

ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA CIUDAD DE PANAMÁ

Strategies for the Promotion of Sustainable Tourism in Panama City

Zuleida Concepción Santos¹
<https://orcid.org/0009-0003-7629-9010>

Recibido: 15/03/2024

Aceptado: 15/06/2024

Publicado: 30/06/2024

Cómo citar este artículo: Concepción Santos, Z. (2024). Estrategias para la promoción del turismo sostenible en la ciudad de Panamá. *Entrelíneas*, 3(1), 29-37.
<https://doi.org/10.56368/Entrelíneas316>

RESUMEN

Los destinos turísticos se sustentan en la mejora de la experiencia turística, creando tres factores en la visita en los destinos turísticos: sentimientos, recuerdos y experiencias. El objetivo de esta investigación es describir las estrategias para la promoción del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá. La metodología utilizada es aplicada, bajo un alcance descriptivo; a través de un enfoque cualitativo, el diseño es no experimental usando el método inductivo bajo un estudio transversal, considerando múltiples situaciones. Con esta metodología, los resultados demuestran que se requiere de planificación estratégica en publicidad y mercadeo que muestre a nivel nacional e internacional las amenidades y servicios turísticos que se ofrecen, al establecer ese engranaje del sistema turístico donde operadores, demanda y oferta trabajen de la mano. Para formar estrategias para la promoción del turismo sostenible en la ciudad de Panamá se deben contemplar objetivos que fortalezcan la capacidad institucional de la Autoridad de Turismo de Panamá, lograr invertir en la promoción turística del país para que se mejoren los productos turísticos que ofrece la ciudad dándole otro enfoque en áreas naturales y otros destinos de gran interés, adicional al mejoramiento de la infraestructura, mantenimiento de los espacios públicos y provisión de servicios básicos.

Palabras clave: Estrategia, promoción, turismo sostenible.

¹ Universidad Euroamericana, Especialista en Turismo Geográfico; Licenciada en Humanidades con Especialización en Turismo Geográfico Ecológico y Técnico en Guía de Turismo Geográfico Ecológico (Universidad de Panamá); Maestría en Gestión del Turismo Sostenible (Universidad Euroamericana). zulysantos042@gmail.com

ABSTRACT

Tourist destinations are based on improving the tourist experience, creating three factors in the visit to tourist destinations: feelings, memories and experiences. The objective of this research is to describe the strategies for the promotion of sustainable tourism in Panama City. The methodology used is applied, under a descriptive scope; Through a qualitative approach, the design is non-experimental using the inductive method under a cross-sectional study considering multiple situations. Strategic planning is required in advertising and marketing that shows at a national and international level the tourist amenities and services that are offered, by establishing that gear of the tourism system where operators, demand and supply work hand in hand together so that the next period The sustainable development objective of reducing poverty is actually met and this leads to the other sixteen objectives being met. To form strategies for the promotion of sustainable tourism in Panama City, objectives must be considered that strengthen the institutional capacity of the Tourism Authority of Panama, invest in the tourism promotion of the country so that the tourist products offered by the city are improved. giving another focus on natural areas and other destinations of great interest, in addition to the improvement of infrastructure, maintenance of public spaces and provision of basic services.

Keywords: Strategy, promotion, sustainable tourism

Introducción

Acerenza (2019) hace referencia al turismo como una actividad que se ha realizado desde la edad antigua hasta nuestros días, ante el constante movimiento y traslado de las personas por realizar viajes en busca de dar respuestas a su curiosidad, cultura, religión, aspectos políticos, atractivos turísticos, esparcimiento, tiempo libre y ocio. Cabe destacar que lo anterior ha beneficiado a países pocos industrializados; esta industria es conocida como industria sin chimenea, término que fue cambiado por Boullon (2006) considerando mejor la visión como un sistema, porque incluye un cúmulo de componentes interconectados entre sí, que permiten el crecimiento energético de las actividades turísticas donde cada país utiliza sus recursos aprovechados de manera satisfactoria para su propio beneficio, contemplando sus múltiples impactos.

