráfica 26. Tipo de contrato demanda laboral en Panamá Ago-Nov 2023



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

En términos de ocupaciones, se observa una diversidad de perfiles. Las categorías más demandadas son Profesionales, Científicos e Intelectuales (39,0%). Por su parte, la concentración significativa en Técnicos y Profesionales de Nivel Medio (21,4%) destaca la demanda de habilidades específicas y técnicas, subrayando la necesidad de programas educativos que se alineen con estas necesidades del mercado. Seguidos por el personal de apoyo administrativo con el 12,2%. En contraste, Las ocupaciones con niveles más bajos de cualificación representan menos cantidad de vacantes ofertadas, pues las ocupaciones elementales representan el 1,8%, mientras que agricultores y trabajadores agropecuarios, forestales, de la pesca y caza son el 0,2%.

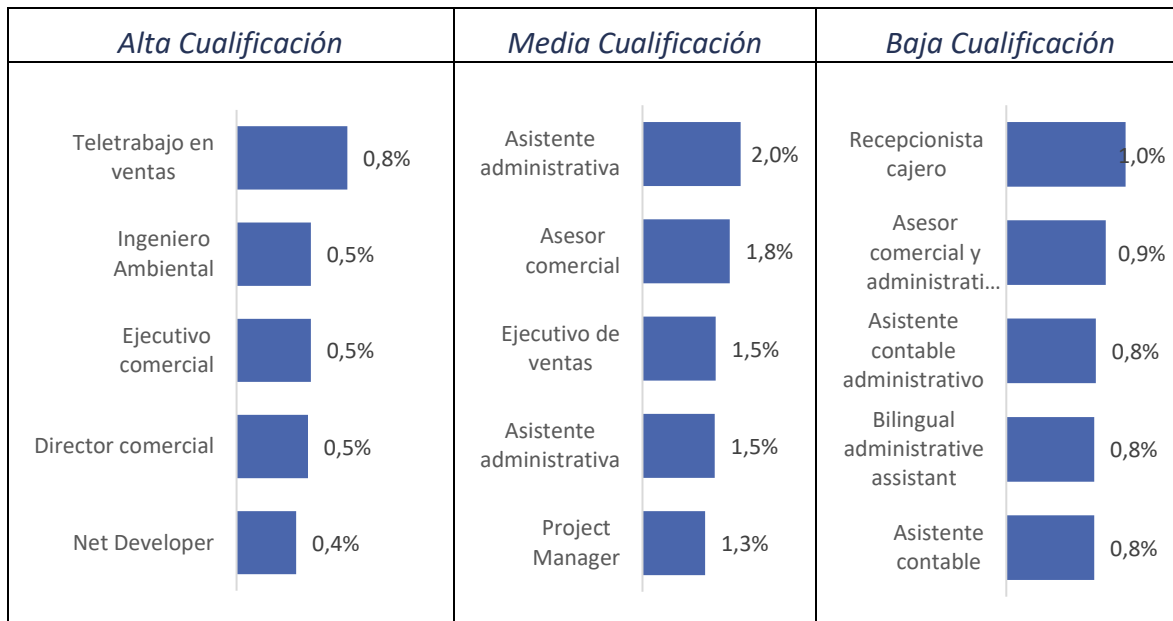
Gráfica 27. Ocupaciones más demandadas en Panamá Ago-Nov 2023



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

Dentro de los cargos más solicitados por nivel se encuentran:

Gráfica 28. Cargos más demandados por nivel de cualificación en Panamá Ago-Nov 2023

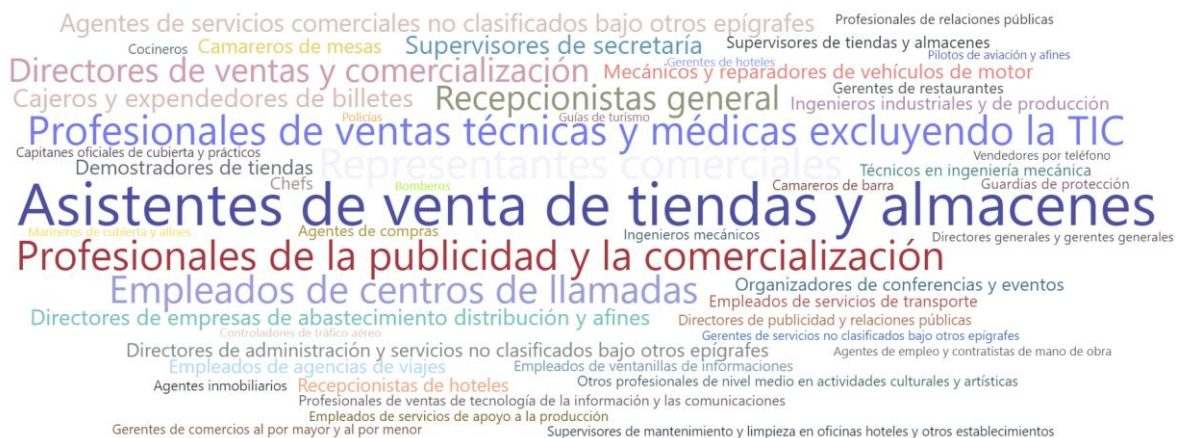


Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

3.1. VACANTES DEL SECTOR

El número de publicaciones de vacantes para el sector turismo y hotelería en el país ascendió a **6.935**, entre agosto y noviembre de 2023, es decir el 33,3% de la demanda total del país, según la técnica de web scraping de páginas de empleo como Computrabajo, Linkedin y opcionempleo. Este enfoque de recolección de datos permitió obtener una visión representativa de las oportunidades laborales disponibles en el sector, abarcando desde posiciones operativas hasta roles directivos.

Figura 11. Vacantes más demandas

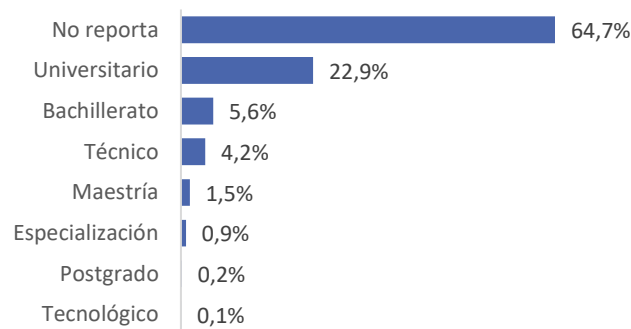


Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

Se identificaron características más relevantes de las vacantes en términos de requisitos educativos, modalidades contractuales y niveles salariales, proporcionando así una perspectiva sólida para comprender las demandas y necesidades específicas del mercado laboral turístico en Panamá.

Se observa una tendencia marcada hacia la preferencia de candidatos con formación universitaria con un 22,9% y el 4,2% a personas con formación técnica. En contraste, 6 de cada 10 vacantes no reportan un nivel educativo específico, mientras que solo el 3,0% de las vacantes requieren estudios de posgrados incluyendo maestrías y especializaciones.

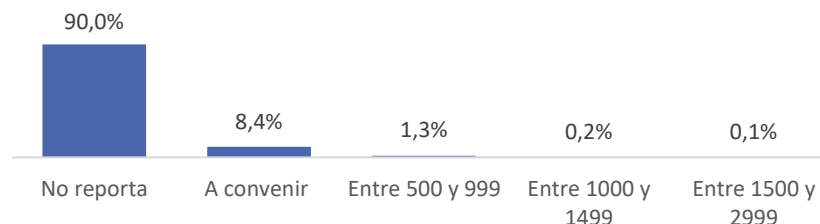
Gráfica 29. Demanda laboral según nivel educativo



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

En términos de salarios, se destaca una tendencia en la reserva de la información salarial, ya que el 90,0% de las vacantes analizadas opta por no divulgar dicha información de manera pública en sus anuncios de empleo. Esta práctica está relacionada con la información asimétrica del mercado laboral, específicamente en lo que respecta a las expectativas salariales. Por otro lado, un 8,4% de las vacantes elige la opción de convenir el salario, sugiriendo una disposición a negociar con los candidatos según sus habilidades, experiencia y otros factores que incidan en la asignación de un empleo. En el segmento de vacantes que sí especifican la remuneración, se observa que solo el 1,6% de las ofertas, aproximadamente 113 vacantes, propone un rango salarial entre los \$500 y \$2.999 balboas.

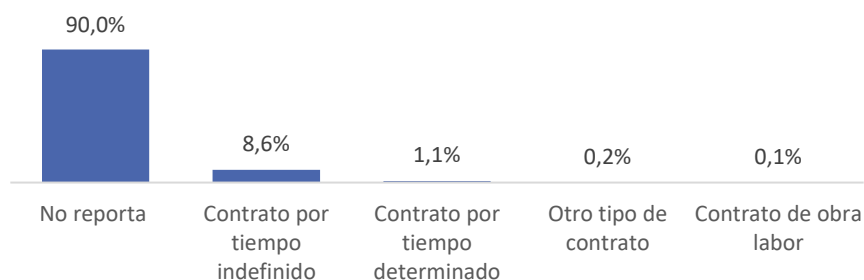
Gráfica 30. Demanda laboral según expectativa salarial



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

Una de las características del mercado laboral está relacionada con la modalidad de contratación, generando información sobre estabilidad laboral o condiciones de trabajo. Al examinar las vacantes del sector, se destaca que un significativo 90,0% de ellas opta por no especificar una modalidad de contratación en particular. En contraste, un 8,6% de las ofertas de empleo se inclina hacia la seguridad laboral al proponer contratos por tiempo indefinido y solo el 0,1% se estiman como vacantes con contratos por obra labor.

