

# RETOS PARA UNA GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN PANAMÁ CHALLENGES FOR SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT IN THE FACE OF CLIMATE CHANGE IN PANAMA

ROSA ELVIRA MORA<sup>1</sup>

*Universidad de Panamá*

## RESUMEN

Este artículo explica la gestión turística sostenible que se practica en Panamá ante el cambio climático en espacios urbanos y naturales como atractivos turísticos, para salvaguardar el patrimonio nacional y natural. Se compilaron y analizaron diferentes fuentes secundarias, tanto nacionales, internacionales, estatales y particulares, que describen la actividad turística sostenible panameña en los últimos años, promovida por la Autoridad de Turismo de Panamá y otros ministerios involucrados; la participación del país en mitigar los efectos del cambio climático; y evidenciar que sí se puede practicar una gestión turística sostenible como empresa privada, en adaptabilidad frente al cambio climático; antes de pasar al análisis cuantitativo de esta investigación. Una encuesta, realizada a 325 colaboradores de distintos tipos de negocios turísticos de diferentes localidades turísticas de Panamá, dio a conocer la situación de las empresas turísticas, lo que propone una serie de retos para mejorarlas, en el desarrollo de gestiones turísticas sostenibles.

**Palabras clave:** turismo sostenible, cambio climático, adaptación, mitigación, gestión turística.

## ABSTRACT

This article explains the sustainable tourism management practiced in Panama in the face of climate change in urban and natural spaces as tourist attractions, to safeguard the national and natural heritage. Different secondary sources were compiled and analyzed, both national, international, state and private, that describe Panamanian sustainable tourism activity in recent years, promoted by the Tourism Authority of Panama and other ministries involved; the country's participation in mitigating the effects of climate change; and demonstrate that sustainable tourism management can be practiced as a private company, in adaptability to climate change; before moving on to the quantitative analysis of this research. A

---

Fecha de Recepción: 20 de febrero de 2024 Fecha de Aceptación: 10 de septiembre de 2024

<sup>1</sup> E-mail: [profa.rosamora@gmail.com](mailto:profa.rosamora@gmail.com)

survey conducted with 325 collaborators from different types of tourism businesses in different tourist locations in Panama revealed the situation of tourism companies, which proposes a series of challenges to improve them, in the development of sustainable tourism management.

**Keywords:** sustainable tourism, climate change, adaptation, mitigation, tourism management.

## **1. INTRODUCCIÓN**

El turismo es uno de los rubros potenciales de mayores ingresos a nivel mundial, debido a que es una industria que crece aceleradamente dejando sentir su derrama económica en la sociedad; pero no se puede ignorar la amenaza latente del denominado cambio climático, la que a todas luces es preocupante, y que hace del turismo una actividad mucho más vulnerable, en vista de que esta depende de diversos factores ambientales, como el tiempo y el clima. Pero ¿qué sucede si es el mismo turismo quien contribuye a los cambios constantes negativos del cambio climático?

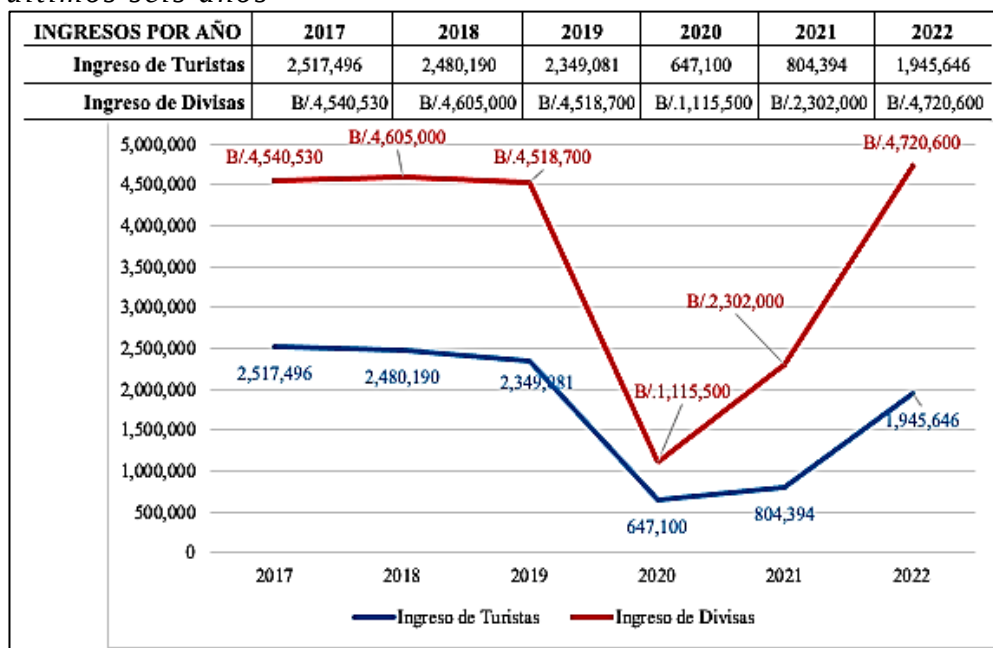
Para la comprensión inicial de este artículo, se repasa primero la situación del sector turismo en Panamá desde hace varios años atrás, incluidos los dos de la pandemia del COVID-2019.