A lo largo del desarrollo de las actividades del turismo se han generado conferencias mundiales: la Declaración del Río (Agenda 21), la Carta de Turismo y el Código del Turismo Sostenible (Carta del Turismo Sostenible +20, firmada en Victoria en 2015), declaración de Manila, La Haya, haciendo énfasis en que el turismo es una actividad transcendental. Ello se realizó para reforzar los principios del desarrollo sostenible, siempre que se compongan por los ecosistemas y se respete la diversidad étnica y cultural de los sitios de interés, así como que se preserven y protejan los espacios geográficos más sensibles (Mora, 2022).

En los últimos años se han presenciado factores que han determinado que, con carácter de urgencia, se pongan en práctica estrategias que permitan la promoción de un turismo sostenible, ya que el turismo moviliza a casi mil millones de personas y supone un 7% del PIB mundial y un 8% del empleo. En algunos países como España, Francia, Italia o Portugal, el sector turístico asciende hasta representar el 14% de la riqueza y el 15% del empleo total; sin embargo, se ha visto que fue afectado por la pandemia del Covid 19 y el incremento de precios energéticos, lo que llevará a tomar nuevos rumbos y estrategias, sin abandonar las coordenadas de la sostenibilidad ya asumidas por esta actividad (Mora, 2022)

El turismo sostenible tiene como objetivo la satisfacción de las necesidades actuales de los turistas y las comunidades locales, asegurando que las actividades realizadas no comprometan las oportunidades futuras para seguir desarrollándose. Sin embargo, para alcanzarlo, debe saber gestionar de manera eficiente los recursos disponibles, porque estos deben cubrir las necesidades

financieras y las que responden al medio social y su entorno. Esto se hace respetando la integridad cultural de las comunidades, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas naturales que sustentan la vida. De este modo, el turismo sostenible busca un equilibrio para mediar entre el disfrute turístico y la conservación ambiental y cultural, garantizando el otorgamiento de beneficios a largo plazo para los involucrados (Tapia, 2014).

La ciudad de Panamá, según el censo de población y vivienda realizado a inicios del año 2023, indica que tiene una población de 1.367.767 habitantes (Gordón, 2023), siendo una de las provincias más pobladas, zona donde converge una gran cantidad de turistas y posee una gran diversidad de destinos no contemplados en las visitas que realiza el turismo de entrada e interno.

Sin embargo, también es importante saber cuáles son las estrategias para la promoción del turismo sostenible en Ciudad de Panamá, para que estas logren formar parte del eslabón de las motivaciones turísticas, y se les dé la adecuada promoción a los sitios turísticos transformándolos en turismo sostenible como base a la oferta turística, de manera que ayude a la entrada de divisas a las comunidades receptoras. Basándose en lo anterior, el objetivo que orienta esta investigación es el de describir las estrategias para la promoción del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá.

Revisión de la literatura

El Primer Principio establecido en la Declaración de Río de Janeiro (realizada en esa ciudad entre el 3 y el 14 de junio de 1992) indica que los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza (Organización de las Naciones Unidas, 1992) y como consecuencia se generó la Carta de Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote, islas Canarias, (Organización de las Naciones Unidas, 2015) donde se señala que el turismo es un potente instrumento de desarrollo que puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. esto, porque una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

Así mismo, diversos autores interesados en el tema empezaron a ampliar el concepto de turismo sostenible buscando promoverlo creando un equilibrio en diversos factores; de esta forma expresan lo siguiente: el impacto que ocasiona el turismo procede de la relación que existe entre diversos factores (turistas, destinos, poblaciones) que se pueden comprender mejor mediante la capacidad de carga de un destino turístico, que es la cantidad máxima de visitantes que un área puede soportar sin que se vean amenazadas su cultura, su ecología o su estructura social.