Gráfica 31. Demanda laboral según modalidad contractual



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

3.2. CARGOS MÁS DEMANDADOS

Según la clasificación de ocupaciones de la CIUO-08 a grandes grupos, se observa que el 24,4% de las vacantes disponibles corresponden a trabajadores de servicios y vendedores en comercio y mercados, seguida por los técnicos profesionales del nivel medio, que representan el 22,1%, ambos grupos ocupando posiciones caracterizadas por un nivel de cualificación baja y media. El personal de apoyo administrativo, representan el 18,9%, una categoría clasificada como del nivel bajo de cualificación.

Gráfica 32. Ocupaciones más demandadas según gran grupo ocupacional CIUO-08

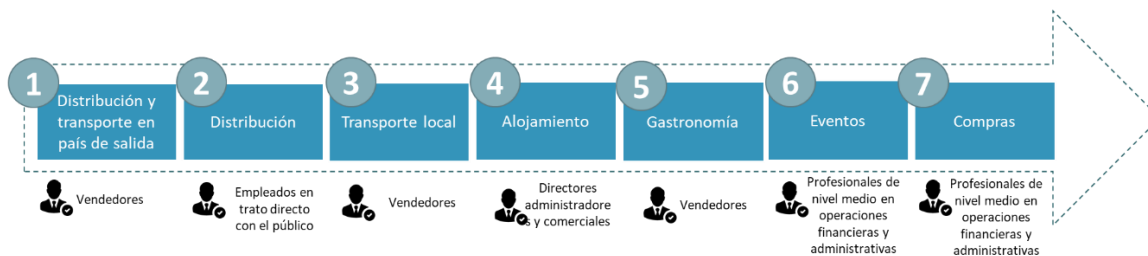


Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

A nivel de subgrupos, las vacantes clasificadas como vendedores ascendieron a 1.373, representado el 19,8% del total, seguidos por los Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas con 1.275 vacantes, es decir, 18,4%. Se destacan los empleados de trato directos con el público con 1.195 vacantes, correspondiente al 17,2%, seguidos de los Especialistas en organización de la administración pública y de empresas con 1.133 que corresponde al 16,3%, y por último los directores, administradores y comerciales con 575 equivalente al 8,3%.

Según la cadena de valor, las ocupaciones más solicitadas en subgrupos específicos fueron los vendedores, específicamente en las fases de distribución y transporte en el país de origen, así como en las etapas de transporte local y gastronomía. Por otro lado, el subgrupo que predominó en los eslabones de eventos y compras fue el subgrupo de profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas. Por último, en la etapa de alojamiento, el subgrupo relevante fue el de directores, administradores y comerciales.

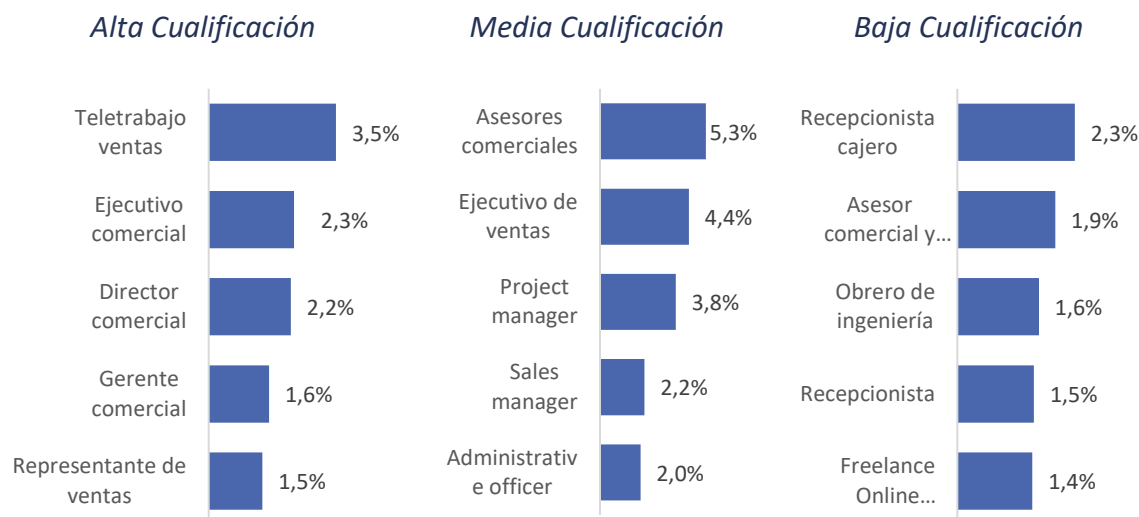
Figura 12. Ocupación más demanda según cadena de valor. Subgrupo CIUO-08



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

A nivel de cualificación, se encontró que el 31,7% de las pertenecen a alta cualificación el 22,1% media cualificación y el 46,1% baja cualificación, dentro de los cargos más solicitados por nivel se encuentran;

Gráfica 33. Top 5 cargos más demandados según nivel de cualificación



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

3.3. COMPETENCIAS Y HABILIDADES REQUERIDAS

A lo largo del ciclo de vida, se desarrollan habilidades esenciales que se complementan con aquellas adquiridas durante la formación educativa y que, posteriormente, evolucionan en el entorno laboral. La educación superior y la capacitación no formal desempeñan un papel clave en la adquisición de habilidades técnicas específicas demandadas que requieren los sectores productivos. En este sentido, la tendencia actual hacia el aprendizaje en el trabajo resulta fundamental para fomentar una cultura de desarrollo continuo. Esta tendencia debe integrarse con la transformación digital y la automatización, ya que están dando forma al panorama laboral actual y exigen la adquisición de nuevas competencias. Destaca, en particular, la importancia de las habilidades digitales en la evolución del ámbito laboral. (ManpowerGroup, 2019)

Así, para el presente estudio se identificaron tres tipos de habilidades; habilidades blandas que hacen referencia a las capacidades sociales u organizativas como trabajo en equipo e idiomas; habilidades técnicas que se refieren a los conocimientos teóricos o prácticos especializados que se requieren para desempeñar funciones o tareas específicas adquiridos y las habilidades digitales se refieren a la capacidad de utilizar y comprender tecnologías de la información y la comunicación. (CEDEFOP, 2014)

Figura 13. Habilidades más demandadas



Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

Con el fin de determinar un listado de habilidades y revisar sus coincidencias dentro de las ofertas de empleo, a fin de encontrar las habilidades más demandadas que permitan anticiparse a las tendencias del mercado laboral se aplicó la técnica de webscraping.

Para el total de ocupaciones, se encontró que el 39,7% corresponde a habilidades técnicas como inglés, ventas, gestión y office. El 32,3% demanda habilidades digitales; donde sobresalen dominio de Excel, management, Microsoft, legal y marketing. Mientras que sólo el 27,9% de habilidades corresponden a las blandas, dentro de las que sobresalen; comunicación, control, organización, analítica y seguridad.

Tabla 4. Habilidades más demandadas según grupo ocupacional CIUO-08

Nivel	Gran Grupo CIUO 08	Habilidades blandas	%	Habilidades digitales	%	Habilidades técnicas	%
Alto	Directores y gerentes	Total	35,4%	Total	18,9%	Total	45,7%
		Comunicación	8,5%	Excel	11,7%	Ventas	9,7%
		Control	7,4%	Microsoft	9,7%	Gestión	8,8%
		Organización	5,8%	Legal	8,2%	Inglés	7,0%
	Profesionales, científicos e intelectuales	Total	25,4%	Total	35,1%	Total	39,5%
		Comunicación	10,6%	Marketing	7,4%	Inglés	9,4%
		Control	6,1%	Excel	6,2%	Ventas	9,3%
		Organización	5,1%	Management	5,5%	Gestión	7,6%
Medio	Técnicos profesionales de nivel medio	Total	28,3%	Total	32,7%	Total	39,0%
		Comunicación	8,9%	Excel	9,5%	Ventas	9,1%
		Control	8,3%	Management	6,6%	Inglés	8,5%
		Análítica	5,4%	Microsoft	5,2%	Office	7,8%
Bajo		Total	22,42%	Total	41,67%	Total	35,92%
		Comunicación	10,1%	Management	7,3%	Inglés	13,0%

Nivel	Gran Grupo CIUO 08	Habilidades blandas	%	Habilidades digitales	%	Habilidades técnicas	%
	Personal de apoyo administrativo	Control	10,0%	Sales	5,4%	Office	11,4%
		Liderazgo	7,7%	Excel	4,4%	Gestión	8,5%
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	Total	29,0%	Total	31,5%	Total	39,6%
		Control	8,7%	Excel	8,8%	Ventas	10,4%
		Comunicación	7,2%	Management	5,2%	Inglés	10,1%
		Analítica	5,2%	Design	4,8%	Gestión	7,7%
	Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores	Total	35,2%	Total	20,7%	Total	44,1%
		Analítica	9,3%	Excel	11,4%	Gestión	8,5%
		Limpieza	9,3%	Microsoft	9,1%	Procesos	8,5%
		Control	8,0%	Word	9,1%	Calidad	7,4%
	Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas	Total	29,7%	Total	30,1%	Total	40,3%
		Comunicación	7,4%	Legal	8,1%	Gestión	11,2%
		Control	5,9%	Excel	7,7%	Inglés	10,7%
		Seguridad	4,7%	Management	7,7%	Procesos	9,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de webscraping

A nivel de alta cualificación se encuentran los directores y gerentes y profesionales, científicos e intelectuales. Para quienes se clasificaron el primer gran grupo ocupacional, se requirieron un 27,9% de habilidades blandas, dentro de las más buscadas se presentan; comunicación, control y organización. Las habilidades digitales representaron el 18,9% donde figuran, dominio de Excel y Microsoft así, como conocimientos legales del sector. En cuanto a habilidades técnicas, estas tuvieron la mayor participación con un 45,7%, encontrándose dominio del inglés, ventas y gestión como las principales habilidades requeridas.