Panamá, como un país de atractivo turístico, cuenta dentro de sus puntos de interés mundialmente conocidos por los turistas, con el conjunto monumental histórico de los Fuertes de Portobelo y San Lorenzo en la provincia de Colón, Conjunto Monumental Histórico de Panamá La Vieja y del Casco Antiguo de la ciudad de Panamá, además del Canal de Panamá; las playas en el denominado “arco seco” comprendido desde la provincia de Panamá Oeste hasta la provincia de Los Santos, las del archipiélago de Bocas del Toro y las de la Comarca de San Blas; sitios de montaña en los distritos de Boquete, Tierras Altas y Renacimiento de la Provincia de Chiriquí; y la pronta “Ruta Colonial Transistmica”, en la que se incluye además al Camino de Cruces y al Camino Real (EFE, 2023) entre las provincias de Panamá y Colón. Y todos estos atractivos escénicos, igualmente generan otras tipologías de turismo, como el de compras, el de vida nocturna y el de espectáculos; pero también a su vez, se incentiva y practica el turismo sostenible.

Para conocer el auge turístico que genera todo lo anterior, como rubro importante de la economía nacional, se presenta a continuación una serie de gráficas que permiten observar su movimiento en el transcurso de los últimos años, tomando como información datos estadísticos de fuentes como la Autoridad de Turismo de Panamá, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo de la Contraloría General de la República, y diversos artículos informativos.

**Figura 1:**

*Ingresos generados por el turismo en Panamá durante los últimos seis años*



*Fuente:* Reportes de Desempeño de la ATP del 2020 al 2022, (Redacción Capital Financiero, 2019) y (En Panamá creció el gasto aunque bajó la llegada de turistas, 2018)

Véase cómo las dos líneas parecieran que siguieran la misma posición según el año (excepto en el 2018, menos visitantes, pero más gastos turísticos), hasta que las mismas caen abruptamente en el año 2020, a razón de la pandemia del COVID-2019, con leve recuperación en el año 2021, hasta llegar al récord de gastos turísticos en el 2022, a pesar de no llegar a la cantidad de visitantes de antes de la pandemia.

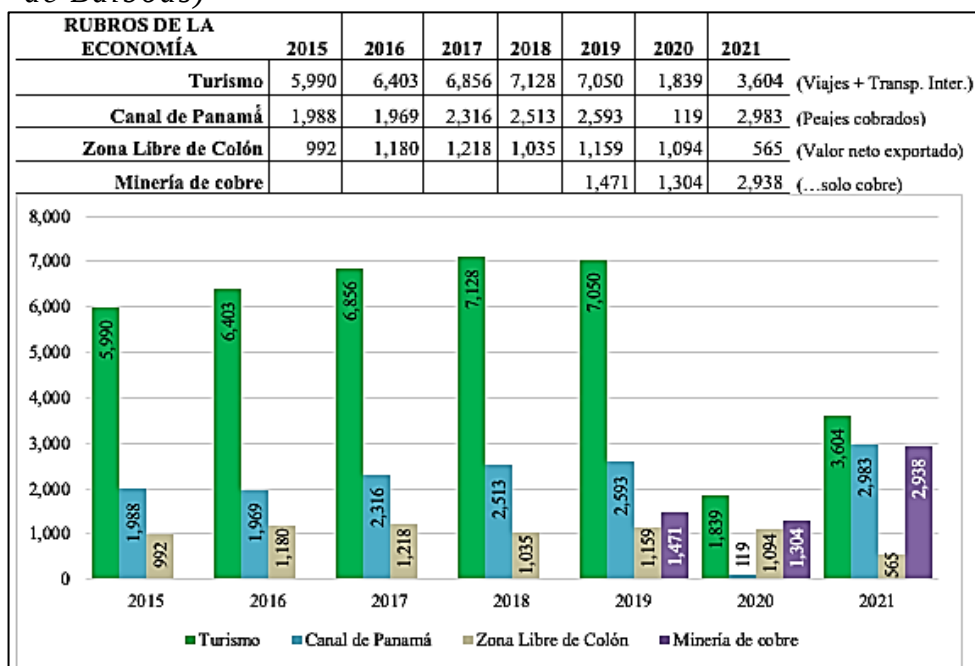
Cabe constar que el renglón de “Ingreso de Divisas” no incluye los montos generados por los denominados “transportes Internacionales”, ya que si bien es cierto son ingresos que entraron a la economía nacional, los mismos se generaron en el exterior en su moneda local.

En la siguiente figura 2, a diferencia de la anterior, veremos cómo el turismo se posiciona frente a otros rubros de la economía nacional.

Nótese que el rubro de “turismo” encabeza ampliamente a los otros de la economía nacional como exportador de servicio; por lo que se puede considerar como el rubro que más ingresos genera y aporta a la economía panameña, muy por encima inclusive del propio Canal de Panamá. Y, por considerarse como un factor importante y causante de cambio climático, se incluye a partir del año 2019 el renglón de “Minería”, el cual se jacta de contribuir “significativamente” a la economía panameña., igualándose apenas a los peajes cobrados por las operaciones del Canal el año 2021.