Esta capacidad de carga es la que determina los costos y beneficios del desarrollo turístico, tomando en cuenta que si una cantidad de turistas supera esta capacidad, los impactos negativos - degradación ambiental, pérdida de integridad cultural, disminución de la calidad de vida de los residentes locales- son mayores que los beneficios económicos que el turismo trae consigo (Santos, 2004).

Las diversas perspectivas que se manejan acerca de la sostenibilidad, son complementarias entre sí y dependen del contexto para asegurar el equilibrio entre el desarrollo humano, la conservación ambiental y el bienestar social y cultural, tal como se explican a continuación.

La postura ambiental de Jiménez (2006) se centra en promover un desarrollo que respete los límites ecológicos necesarios para garantizar la sostenibilidad a largo plazo y mantener las condiciones ambientales que apoyen los medios de vida a largo plazo. Esta posición se encuentra estrechamente relacionada con los aspectos sociales y económicos, donde las economías locales mantienen como basamento el uso de los recursos naturales y culturales que generan empleos, distribuyendo sus beneficios de manera equitativa. Así se pone de relieve la necesidad de proteger en su justa medida los recursos para garantizar que la disponibilidad sea continua, manteniendo la

solidaridad con las generaciones venideras y garantizando su bienestar a través de las opciones sostenibles.

En efecto, Zamora (2008) se hace eco de que el turismo puede generar la toma de conciencia en torno a la importancia que concierne a la naturaleza y su relación con el desarrollo humano; creando esa simbiosis. Para la consecución y diseño de estas estrategias es necesaria la participación directa de las regiones en la implantación de las políticas sectoriales, la promoción y el establecimiento del mercado para decidir sobre precios y características de los servicios, que son la base para el desarrollo sustentable del turismo.

Aguilar (2014) explica que, para poder alcanzar los enfoques antes mencionados, es importante considerar que el logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente prácticas turísticas sostenibles.

Para que se dé lo anterior, autores como Acerenza (2019) y Morán & Barrantes (2020) son partícipes de que es relevante indicar que el turismo sostenible no corresponde a una motivación de los turistas, sino al interés de los ambientalistas por la conservación del medio ambiente y la mejora del nivel de vida de las comunidades locales. Desde el punto de vista del marketing, Acerenza (2019) asegura que cada uno de estos segmentos de mercado exigen estrategias y acciones particulares. Tomando en cuenta lo anterior, Morán & Barrantes (2020) también consideran que la actividad turística es una excelente estrategia de desarrollo de la economía local, la cual genera en los ciudadanos oportunidades de trabajo dignos y capacidades de emprendimiento.

Metodología

Los destinos turísticos deben tener en cuenta la preservación de los bienes (tanto naturales como culturales), la intervención de los habitantes de cada comunidad, la promoción de las prácticas sostenibles y la mejora de la experiencia turística, creando tres factores en la visita en los destinos turísticos: sentimientos, recuerdos y experiencias; por consiguiente, para esta investigación se explica la estructura sistemática para la recolección, ordenamiento y análisis de la información, que permite la interpretación de los resultados en función del problema que se investiga (Balestrini, 2000). Por esta razón se aplican enfoques de investigación que se caracterizan por aplicar los conocimientos adquiridos, mientras que otros se adquieren luego de implementar y sistematizar las prácticas de investigación (Hernández Sampieri *et al.*, 2018). En este caso de la investigación se utiliza como base la conceptualización del turismo, generalidades, estrategias de turismo y promoción de turismo sostenible.

El alcance es descriptivo, según Guevara *et al.* (2020), quienes explican que “el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (p. 171). La misma posee un enfoque cualitativo, debido a que utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Hernández Sampieri *et al.*, 2018).

Por otro lado, dentro de la metodología de la investigación, se trata de un estudio no experimental; como señala Kerlinger (1966), “la investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (p. 116). De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Presenta un método inductivo que permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en

proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la inducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas (Abreu, 2014). Por último, el estudio es transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito se centra en describir variables y analizar su comportamiento en un momento dado (Müggenburg Rodríguez & Pérez Cabrera, 2007).