Para el segundo grupo de alta cualificación, se destacan las habilidades técnicas con un 39,5% relacionadas con el dominio del idioma inglés, las ventas y gestión. El personal que requiere el sector productivo a este nivel debe estar preparado en habilidades digitales como; Marketing (7,4), Excel (6,2%), y Management (5,5%).

En similar comportamiento, las ocupaciones que se identificaron en el grupo de técnicos profesionales de nivel medio, clasificados en el nivel de cualificación medio, pues las habilidades técnicas constituyen el 39,0% del total de habilidades requeridas, seguidas de las habilidades digitales con el 32,6%.

Las habilidades blandas más requeridas para los grupos de baja cualificación fueron control, comunicación, organización y analítica. En específico para los grupos de personal de apoyo administrativo y Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas tiene mayor incidencia la comunicación. Cabe resaltar que para el grupo de Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados se requiere el control como una habilidad blanda principal para ocupar los cargos.

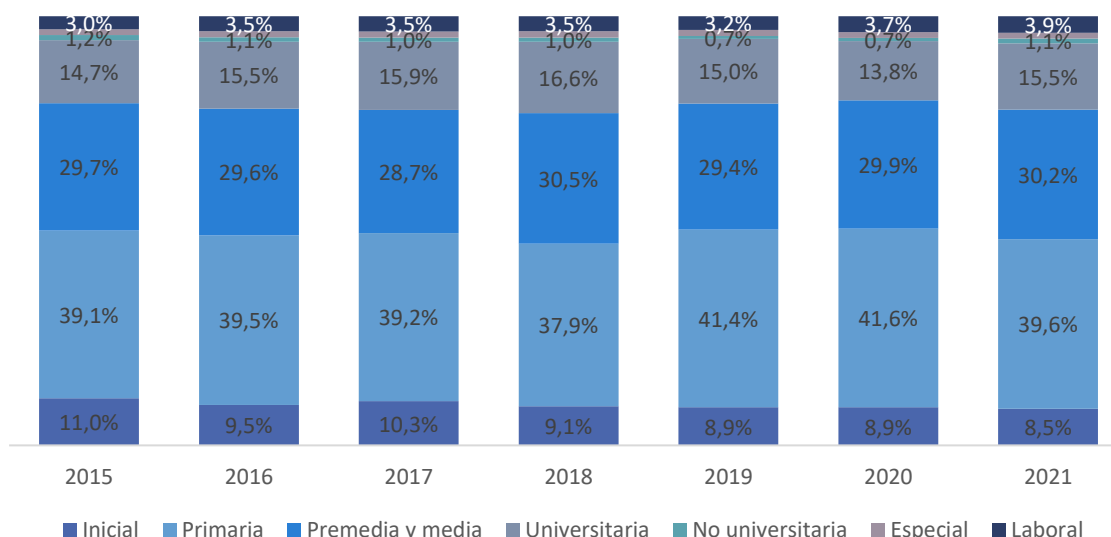
Dentro de las habilidades técnicas para los grupos de baja cualificación las más requeridas fueron inglés, ventas y gestión. En términos de habilidades digitales, la participación similar comparado con alta y media cualificación, sin embargo, destacan el manejo de Excel, management y Microsoft.

4. OFERTA EDUCATIVA

4.1. NIVELES DE FORMACIÓN

El Sistema Educativo Panameño se rige bajo la Ley 47 de 1946, Orgánica de Educación, junto con las modificaciones de la Ley 34 de 1995, establece que la educación es un derecho y un deber para todas las personas. Consta de tres niveles, educación básica, educación media y educación superior. Se complementa con la educación especial, suplementaria y laboral.

Gráfica 34. Matriculados, por nivel de educación: años académicos 2015-21



Fuente: (INEC, 2023)

En el primer Nivel o Educación Básica General es obligatorio y gratuito, con una duración de once años. Se divide en tres etapas: preescolar (2 años), primaria (6 años) y pre-media (3 años). La educación preescolar se ofrece a niños menores de seis años para estimular su desarrollo físico, emocional y mental. La educación primaria abarca edades de 6 a 11 años y favorece el desarrollo integral del estudiante. La educación pre-media se imparte a estudiantes de 12 a 15 años,

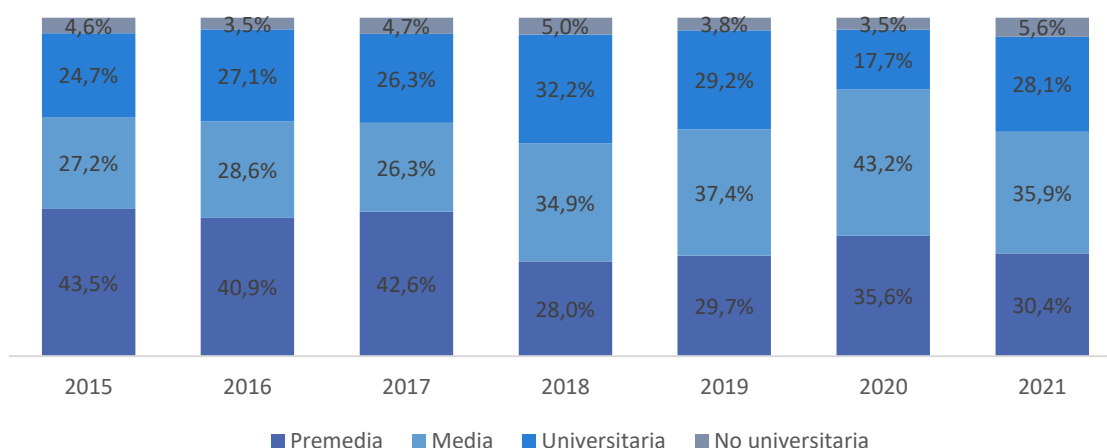
profundizando su formación integral y brindando orientación vocacional, a 2021 el 43,5 % del total de graduados represento este nivel.

El segundo Nivel o Educación media tiene una duración de tres años y es gratuita y diversificada. Se divide en tres modalidades: enseñanza general (para continuar estudios posteriores en ciencias, letras e informática), enseñanza pedagógica (preparación para la docencia en educación primaria), y enseñanza profesional y técnica (preparación para oficios y profesiones no docentes, con especialidades como agrícola, comercial, entre otras). A 2021 este nivel representa el 35,9 % de graduados, con un total de cerca de 39 mil estudiantes, disminuyendo en 7,3 puntos porcentuales frente al año 2020.

Para el tercer Nivel a 2021 se presentó un 33,7 % del total de graduados de todo el esquema de educación, esta se imparte en universidades y otros centros de estudios, requiere haber completado la educación media. No tiene una edad determinada de ingreso y busca ofrecer enseñanza en disciplinas avanzadas, organizar estudios profesionales, fomentar la investigación científica y promover la difusión cultural. Puede ser universitaria (en universidades oficiales y privadas) o no universitaria (en institutos superiores de diversas especialidades).

Además de estos niveles, el sistema de educación se complementa con la Educación Suplementaria, especial y laboral. La suplementaria que ofrece cursos de educación artística, idiomas, vocacionales y otros con una duración inferior a tres años, incluyendo alumnos de otras escuelas de enseñanza regular. La Educación Especial se dirige a personas con discapacidades físicas o mentales, problemas de conducta y otras condiciones especiales, desde el jardín infantil hasta la enseñanza vocacional de nivel medio. Y finalmente la educación Laboral: Modalidad de educación de adultos con programas de nivel de pre-media y media dictados en módulos trimestrales.

Gráfica 35. Graduados según nivel de formación.

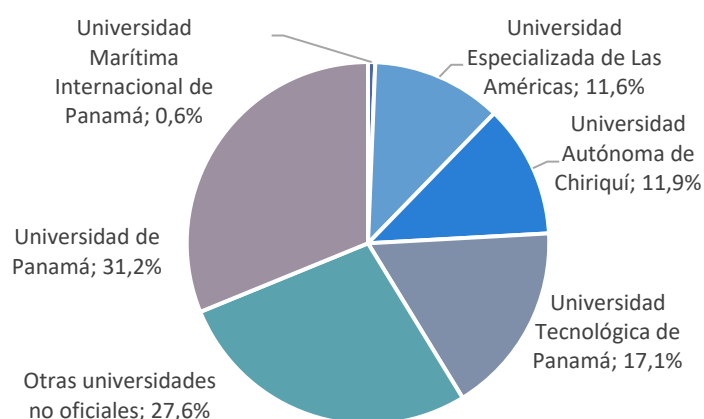


Fuente: (INEC, 2023)

4.2. CENTROS DE FORMACIÓN.

Panamá alberga cinco universidades públicas y varias instituciones privadas que proporcionaron datos sobre sus graduados en 2021. Entre las universidades públicas se encuentran la Universidad de Panamá, la Universidad Tecnológica de Panamá, la Universidad Autónoma de Chiriquí, la Universidad Especializada de Las Américas y la Universidad Marítima Internacional de Panamá. En ese mismo año, el 31,2 % de los graduados provenían de la Universidad de Panamá, seguida por el 27,6 % que obtuvieron sus títulos en otras universidades privadas. Es importante destacar que, en términos de la oferta oficial de educación universitaria y posgrados en 2021, las universidades públicas representaron el 72,0 % del total, según el número de graduados.