El uso coherente del conocimiento y los resultados de la investigación proporciona una estructura concreta y clara para comprender la realidad. Así mismo, la investigación aplicada permite acercarse de manera sistemática a esa realidad social (Cordero, 2009), y es la razón por la que se recurre al trabajo de campo, pero también puede generarse esa comprensión cuando los estudios utilizan como medio la información bibliográfica para obtener los resultados en la investigación documental.

Los resultados en este estudio se desarrollan en torno a dos secciones: el entorno actual del turismo y las estrategias propuestas, de acuerdo al Plan Maestro Turístico de Panamá, desde la visión experiencial de la investigadora. Para ello, la investigación bibliográfica se basó en un total de 19 fuentes seleccionadas. Las fuentes fueron elegidas siguiendo cuatro criterios de fiabilidad y calidad citados por Arias (2019) donde se incluye la relevancia temática, la credibilidad, actualidad (vigencia del tema) y accesibilidad (información a texto completo y de libre acceso). Este criterio aseguró que se obtuvieran los datos necesarios para establecer la comprensión del tema.

Resultados

Entorno actual

Luego del Covid 19, existen grandes retos que dejan en evidencia la capacidad de resiliencia de las actividades turísticas. Producto de ello, en la actualidad los países en vías de desarrollo buscan alternativas que generen beneficios económicos sustentables y sostenibles, con estrategias que fortalezcan su reputación y posicionamiento. El país no es ajeno a lo expresado anteriormente, por lo tanto, Espino Castillo & González Pinilla (2023) indica que, si los intereses del mercado generan una sinergia con relación al equilibrio con la protección y conservación de los recursos de una nación, se puede generar un turismo sostenible.

Hernández (2017) resalta la importancia de incorporar objetivos que permitan el desarrollo nacional por medio de los aportes de la Ley 80 de 8 de noviembre de 2012. Adicional a ello, el turismo sostenible debe comenzar a contemplar alternativas estratégicas que le permitan dirimir determinados errores cometidos en las últimas décadas, constituyendo el enfoque colaborativo una decisión aconsejable, lo que se percibe en el hecho de que determinados Objetivos de Desarrollo Sostenible (como la puesta en práctica de asociaciones), sea un pilar esencial para el sector (Liburd & Edwards, 2018).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que el turismo sostenible debe atender a las necesidades de los turistas, proteger las regiones receptoras, y al mismo tiempo las oportunidades para el futuro. Barrera & Bahamondes (2012) hacen referencia a la selección de los destinos turísticos, cuando esto incluye el turismo sostenible, situación que permite al viajero elegir entre las actividades de conservación, preservación y cuidado del entorno. Otro elemento importante son los planes estratégicos, la involucración de los gestores y miembros de la organización, donde se permitan definir las políticas y tipologías del turismo local (Fernández, 2020).

El turismo sostenible juega un papel fundamental para preservar la belleza natural y cultural de una región, buscando un equilibrio entre la huella antropogénica y la conservación de los espacios naturales, siendo uno de los principales desafíos en las estrategias de turismo sostenibles que las áreas turísticas encuentren un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación ambiental. El desarrollo turístico ha demostrado ser una fuente de ingresos económicos significativa y una herramienta para el crecimiento de las comunidades receptoras. Sin embargo, también puede tener

un impacto negativo si no se contemplan las estrategias correctas para generar una promoción turística sostenible.

Estrategias propuestas

En la década de 1990, la República de Panamá empieza a tomarle importancia a las actividades turísticas con miras a ser una de las principales fuentes de ingresos del país. Para el año 1993 se aprueba el primer Plan Maestro Turístico de Panamá que se extendió hasta el 2002, donde destacaba el potencial que posee el país; posteriormente se genera un nuevo plan que va desde el año 2007 al 2020, basándose específicamente en la infraestructura y servicios.