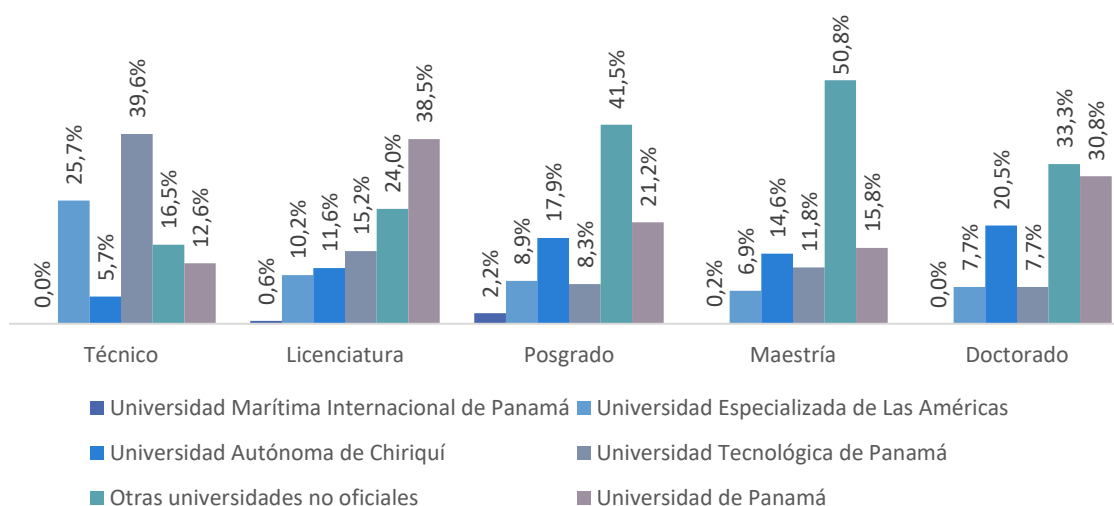
Gráfica 36. Participación de centros de formación en educación universitaria y posgrado 2021.



Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

En cuanto a los niveles de formación, en 2021, la Universidad Tecnológica de Panamá introdujo al mercado laboral 39,6 % graduados en programas de educación de nivel técnico, seguida de la Universidad Especializada de las Américas, que representó el 25,7 %. En el nivel de formación profesional o de licenciatura, la Universidad de Panamá sobresale con la mayor proporción de graduados, alcanzando el 38,5 %. En cuanto a los niveles de posgrado, el 45.9% de los graduados provienen de universidades privadas.

Gráfica 37. Participación de centros de formación según nivel educativo. 2021

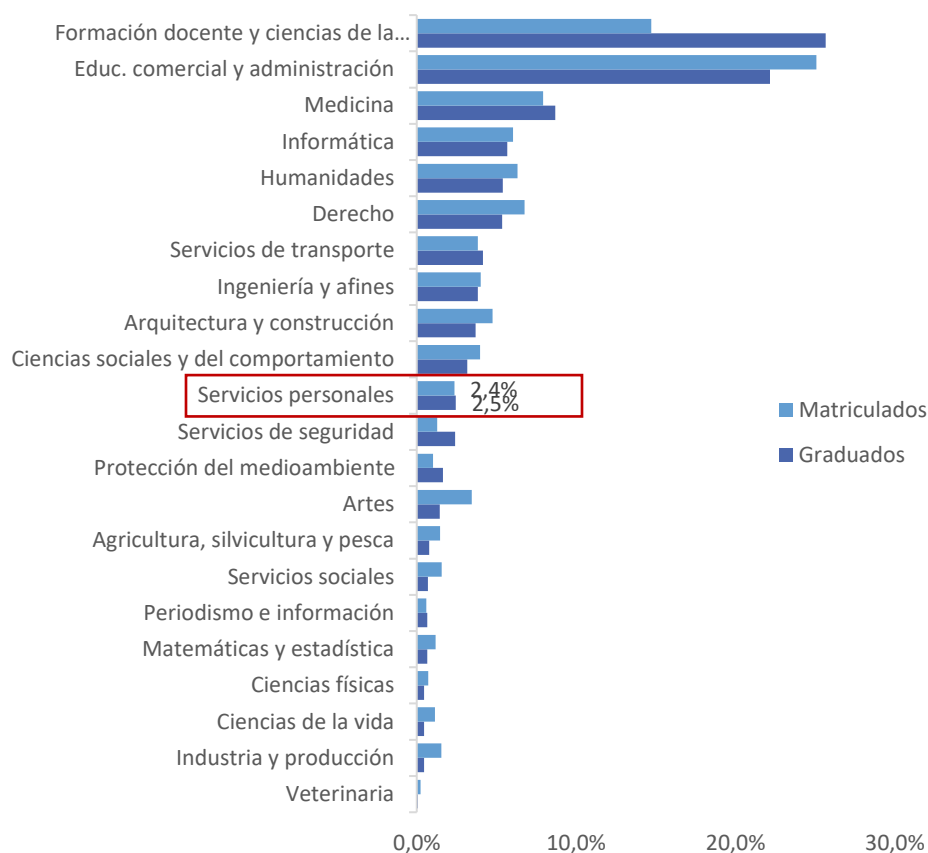


Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

4.3. SECTOR DE ESTUDIOS

Según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE), que representa una clasificación de referencia que permite ordenar los programas educativos y sus respectivas certificaciones por niveles de educación y campos de estudio, engloba las **actividades de hotelería y restaurantes, viajes y turismo, deportes y actividades recreativas**, peluquería, tratamientos de belleza y otros servicios personales como; lavandería y tintorería, servicios cosméticos, ciencias del hogar, en el sector de **servicios personales**. Para 2021, los graduados en este sector de estudio representaron el 2,5 % del total, es decir 740 personas, de las cuales el 67,6 % fueron mujeres. En términos de matrícula, en el sector de servicios personales se inscribieron a 2021, 4.376 estudiantes, lo que represento el 2,4 %, de los cuales 2.820 fueron mujeres, es decir el 64,4 %.

Gráfica 38. Graduados y matriculados educación universitaria según sector de estudio. 2021



Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

De acuerdo con la información de las universidades oficiales de Panamá, se encontró que para 2021 existían 22 programas directamente relacionados con el sector turismo², teniendo en cuenta el número de graduados a ese año. A nivel técnico se presentan 3 programas, a nivel licenciatura 10, y a nivel de posgrados se relacionan 9 programas relacionados con el sector.

Tabla 5. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel técnico 2021

Nivel técnico		
Universidad	Programa	No. Graduados 2021
Universidad De Panamá	Guía de Turismo Geográfico Ecológico	3
Universidad Especializada De Las Américas	Guía Turística Bilingüe	60

² Se realizó la búsqueda a partir de palabras claves como turismo, turístico, gastronomía, hotelería, cocina, patrimonio cultural, guía.

Nivel técnico		
Universidad	Programa	No. Graduados 2021
Universidad De Panamá	Administración de Empresas Turísticas Bilingüe	1
Total		65

Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

Tabla 6. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel licenciatura 2021

Nivel Licenciatura		
Universidad	Programa	No. Graduados 2021
Universidad De Panamá	Administración de Empresas Turísticas Bilingüe	144
Universidad Especializada De Las Américas	Gestión Turística Bilingüe	124
Universidad De Panamá	Turismo Alternativo	54
Universidad De Panamá	Eventos y Protocolo Corporativo	42
Universidad Autónoma De Chiriquí	Turismo con énfasis en Turismo Ecológico	39
Universidad De Panamá	Turismo Geográfico Ecológico	35
Universidad De Panamá	Gastronomía	29
Universidad Autónoma De Chiriquí	Turismo con énfasis en Hotelería y Restaurantes	24
Universidad De Panamá	Ingeniería en Prevención de Riesgos, Seguridad y Ambiente	12
Universidad De Panamá	Turismo Histórico Cultural con especialidad en Promoción Cultural	8
Total		511

Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

Tabla 7. Programas relacionados directamente con el sector turismo a nivel posgrado 2021

Nivel Posgrado (Maestría, posgrado y doctorado)		
Universidad	Programa	No. Graduados 2021
Universidad Autónoma De Chiriquí	Posgrado en Turismo	13
Universidad Autónoma De Chiriquí	Maestría en Turismo con énfasis en Turismo Ecológico	12
Universidad Autónoma De Chiriquí	Maestría en Turismo	9
Universidad De Panamá	Maestría en Administración de Empresas Turísticas con énfasis en Dirección Hotelera	5
Universidad De Panamá	Maestría en Derecho Público con énfasis en Responsabilidad Patrimonial	2
Universidad De Panamá	Maestría en Turismo con énfasis en Gestión Patrimonial	2
Universidad De Panamá	Maestría en Centroamericana en Gestión y Conservación del Patrimonio	1
Universidad De Panamá	Maestría en Gestión y Preservación del Patrimonio Documental, Artístico y Cultural	1
Universidad Autónoma De Chiriquí	Maestría en Turismo con énfasis en Hotelería y Restaurante	1
Total		46

Fuente: Elaboración propia con (INEC, 2023)

Por otro lado, el Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH) tiene una oferta académica de más de 800 cursos, de los cuales 64 están relacionados con gastronomía, turismo y hotelería, los cuales han sido adaptados a las demandas cambiantes del mercado laboral.

Tabla 8. Oferta educativa del INADEH

Área	Cursos
Gastronomía	Barismo
	Bocadillos, aperitivos y canapés
	Buenas prácticas de manufactura virtual
	Cocina caribeña
	Cocina del caribe panameño
	Cocina española
	Cocina francesa

Área	Cursos
	Cocina griega
	Cocina italiana
	Cocina japonesa
	Cocina mexicana
	Cocina oriental
	Cocina peruana
	Cocina taiwanesa virtual
	Cocina tradicional panameña
	Coctelería
	Decoración de bizcochos
	Diseño, montaje y servicio de buffet
	Dobleces de servilletas
	Dulces nacionales
	Dulces y postres navideños
	Elaboración de panes
	Elaboración de panes dulces y salados
	Elaboración de panes y postres
	Elaboración de postres navideños
	Etiqueta y protocolo en el servicio de salón
	Fondant y pastillaje
	Galletas y cupcakes
	Higiene, manipulación y seguridad alimentaria
	Operaciones básicas de restaurante y bar
	Operaciones de restaurante y bar
	Organización de banquetes
	Organización de eventos
	Panadería básica
	Pastelería
	Pastelería básica
	Petit fours
	Platillos navideños
	Repostería básica
	Técnicas de cocina
	Técnicas de cocina básica
	Tecnología de vinos
Turismo y hotelería	Operación en turismo regional
	Calidad en los servicios logísticos y en la hospitalidad
	Imagen personal y proyección profesional para la industria hotelera
	Organización de bodas
	Calidad en el servicio y la atención al cliente en hotelería y turismo
	Lineamientos de bioseguridad para empresas del sector turístico
	Gestión turística sostenible
	Cultura turística
	Mercadeo digital para emprendimiento turísticos
	Turismo regional

Área	Cursos
	Promoción turística en agro emprendimientos
Idiomas	Beginner levels
	Elementary levels
	Intermediate levels
	Advanced levels
	Beginner a
	Beginner b
	Elementary a
	Elementary b
	Intermediate a
	Intermediate b
	Advanced a

Fuente: (INADEH)

5. BRECHAS DE CAPITAL HUMANO

Las brechas de capital humano se definen como el desencuentro entre las habilidades demandadas por los sectores productivos y las habilidades de la fuerza laboral disponible (Fedesarrollo, 2018). Identificar las causas y proponer soluciones es crucial, ya que una brecha persistente afecta negativamente la posibilidad de encontrar empleo decente, obstaculiza el crecimiento del empleo y la productividad, y dificulta el desarrollo (OIT/Cinterfor (Vol.4), 2017).

Este desencuentro surge cuando no se logra una alineación entre las necesidades de la demanda laboral y las características de la oferta educativa y laboral (CPC, 2019). Desde la perspectiva de la demanda laboral, puede deberse a la falta de gestión del talento humano por competencias y la escasa apertura de vacantes debido a la falta de personal con las competencias adecuadas. Desde la oferta laboral, los trabajadores pueden carecer del perfil requerido por las empresas, y desde la oferta educativa, la formación no coincide con las necesidades del sector productivo.

La adecuación entre la oferta y la demanda de competencias contribuye a reducir el desempleo, especialmente el juvenil, y mejora la calidad de vida mediante la promoción de la empleabilidad, la movilidad social y la inclusión. En las dinámicas del mercado laboral, obtener información sobre las competencias requeridas en la actualidad y en el futuro facilita la adaptación de la formación académica a las necesidades del mercado. Evitar el ciclo vicioso de las brechas de capital humano es esencial, ya que sus consecuencias tienden a ser cíclicas. (OIT/Cinterfor (Vol.4), 2017).

Según la metodología del Banco de Desarrollo de América Latina -CAF-, las brechas de capital humano se clasifican en tres tipos; de cantidad, de calidad y de pertinencia (CAF, 2017). Las brechas de cantidad se relacionan con la falta de oferta y demanda de programas de formación, así como la baja capacidad de atracción de capital humano en sectores o regiones específicos. Las brechas de calidad están vinculadas a la insatisfacción de los empresarios con el nivel de competencias del capital humano en el mercado laboral. Las brechas de pertinencia de la formación se refieren a la falta de

participación del sector productivo en el diseño y la planificación de programas formativos (CAF, 2017).

Tabla 9. Brechas de Capital humano. Gran grupo de ocupaciones sector turismo.

Nivel de Cualificación	Sector/Gran grupo	Oferta laboral (% del empleo en el sector)	Demanda laboral	Graduados Educ. superior e INADEH 2021
	Hoteles y restaurantes	114.150	6.935	7331
Alto 	Directores y gerentes	7,0%	13,1%	3,0%
	Profesionales, científicos e intelectuales	0,7%	18,7%	3,0%
Medio 	Técnicos y profesionales de nivel medio	2,7%	22,1%	2,0%
Bajo 	Empleados de oficina	3,0%	18,9%	5,7%
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	68,3%	24,4%	5,7%
	Artesanos y trabajadores	1,6%	2,2%	5,7%
	Operadores de instalaciones fijas y máquinas	0,9%	0,6%	5,7%
	Trabajadores no calificados de los servicios, otras ocupaciones elementales	15,8%	0,0%	5,7%

Fuente: Elaboración propia

Los grupos ocupacionales con mayor oferta laboral respecto a la demanda laboral dentro del sector son; Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados y los trabajadores no calificados de los servicios, otras ocupaciones elementales, los cuales pertenecen al grupo de baja cualificación.

En contraste, los profesionales, científicos e intelectuales, Técnicos y profesionales de nivel medio y Empleados de oficina mantienen una proporción mayor de vacantes frente a los empleos que otorga el mercado laboral de turismo y hotelería en el país, cabe resaltar que estos demandan niveles de educación en su mayoría universitarias y mayor número de habilidades técnicas, aun así, el número de graduados es bajo en comparación a otros sectores o en el mercado en general.

Con menos candidatos disponibles en el mercado laboral, los empleadores pueden tener dificultades para llenar vacantes, lo que lleva a una mayor demanda de trabajadores cualificados en esa área, por lo que los grupos de los profesionales, científicos e intelectuales, Técnicos y profesionales de nivel medio y Empleados de oficina pueden tener un riesgo mayor de sufrir cargos de difícil consecución entendidos como aquellos que evidencian un periodo más largo de tiempo en ser llenados por diversas razones, entre las que se pueden destacar la formación inadecuada o la escasez de habilidades. Para algunos autores, estas brechas pueden conducir a una pérdida de la productividad y competitividad en la economía y muchas veces están asociadas a falta de competencias, cualificación o experiencia (Chiavenato, 2011).

Otra característica de las ocupaciones de difícil consecución es que pertenecen a cargos que requieren una habilidad o conocimiento específico difícil de encontrar en el mercado, por lo que es común que la publicación de sus vacantes ofrezca salarios más atractivos u ofrezcan bonificaciones; para este tipo de cargo, en ocasiones sus empleados suelen negociar más agresivamente las condiciones laborales.

Por otro lado, las ocupaciones puede estar en riesgo de alcanzar dinámicas de alta rotación, es decir comportamientos marcados por aceleradas entradas y salidas en una organización, (Chiavenato, 2011) menciona que la rotación de personal es la cantidad de personas que salen de la empresa de forma voluntaria e involuntaria, dentro de las características que definen este tipo de ocupaciones se encuentra la alta frecuencia de publicación de vacantes ya que en la mayoría de los casos duran poco tiempo en ser ocupadas.

Si la cantidad de empleo disponible supera el número de graduados, podemos concluir que la demanda laboral está insatisfecha. Por el contrario, si la demanda de empleo es inferior al número de graduados, podemos afirmar que la oferta laboral está insatisfecha. De esta forma, los grupos ocupacionales que presentan demanda insatisfecha son los de alta y media cualificación, y dos grupos de baja cualificación, personal de apoyo y trabajadores de servicios y vendedores de comercio mientras que, para los grupos de baja cualificación restantes, la oferta esta insatisfecha es decir el número de graduados supera las vacantes que se ofertan en el sector.