Actualmente está en vigencia el Plan del período 2020-2025 que se fundamenta en pilares estratégicos comerciales buscando ese posicionamiento turístico, sin embargo, resaltan destinos turísticos que ya son conocidos por su valor patrimonial, histórico o su majestuosidad de ingeniería, quedándose enfocados en esos destinos turísticos.

Es por eso que, para potencializar la promoción del turismo sostenible en la ciudad de Panamá para el próximo Plan Maestro, entre las estrategias que se deberían utilizar se proponen las siguientes:

Estrategias y políticas. Fijar y decretar políticas estatales y no gubernamentales que permitan dar seguimiento a las metas, propósitos y finalidades a las próximas propuestas de los planes de turismo sostenible enfocados al desarrollo sustentable, sería la primera de las propuestas.

No se considera justo para la actividad turística que cada cinco años, cuando la República de Panamá cambia de gobierno, las propuestas que se plantearon queden sin darle un seguimiento para poder mejorar la demanda y la oferta turística. Ciertamente el país es un *hub* del turismo, pero es hora de que no solo se vea como país de tránsito, sino con miras a retornar para explorar los maravillosos destinos turísticos que se ofrecen en este espacio geográfico tan pequeño, con miras a ser potencializado sosteniblemente para las comunidades que se encuentran en esta ciudad.

Planificación estratégica. La ciudad de Panamá cuenta con nuevos centros de convenciones para reuniones, turismo de negocio y magnos eventos, sin embargo, se requiere planificación estratégica en la publicidad y mercadeo que muestre a nivel nacional e internacional las amenidades y servicios turísticos que se ofrecen, al establecer ese engranaje del sistema turístico donde los operadores, demanda y oferta trabajen de la mano en conjunto para que en el próximo período realmente se cumpla con el objetivo de desarrollo sostenible de disminuir la pobreza y que esto conlleve a que se cumplan los otros dieciséis objetivos.

Inventario del patrimonio turístico. Instaurar los destinos turísticos no solo por el Canal de Panamá, sino por la multifuncionalidad del espacio territorial que ofrece la urbe. Para este nuevo período se recomienda al Plan Maestro volver a ese inventario del patrimonio turístico que tenía Panamá en 1993, donde se puedan desglosar esas características geográficas y buscar nuevos atractivos que impulsen la demanda, permitiendo un plazo más largo de la permanencia de los turistas y, por ende, aumente el gasto turístico.

Censos. Para posicionarse como mercado turístico, se debe conocer el target que se maneja turísticamente y para ello es urgente conocer cuáles son los aspectos, motivos y tipos de turismo que impulsan a los visitantes a seleccionar la ciudad como destino turístico, sin embargo, no existen estadísticas específicas que determinen las razones concretas de la entrada de los visitantes, turistas, excursionistas o recreacionistas.

La Autoridad del Turismo de Panamá (ATP), en conjunto con entidades gubernamentales a cargo de los censos, debe generar estadísticas que detallen los movimientos y punto de interés, de manera tal que se pueda evaluar para el próximo lustro el nuevo Plan de Manejo, y seleccionar nuevos destinos turísticos que son considerados como atractivos potenciales en el área que se ha mencionado. Por lo tanto, al generar estadísticas que vinculen las motivaciones que establezca los destinos conocidos y los sitios de interés natural y cultural, pues no solo la innovación de ingeniería culminada en 1914 permitirá acelerar la contribución de la actividad turística dentro de la región.

Promociones. Se deben generar promociones y paquetes turísticos que involucren los destinos de las zonas de apoyo o complemento de destinos prioritarios establecidos en el Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible de Panamá 2020-2025.