Tabla 10. Brechas de cantidad sector turismo

Nivel de Cualificación	Sector/Gran grupo	Graduados vs Vacantes
Alto 	Hoteles y restaurantes	s.f
	Directores y gerentes	Demanda insatisfecha
	Profesionales, científicos e intelectuales	Demanda insatisfecha
Medio 	Técnicos y profesionales de nivel medio	Demanda insatisfecha

Nivel de Cualificación	Sector/Gran grupo	Graduados vs Vacantes
Bajo 	Empleados de oficina	Demanda insatisfecha
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	Demanda insatisfecha
	Artesanos y trabajadores	Oferta insatisfecha
	Operadores de instalaciones fijas y máquinas	Oferta insatisfecha
	Trabajadores no calificados de los servicios, otras ocupaciones elementales	Oferta insatisfecha

Fuente: Elaboración propia

De tal forma se presentan por grupos de ocupaciones según el riesgo³ por el que puede estar pasando a nivel de desajuste laboral;

Tabla 11. Grupos ocupacionales según riesgos, ventajas y desventajas

Nivel	Gran Grupo CIUO-08	Riesgo	Ventajas	Desventajas
Alto	Directores y gerentes	Alta rotación	- El 27,5% se encuentra correctamente cualificado - El 4,4% puede convenir el salario	- Baja participación en la oferta laboral - Escasez de programas a nivel posgrado
	Profesionales, científicos e intelectuales	Alta rotación	- El 24,3% se encuentra correctamente cualificado - El 8,6% puede convenir el salario	- Alta participación en la demanda laboral - Escasez de programas a nivel posgrado
Medio	Técnicos y profesionales de nivel medio	Alta rotación	- El 39,5% de las habilidades requeridas son técnicas - Amplia oferta educativa en cursos	- El 24,2% de las vacantes se encuentran en sobre cualificación - Alta participación en la demanda laboral
Bajo	Personal de apoyo administrativo	Alta rotación	- El 3,74% puede convenir el salario - El 41,7% de las habilidades requeridas son digitales	- Alta participación en la demanda laboral - El 18,5% de las vacantes se encuentran en sobre cualificación

³ Se emplea el concepto de riesgo ya que en la literatura económica existen otros factores que deben ser analizados para clasificar a una ocupación como de difícil consecución o de alta rotación, que dadas las restricciones de información asimétrica no es posible considerar en el presente estudio.

Nivel	Gran Grupo CIUO-08	Riesgo	Ventajas	Desventajas
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	Difícil consecución	• El 15,8% puede convenir el salario • El 15,8% de vacantes ofrecen contrato por tiempo indefinido.	• El 29,7% de las vacantes requiere nivel universitario, cuando las ocupaciones en este grupo se clasifican en nivel bajo de cualificación
	Artesanos y trabajadores de la minería, la construcción, la industria manufacturera, la mecánica y ocupaciones afines	Alta rotación	• Amplia oferta educativa en cursos • El 14,4% de las vacantes puede convenir el salario • El 15,0% de vacantes ofrecen contrato por tiempo indefinido.	• El 40,5% de las vacantes se encuentran en sobre cualificación
	Operadores de instalaciones fijas y máquinas; ensambladores, conductores y operadores de maquinarias móviles	Difícil consecución	• Amplia oferta educativa en cursos	• El 29,7% de las vacantes se encuentran en sobre cualificación
	Trabajadores no calificados de los servicios, la minería, construcción, industria manufacturera, transporte y otras ocupaciones elementales	Difícil consecución	• Alta participación en la oferta laboral • Amplia oferta educativa en cursos	No existe demanda laboral

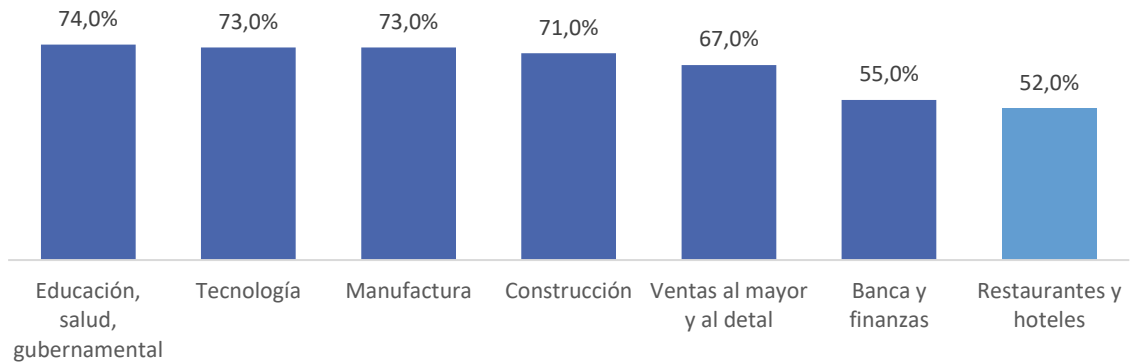
Fuente: Elaboración propia

5.2. CALIDAD

A nivel sectorial se evidencia que las dificultades de encontrar personal idóneo son mayores en el sector TIC y el sector educación, salud y en la administración pública, mientras que el sector

de restaurantes tiene una dificultad de 52,0 %, menor al promedio de la economía general, aun así, representa una cifra elevada. (ManpowerGroup, 2023)

Gráfica 39. Escasez de talento humano según sector económico. 2022



Fuente: (ManpowerGroup, 2023)

5.3. PERTINENCIA

La brecha de pertinencia entre la oferta educativa y las demandas del mercado laboral el sector turismo en Panamá, se manifiesta de manera evidente en los grupos ocupacionales según CIUO-08. A nivel de directores y gerentes, así como en el de profesionales, científicos e intelectuales, la escasez de programas a nivel posgrado crea un desajuste notable. A pesar de la demanda en estos campos, la oferta educativa no se ajusta de manera adecuada, dejando a los aspirantes con limitadas opciones de formación avanzada.

En contraste, en el sector de técnicos y profesionales de nivel medio, surge otra disonancia. Solo el 3,1% de las vacantes requiere estudios técnicos, lo cual refleja una desconexión entre la preparación académica ofrecida y las necesidades reales del mercado. Este desajuste se agudiza al observar que el 29,0% de las vacantes para trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados exige nivel universitario, a pesar de que estas ocupaciones se clasifican en un nivel bajo de cualificación.

La disparidad se profundiza al examinar a operadores de instalaciones fijas y máquinas, ensambladores, conductores y operadores de maquinarias móviles, así como trabajadores no calificados de diversos sectores. A pesar de la existencia de una amplia oferta educativa mediante cursos proporcionados por el INADEH, la complicación para obtener empleo en estas áreas pone de manifiesto una desconexión significativa entre la formación disponible y las reales oportunidades laborales.

Por otro lado, haciendo uso de la Clasificación Internacional Normalizada de Educación (CINE), se identificaron las vacantes laborales que presentaban subcualificación, sobrecualificación y aquellas que estaban

debidamente cualificadas. Las posiciones vacantes que exigían un nivel educativo inferior al estándar establecido por la CINE fueron catalogadas como subcualificadas. En contraste, aquellas vacantes que requerían un nivel educativo superior al normado por la CINE fueron clasificadas como sobrecualificadas. Por último, cuando las vacantes coincidían con el nivel de educación estandarizado, se consideraban correctamente cualificadas.

Los directores y gerentes destacan por una proporción significativa de individuos cualificados (27.5%), indicando una alineación efectiva entre la formación educativa y los requisitos del puesto. En contraste, profesionales, científicos e intelectuales exhiben un nivel más alto de sub-cualificación (9.0%) en comparación con la sobre-cualificación (1.5%). Para los niveles de media y baja cualificación se evidencia un alto porcentaje de vacantes en sobre cualificación. Estos resultados resaltan la diversidad en la concordancia entre la educación y las demandas laborales, señalando áreas específicas que podrían beneficiarse de ajustes en la formación académica para mejorar la correspondencia con las necesidades del mercado laboral.

Tabla 12. Brechas de pertinencia sector turismo

Nivel de Cualificación	Gran grupo	Sub- cualificado	Sobre- cualificado	Cualificado
Alta 	Directores y gerentes	4,4	8,5	27,5
	Profesionales, científicos e intelectuales	9,0	1,5	24,3
Media 	Técnicos y profesionales de nivel medio	4,9	24,2	3,8
Bajo 	Empleados de oficina	-	18,5	2,4
	Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	-	34,7	9,9
	Artesanos y trabajadores	-	40,5	10,5
	Operadores de instalaciones fijas y máquinas	-	29,7	4,6

Fuente: Elaboración propia

PERFILES OCUPACIONALES

La descripción de perfiles ocupacionales según la cadena de valor es fundamental para comprender cómo se estructuran y desarrollan las distintas funciones dentro del sector en análisis. La cadena de valor representa el conjunto de actividades que una empresa realiza para crear y ofrecer un producto o servicio desde su concepción hasta su entrega al cliente final. En este contexto, los perfiles

ocupacionales se convierten en piezas clave que enlazan las diversas etapas de esta cadena. Estos perfiles no solo delinear las habilidades y responsabilidades necesarias para llevar a cabo tareas específicas, sino que también establecen la conexión entre las diferentes funciones dentro de la cadena de valor, asegurando así una ejecución eficiente y fluida de las operaciones. Explorar estos perfiles proporciona una visión integral de cómo los individuos contribuyen al éxito global de la organización a través de sus roles especializados y la interconexión estratégica que subyace en la cadena de valor, por lo que se presentan a continuación;

Tabla 13. Descripción perfiles ocupacionales según cadena de valor. Etapa 1.
Distribución

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
3152	Capitanes, oficiales de cubierta y prácticos	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida	Piloto (barco) - Capitán de barco - Patrón (yate)
3153	Pilotos de aviación y afines	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida	Fumigador aéreo - Ingeniero de vuelo - Instructor de vuelo - Navegante (de vuelo) - Piloto (de aeronave)
5223	Asistentes de venta de tiendas y almacenes	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida	Vendedor (establecimiento minorista) - Vendedor (establecimiento mayorista) - Asistente de tienda
5242	Demostradores de tiendas	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida	Demostrador - Merchandiser de ventas
5244	Vendedores por teléfono	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida	Teleoperador de centro de llamadas - Teleoperador de centro de contacto con clientes - Vendedor en línea - Telemercadotecnia - Vendedor de telemarketing
3339	Agentes de servicios comerciales no clasificados bajo otros epígrafes	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/ / etapa 6. Eventos/ etapa 7. Compras	Vendedor de publicidad - Subastador - Agente literario - Agente de actuaciones musicales - Agente deportivo - Agente teatral - Operador turístico
4221	Empleados de agencias de viajes	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/ etapa 2. Distribución/etapa 4. Alojamiento	Asistente de check-in - Empleado emisor de boletos (de viajes) - Empleado de información turística - Empleado de agencia de viajes - Consultor de viajes - Empleado de mostrador de viajes
1222	Directores de publicidad y relaciones públicas	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/ etapa 4.	Gerente de publicidad - Gerente de relaciones públicas

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
		Alojamiento/ etapa 7. Compras	
4226	Recepcionistas (general)	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/ etapa 5. Gastronomía	Recepcionista de consultorio médico - Recepcionista Ocupaciones excluidas Algunas ocupaciones relacionadas clasificadas en otros lugares: Secretario médico - 3344 Recepcionista de hotel - 4224
3323	Agentes de compras	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/ etapa 7. Compras	Comprador - Oficial de compras - Agente de compras - Comerciante de compras - Oficial de suministro
5222	Supervisores de tiendas y almacenes	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/etapa 3. Transporte local	Supervisor de caja - Supervisor de supermercado
3322	Representantes comerciales	Etapa 1. Distribución y transporte en el lugar de salida/etapa 7. Compras	Asesor de servicio postventa - Corredor de ventas - Viajante comercial
1114	Dirigentes de organizaciones que presentan un interés especial	Etapa 2. Distribución	Presidente de sindicato - Director general de una organización de empleadores - Líder de partido político - Presidente de partido político - Secretario general de una organización de protección ambiental - Secretario general de una organización de derechos humanos
1120	Directores generales y gerentes generales	Etapa 2. Distribución	Director ejecutivo - Director general - Gerente regional
1219	Directores de administración y servicios no clasificados bajo otros epígrafes	Etapa 2. Distribución	Gerente de servicios administrativos - Gerente de servicios de limpieza - Gerente de servicios corporativos - Gerente de instalaciones
1439	Gerentes de servicios no clasificados bajo otros epígrafes	Etapa 2. Distribución	Gerente de camping - Gerente de parque de caravanas - Gerente de centro de conferencias - Gerente de centro de contacto - Gerente de centro comercial - Gerente de agencia de viajes
3154	Controladores de tráfico aéreo	Etapa 2. Distribución	Controlador de tráfico aéreo

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
3155	Técnicos en seguridad aeronáutica	Etapas 2. Distribución	Ingeniero de seguridad del tráfico aéreo - Técnico en seguridad del tráfico aéreo
5113	Guías de turismo	Etapas 2. Distribución	Guía de galería de arte - Acompañante de turismo - Guía turístico
5412	Policías	Etapas 2. Distribución	- Agente - Oficial de policía - Oficial de patrulla policial
1221	Directores de ventas y comercialización	Etapas 2. Distribución/etapa 4. Alojamiento/ etapa 7. Compras	Gerente de marketing - Gerente de ventas
2144	Ingenieros mecánicos	Etapas 3. Transporte local	Ingeniero aeronáutico - Diseñador de motores - Arquitecto naval - Ingeniero naval - Ingeniero mecánico
3115	Técnicos en ingeniería mecánica	Etapas 3. Transporte local	Técnico de ingeniería aeronáutica - Técnico de ingeniería naval - Inspector marino - Estimador de ingeniería mecánica - Técnico de ingeniería mecánica
4323	Empleados de servicios de transporte	Etapas 3. Transporte local	Controlador administrativo (servicio de transporte) - Despachador administrativo (servicio de transporte)
5112	Revisores y cobradores de los transportes públicos	Etapas 3. Transporte local	Conductor de autobús - Conductor de teleférico - Inspector de boletos (transporte público) - Conductor de tren - Conductor de tranvía
5245	Expendedores de gasolineras	Etapas 3. Transporte local	Asistente de marina - Asistente de estación de servicio
7231	Mecánicos y reparadores de vehículos de motor	Etapas 3. Transporte local	Técnico de servicio de sistemas de frenos automotrices - Mecánico diésel (transporte por carretera) - Mecánico de motores (vehículos de motor) - Mecánico de garaje - Reparador de ciclomotores - Mecánico de motocicletas - Mecánico de rickshaws motorizados - Técnico de servicio de sistemas de motores y combustibles de vehículos de motor - Mecánico de vehículos de motor - Técnico de servicio de mecánica de vehículos de motor - Reparador de vehículos de

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
			motor - Técnico de servicio de vehículos de motor - Mecánico de motores pequeños
8322	Conductores de automóviles, taxis y camionetas	Etapa 3. Transporte local	Conductor de ambulancia - Conductor de automóvil - Valet de estacionamiento - Conductor de taxi - Conductor de furgoneta
8331	Conductores de autobuses y tranvías	Etapa 3. Transporte local	Conductor de autobús - Conductor de autocar - Conductor de tranvía
1324	Directores de empresas de abastecimiento, distribución y afines	Etapa 3. Transporte local/etapa 4. Alojamiento/ etapa 5. Gastronomía/ etapa 7. Compras	Gerente de estación de autobuses - Gerente de logística - Gerente de compras - Gerente de estación de ferrocarril - Maestro de estación de ferrocarril - Gerente de suministro y distribución - Gerente de cadena de suministro - Gerente de empresa de transporte - Gerente de sistema de tránsito urbano - Gerente de almacén
1411	Gerentes de hoteles	Etapa 4. Alojamiento	Gerente de hotel - Gerente de motel - Gerente de albergue juvenil
3435	Otros profesionales de nivel medio en actividades culturales y artísticas	Etapa 4. Alojamiento	Artista corporal - Jefe de piso (radiodifusión) - Técnico de iluminación - Coordinador de programas (radiodifusión) - Regidor - Maestro de utilería (radiodifusión) - Script-girl/boy - Técnico de efectos especiales - Director de escena - Técnico de escenario - Artista de acrobacias - Coordinador de acrobacias - Tatuador - Técnico de teatro - Vestuarista teatral - Figurante (persona que hace pequeños papeles en películas o programas de televisión)
4222	Empleados de centros de llamadas	Etapa 4. Alojamiento	Empleado de información de centros de contacto con clientes
4223	Telefonistas	Etapa 4. Alojamiento	Operador de servicio de contestador telefónico - Operador de centralita telefónica
4224	Recepcionistas de hoteles	Etapa 4. Alojamiento	Recepcionista de hotel - Recepcionista de la recepción de un hotel

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
5151	Supervisores de mantenimiento y limpieza en oficinas, hoteles y otros establecimientos	Etapas 4. Alojamiento	AMA DE LLAVES (hotel) - MATRONA (limpieza)
1420	Gerentes de comercios al por mayor y al por menor	Etapas 4. Alojamiento/ etapa 5. Gastronomía	
2141	Ingenieros industriales y de producción	Etapas 4. Alojamiento/ etapa 5. Gastronomía	Ingeniero de eficiencia industrial - Ingeniero industrial - Ingeniero de plantas industriales - Ingeniero de producción
4322	Empleados de servicios de apoyo a la producción	Etapas 4. Alojamiento/ etapa 5. Gastronomía	Empleado administrativo de producción - Empleado administrativo de horarios (materiales)
1412	Gerentes de restaurantes	Etapas 5. Gastronomía	Gerente de cafetería - Gerente de catering - Gerente de restaurante
3434	Chefs	Etapas 5. Gastronomía	Chef - Chef ejecutivo - Chef principal - Chef pastelero - Chef de salsas - Sous-chef
4225	Empleados de ventanillas de informaciones	Etapas 5. Gastronomía	Empleado de consultas en mostrador - Empleado de información
5120	Cocineros	Etapas 5. Gastronomía	Cocinero
5131	Camareros de mesas	Etapas 5. Gastronomía	Sumiller - Camarero
5132	Camareros de barra	Etapas 5. Gastronomía	Bartender
5230	Cajeros y expendedores de billetes	Etapas 5. Gastronomía	Operador de caja - Cajero de estación de servicio - Operador de consola de estación de servicio - Cajero de tienda - Taquillero (eventos de entretenimiento y deportivos)
9412	Ayudantes de cocina	Etapas 5. Gastronomía	Lavaplatos - Asistente de cocina - Auxiliar de cocina - Conserje de cocina - Mozo de cocina - Auxiliar de despensa
3324	Agentes de compras y consignatarios	Etapas 6. Eventos	Corredor de productos básicos - Operador de futuros de productos básicos - Corredor de envíos
3332	Organizadores de conferencias y eventos	Etapas 6. Eventos	Organizador de conferencias y eventos - Planificador de