Alianzas. Hay que priorizar el impulso integrado de los elementos socioculturales, económicos y ambientales que admitan el desarrollo sustentable de la sociedad. Para ello es obligatorio generar una imagen del destino, establecer las necesidades que se buscan satisfacer y aplicar esa inseparabilidad del destino; este se forma en los lazos de las prestaciones de los servicios. De igual manera, se deben crear programas enlazados con la entidad que genera los bachilleratos de turismo del Ministerio de Educación (MEDUCA), a través de capacitaciones continuas instruyendo a los jóvenes para que concienticen que los destinos mejoran por la calidad de su personal y que esto se logra trabajando con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que se interesen en esta actividad. Se trata de ser persistente de manera continua y evaluativa en las capacitaciones a todos los entes encargados de este gran eslabón de las actividades que promueven un turismo sostenible.

Integración de las comunidades. Las entidades gubernamentales deben incluir a las comunidades y fomentar la promoción del turismo sostenible, no como una motivación turística, sino con el sentido de pertenencia e intervención directa, de manera tal que la participación permita mejorar su calidad de vida. Las comunidades no pueden estar aisladas, desplazadas y no tomadas en cuenta en el desarrollo de las actividades turísticas, por lo que ellas deben ser garantes de que aumente esta actividad y ser tomadas como parte de la experiencia turística.

Campañas publicitarias. Se alcanzaría esta estrategia, estableciendo campañas publicitarias del corredor de áreas protegidas dentro de la ciudad y publicitando su importancia en el desarrollo de las actividades sostenibles. Si bien es cierto que para que la demanda aumente es necesario conocer los valores y atributos que posee un espacio o territorio geográfico, es importante considerar que esta actividad no puede ser masiva.

Los recursos turísticos que tiene la ciudad poseen un valor incalculable que se puede trabajar en conjunto con el Ministerio de Ambiente (MiAmbiente) y el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP) que, si concientiza a la población del valor ambiental, social, cultural e histórico que poseen los destinos en cuestión, permitirá que estos se puedan mantener con el tiempo. Es importante destacar que la entrada a las áreas protegidas no puede seguir siendo gratuita, ya que con los fondos recaudados se pueden sufragar los gastos para el cuidado de la zona.

Conservación de los espacios naturales. Valoración de los recursos naturales que posee el espacio geográfico promocionado, al igual que la estructuración de los atractivos como parte de los productos turísticos, son elementales para impulsar la potencialidad del turismo urbano. Estos espacios no pueden ser utilizados para construcciones de grandes fortalezas de estructuras turísticas, sino que deben ser sitios de recuperación y conservaciones de valores culturales,

permitiendo la tolerancia social y revaloración del entorno natural circundante que permitan conservar la zona visitada y que, por ende, lleguen a mejorar los estándares de calidad de los pobladores.

Recursos. Un liderazgo comprometido con la participación activa de las empresas turísticas que forman parte directa e indirectamente del sistema turístico es posible, a través de un plan operativo y una planificación con objetivos reales. Esto permite que, con los recursos, la infraestructura y las empresas turísticas -en conjunto con todos los componentes de un turismo sostenible- se puedan mejorar aquellos destinos que todavía esperan integrarse a un mercado tan amplio como este. La Ciudad de Panamá tiene los componentes que son sus atractivos, tales como patrimonios, productos, equipamiento y servicios complementarios, de los que se necesita que muestren la utilidad que tienen en el mercado para que sean considerados para el consumo.

Conclusiones

La educación se ejerce en un aula de clases, pero también puede ser implementada en diversas actividades fuera de este entorno (entre ellas, el turismo sostenible), lo cual involucra la creación de estrategias, procedimientos y procesos que permiten el uso adecuado de los recursos naturales. Esto va enlazado con la educación ambiental, que busca la conservación y permanencia de los recursos naturales y culturales para las próximas generaciones y, de igual manera, para la obtención de ingresos de estos sitios, de forma tal que sean sostenibles y sustentables.

El turismo sostenible no se trata de un turismo de masas, puesto que lo anterior puede generar deterioro al ambiente si no se realiza un buen manejo o no se tiene un plan de manejo de desarrollo turístico adaptado a la realidad del lugar. Esta actividad conlleva a la íntima relación de la comunidad, donde la participación es directa y continua, donde ambas se fusionan mientras colaboran con el turismo sostenible, la educación ambiental y ayuda a minimizar el impacto ambiental; por lo tanto, se debe informar a los visitantes sobre el sitio a visitar y las normativas que se deben cumplir.