CIUO 08	Nombre	Cadena de Valor	Ocupaciones relacionadas
			conferencias - Planificador de bodas
3333	Agentes de empleo y contratistas de mano de obra	Etapa 6. Eventos	Agente de empleo - Oficial de colocación laboral - Contratista de mano de obra
3334	Agentes inmobiliarios	Etapa 6. Eventos	Agente inmobiliario - Administrador de propiedades - Agente inmobiliario - Vendedor (bienes raíces)
3341	Supervisores de secretaría	Etapa 6. Eventos	Supervisor de oficina - Supervisor de entrada de datos - Supervisor de archivistas - Supervisor de empleados de personal
5411	Bomberos	Etapa 6. Eventos	Bombero - Bombero forestal
5414	Guardias de protección	Etapa 6. Eventos	Guardaespaldas - Portero - Guardia de museo - Guardia de seguridad - Patrullero de seguridad - Vigilante
2431	Profesionales de la publicidad y la comercialización	Etapa 7. Compras	Especialista en publicidad - Especialista en marketing - Analista de investigación de mercado
2432	Profesionales de relaciones públicas	Etapa 7. Compras	Oficial de enlace de prensa - Agente de publicidad - Redactor de relaciones públicas - Oficial de relaciones públicas
2433	Profesionales de ventas técnicas y médicas (excluyendo la TIC)	Etapa 7. Compras	Representante de ventas (productos industriales) - Representante de ventas (productos médicos y farmacéuticos) - Representante de ventas técnico
2434	Profesionales de ventas de tecnología de la información y las comunicaciones	Etapa 7. Compras	Representante de ventas (tecnología de la comunicación) - Representante de ventas (computadoras)

REFERENCIAS

ATP. (2020). *Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá*. Obtenido de https://www.atp.gob.pa/Plan_Maestro_de_Turismo_Sostenible_2020-2025.pdf

ATP. (2023). *Autoridad de Turismo de Panamá*. Obtenido de https://www.atp.gob.pa/?page_id=1088:
https://www.atp.gob.pa/?page_id=1088

ATP. (2023). *Datos Estadísticos de Demanda Turísticas 2015 – 2021*. Obtenido de
<https://www.atp.gob.pa/wp-content/uploads/2022/05/Demanda-2015-2021.pdf>

Banco Mundial. (2022). *Datos Banco Mundial*. Obtenido de
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.KD.ZG?view=chart>

Banco Mundial. (2023). *Panamá. Panorama General*. Obtenido de
<https://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20de%20Panam%C3%A1%20se,5%2C8%25%20en%202024.>

CAF. (2017). *Lineamientos para la identificación y el cierre de brechas de capital humano para las apuestas productivas departamentales del país*. Obtenido de Banco de Desarrollo para América Latina -CAF-:
<http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/1483>

CEDEFOP. (2014). *Terminology of European education and training policy*. Publications office of the european union. Obtenido de https://www.cedefop.europa.eu/files/4117_en.pdf

CEPAL. (2023). *Estudio Económico de América Latina 2023. El financiamiento de una transición sostenible: inversión para crecer y inversión para crecer y enfrentar el cambio climático*. Obtenido de
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4a7c3fb9-83f3-45e3-94e1-35318fa65fbd/content>

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*.
doi:<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1145>

CPC. (2019). *Lineamientos para la identificación y cierre de Brechas de Capital Humano*. Obtenido de Consejo Privado de Competitividad: <https://compite.com.co/proyecto/lineamientos-para-la-identificacion-y-cierre-de-brechas-de-capital-humano/>

FMI. (2019). *PERSPECTIVAS ECONÓMICAS: LAS AMÉRICAS. Dinámica del mercado laboral e informalidad durante el ciclo económico en ALC*. Obtenido de <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/REO/WHD/2019/October/Spanish/SPA-Labor-Market.ashx>

FMI. (2023). *ACTUALIZACIÓN DE LAS PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL. Resiliencia en el corto plazo y retos persistentes*. FMI. Obtenido de
<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2023/07/10/world-economic-outlook-update-july-2023>

Future Market Insights. (2023). *Wellness Tourism Global Market Report 2023*. Obtenido de
<https://www.futuremarketinsights.com/reports/wellness-tourism-market>

INADEH. (s.f.). *Oferta academica*. Obtenido de <https://www.inadeh.edu.pa/wp-content/uploads/2022/09/OfertaAcademicagralR.pdf>

INEC. (2023). *Avance en cifras*.

INEC-EPM. (2022). *Estadísticas del Trabajo - Volumen I - Encuesta Continua de Hogares*. Obtenido de https://www.inec.gob.pa/publicaciones/Default2.aspx?ID_CATEGORIA=5&ID_SUBCATEGORIA=38

ManpowerGroup. (2019). *REVOLUCIÓN DE HABILIDADES 4.0*. Obtenido de https://www.manpowergroup.com.mx/wps/wcm/connect/manpowergroup/4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5/MPG_WEF_SkillsRevolution_4.0_MX-b.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIP.Q192H31-4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5-

ManpowerGroup. (2023). *ESCASEZ DE TALENTO PANAMÁ 2022*. Obtenido de https://19591809.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/19591809/PDF_ESTUDIOS_CAMPA%C3%91AS/MPG-ESP_2022_TS_Infographic-Panama.pdf

ManpowerGroup. (2023). *Los empleadores de Panamá anticipan contrataciones para 4q -2023 Encuesta de expectativas de empleo*. Obtenido de https://19591809.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/19591809/MEOS%20Q4%202023/REPORTES_Q4/MEOS%20Report%204Q%202023%20-%20PA.pdf?__hstc=243355610.625d24e3aaeb992561b08a2f0f8eee39.1695304517186.1695304517186.1695304517186.1&__hssc=243355610.1.16953045171

MichaelPage. (2023). *Talent Trends 2023. América Latina. La revolución invisible*. Obtenido de https://www.michaelpage.com.pa/sites/michaelpage.com.pa/files/protected-documents/2023-06/PA_TT23_Report_LATAM_ES_v3.pdf

Nomad List. (12 de septiembre de 2023). *The 2023 State of Digital Nomads*. Obtenido de <https://nomadlist.com/digital-nomad-statistics>: <https://nomadlist.com/digital-nomad-statistics>

OIT. (2005). *estructura de la CIUO-08 y concordancias previas con la CIUO-88*. Obtenido de <https://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/isco/isco08/index.htm>

OIT. (2023). *PANORAMA LABORAL 2022 América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_867497.pdf

OIT/Cinterfor (Vol.4). (2017). *El papel de los proveedores de servicios de empleo. Volumen 4*. Montevideo, Uruguay: Guías metodológicas sobre anticipación y ajuste entre oferta y demanda de habilidades.

PROMTOUR PANAMÁ. (2023). *Reporte. Actualización a la industria, Primer trimestre 2023*. Obtenido de https://mcusercontent.com/94ad967448c3492e1b20fefb7/files/058ad508-561e-894b-ff47-53f596386b17/Actualizaci%C3%B3n_de_la_Industria_Primer_Trimestre_2023_C_compressed.01.pdf

PROMTUR PANAMÁ. (2022). *Informe anual Fondo de Promoción Turística de Panamá 2021*. Obtenido de https://www.promturpanama.com/site/assets/files/1901/informe_anual_2021_1_docx.pdf

UNWTO. (2023). *International Tourism Highlights – 2023*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424504>

UNWTO. (2023). *Tourism and Rural Development: A Policy Perspective*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424306>

UNWTO. (2023). *Tourism Dashboard*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

World Leisure Organization. (2023). *The concept of “bleisure”*. Obtenido de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/10_World%20Leisure%20Organization.pdf?VersionId=xC8VI0ay.SPxvdfM9z0sJwoPKJRSP2Bf

WTO/OMC. (2013). *Connecting Developing Country Firms to Tourism Value Chains*. World Trade Organization. Obtenido de https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/wkshop_june13_e/honeck_e.pdf

Copyright © Organización Internacional del Trabajo (OIT/Cinterfor) 2023



Esta es una obra de acceso abierto distribuida bajo la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>). Los usuarios pueden reproducir, distribuir, adaptar y desarrollar el contenido de la obra original, conforme a los términos de la licencia mencionada. La OIT debe ser claramente reconocida como titular de la obra original. Los usuarios no están autorizados a reproducir el logo de la OIT en sus obras.

Traducciones - En caso de que se traduzca la presente obra, deberá añadirse, además de la atribución de la titularidad, el siguiente descargo de responsabilidad: *La presente traducción no es obra de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) ni debe considerarse una traducción oficial de la OIT. La OIT no se hace responsable del contenido ni de la exactitud de la traducción.*

Adaptaciones - En caso de que se adapte la presente obra, deberá añadirse, además de la atribución de la titularidad, el siguiente descargo de responsabilidad: *La presente publicación es una adaptación de una obra original de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Las opiniones y puntos de vista expresados en esta adaptación son responsabilidad exclusiva de su autor o autores, y en ningún caso de la OIT.*

Esta licencia CC no se aplica a los materiales protegidos por derechos de autor incluidos en esta publicación que no son pertenecientes a la OIT. Si el material se atribuye a una tercera parte, la parte que utilice dicho material será la única responsable de obtener las autorizaciones necesarias por parte del titular de los derechos

Todo litigio que resulte de la presente licencia o en relación con ésta, que no pueda ser resuelto de manera amistosa será sometido a arbitramento de conformidad con el Reglamento de Arbitraje de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI). Las partes quedarán vinculadas por cualquier laudo arbitral resultante de dicho arbitraje el cual constituirá la resolución definitiva de dicho litigio.

Todas las consultas sobre derechos y licencias deberán dirigirse a la Unidad de Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), CH-1211 Ginebra 22 (Suiza) o por correo electrónico a rights@ilo.org.