Se sabe que el turismo, con sus diversas motivaciones, pueden ser el engranaje que necesita la comunidad para que no emigre a zonas rurales, ya que a través de las actividades turísticas se pueden mantener y restaurar sitios que han sido destruidos por causas naturales y humanas.

Para formar estrategias para la promoción del turismo sostenible en la ciudad de Panamá se deben contemplar objetivos que fortalezcan la capacidad institucional de la Autoridad de Turismo de Panamá, lograr invertir en la promoción turística del país para que se mejoren los productos turísticos que ofrece la ciudad, enfocados no solo en un turismo de compras o en el turismo histórico, cuando existen áreas naturales protegidas y otros destinos de gran interés, adicional al mejoramiento de la infraestructura, mantenimiento de los espacios públicos y provisión de servicios básicos.

Referencias

- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9, 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Acerenza, M (2019). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- Aguilar, C. (2014). *Turismo y desarrollo sustentable: un acercamiento al estudio del turismo*. Trauco.
- Arias, F. G. (2019). Citación de fuentes documentales y escogencia de informantes: un estudio cualitativo de las razones expuestas por investigadores venezolanos. *e-Ciencias de la Información*, 9(1), 20-43. <http://dx.doi.org/10.15517/eci.v1i1.32224>
- Balestrini, M. (2000). *Como se elabora un proyecto de investigación*. Consultores Asociados.
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 8 (1), 50-56. <https://acortar.link/2r4zFt>
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacios turísticos*. Trillas.

- Cordero, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33 (1), 155-165. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=44015082010>
- Espino Castillo, D., & González Pinilla, E. L. (2023). La responsabilidad social empresarial en el turismo sostenible. *Societas*, 25(2), 48–69. <https://doi.org/10.48204/societas.v25n2.4108>
- Fernández, J. L. (2020). El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad de Zaragoza y Barcelona. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 14(1), 94-106. DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5942>
- Gordón, C. A. (9 de septiembre de 2023). *¿Cuántos somos y cómo está distribuida la población en la ciudad de Panamá según el censo de 2020?* En *La Estrella de Panamá*. <https://www.laestrella.com.pa/panama/nacional/distribuida-poblacion-ciudad>.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4 (3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, J. (2017). *Impacto de la legislación en el turismo y las medidas que ofrecen las autoridades pertinentes ante su incremento*. (Tesis de Maestría). UMECIT-Panamá.
- Jiménez, C. (2006). Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 11, 1-18. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420679001>
- Kerlinger, F. N. (1966). *Foundations of Behavioral Research*. Holt, Rinehart & Winston.
- Ley 80, Que dicta normas de incentivos para el fomento de las actividades turística en Panamá, 8 de noviembre de 2012, Gaceta Oficial 27159-A.
- Liburd, J. & Edwards, D. (eds.) (2018). *Collaboration for sustainable tourism development*. Goodfellow Pub Ltd.
- Mora, J. (2022). *Nuevas estrategias para un turismo sostenible*. Aranzadi.
- Morán, R. & Barrantes, C. (2020). *El turismo sostenible como estrategia de desarrollo local: análisis de los resultados del proyecto "Promoviendo el turismo rural, sostenible y ecoeficiente en el valle de los volcanes, Arequipa"*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Müggenburg Rodríguez, M. C. & Pérez Cabrera, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1), 31-38. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358741821004>
- Organización de las Naciones Unidas. (1992). Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/documents/declaracionrio.htm>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). Objetivos del Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Santos, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. In *Anales del Museo de América*, 12, 236-274. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>
- Tapia, G. (2014). Turismo sostenible. Introducción y marco financiero. *Revista de Investigación en Modelos Financieros*, 1, 1-14. <https://acortar.link/eDyuzr>
- Zamora, F. (2008). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados*. Trillas.