**Figura 2.**

*La industria turística en Panamá en comparación con otros rubros económicos durante los últimos siete años (en millones de Balboas)*



*Fuente:* Aspectos Económicos de la ATP del 2015 al 2021, (Batista y Berbey-Alvarez, 2020, p. 145) y (Estrategiaynegocios.net, 2023).

Si se logra observar en la figura anterior, a diferencia de los “Ingresos de Divisas” de la figura 1, el renglón de “Turismo” si incluye los montos generados por los denominados “transportes Internacionales”, razón por la cual estos números son más elevados; pero véase de que sigue la misma tendencia de crecimiento hasta que cae levemente en el 2019.

A diferencia de la primera figura, en esta no se muestra el pasado año 2022, por falta de información en las fuentes consultada.

En materia de “Turismo Sostenible”, Si bien es cierto ya se venía hablando de este tema desde el año de 1983, “...cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) constituye la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo” (El turismo sostenible y el desarrollo mundial, 2020); pero se estipula como un concepto a seguir hasta 1995, cuando se concretó la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, en Lanzarote, (Isla Canarias, España); no es hasta inicios del presente siglo cuando a Panamá llegan turistas interesados por cada vez más turismo de aventura, de playas (con la presencia de cada vez más hoteles “Resorts” de playa), turismo rural con el fin de conocer el interior del país y sus costumbres, y de otros turistas interesados en conocer las comunidades locales lejos de los conocidos focos turísticos del país, pero con excelente

potencial turístico de naturaleza y con el objetivo de interactuar con los lugareños. De esa manera, surgen las iniciativas privadas en el mercado turístico para desarrollarse empresas que ofrezcan este tipo de ofertas, a la vez que realizan alianzas estratégicas con sus pares en países como grandes exportadores de turistas; y por el otro lado, el Estado (por parte de los Gobiernos), sientan las primeras bases para normar el turismo con un objetivo sostenible, no solo a los ojos del mundo turístico, sino principalmente para el mercado turístico panameño.

Y, en cuanto a las afectaciones del cambio climático en Panamá, no solo como país, sino en la afectación de su industria turística, por más normas sostenibles en las que trabaje Panamá como país, y en las que se proponga el Estado en promover, no hace que el país escape a los efectos del cambio climático; ya que el esfuerzo de un país por mitigarlo no basta con la falta de esfuerzo de otros.

En la sección de “Resultados” de este artículo se explicarán algunas acciones desarrolladas en materia turística para gestionar un turismo sostenible en Panamá, pero en adaptación y mitigación con el cambio climático.

## **2. OBJETIVO**

El objetivo de este trabajo es el de conocer los retos que se puedan aplicar para una gestión turística sostenible en el mercado turístico panameño, ante las afectaciones producidas por el cambio climático.

## **3. METODOLOGÍA**

Como metodología utilizada para el desarrollo de este trabajo de investigación, se han recurrido a dos diferentes tipos de fuentes; siendo estas las siguientes:

- Fuentes primarias, obtenidas a través del método de la encuesta, la cual se desarrolló con un cuestionario de 24 preguntas, cuyo objetivo busca analizar el conocimiento que tiene el recurso humano que labora en las diferentes empresas turísticas en destinos turísticos mundialmente conocidos del país, como lo son el Archipiélago de Bocas del Toro, Boquete y el casco antiguo de la ciudad de Panamá,
- Fuentes secundarias, las que permiten desarrollar el Estado de la Cuestión de este documento, refiriéndose a lo que se ha hecho o hace falta por hacer en Panamá, en cuanto a turismo sostenible para reducir las afectaciones del cambio climático.

Concretamente, en cuanto al proceso metodológico seguido, en el caso de la elaboración, análisis y redacción de

resultados de las encuestas como técnica de recolección de datos se detalla de la siguiente manera.

- Se tomaron como referencia a algunas de las fuentes primarias utilizadas en un anterior trabajo de investigación titulado “Turismo local sin exclusión social: análisis de las localidades turísticas del Archipiélago de Bocas del Toro, distrito de Boquete y Casco Antiguo del Municipio de Panamá”, iniciado en los primeros meses del año 2020; pero a razón de la pandemia, se pospusieron varias tareas de recolección de datos, las que se retomaron de manera virtual a finales de dicho año, y de forma presencial durante el 2021 directamente con la población local, algunos turistas y actores de la industria turística de estas localidades, como miembros de asociaciones turísticas, oficinas de la ATP regionales, dueños o administradores de negocios turísticos (hoteles y otros negocios de hospedaje, transporte turístico, restaurantes, operadores turísticos, artesanos y tiendas turísticas).
- Se utilizó como única fuente de recolección de datos la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario de 24 preguntas con sus respectivas opciones de respuesta, abarcando preguntas de índole personal como el sexo, edad, nivel de estudios y nacionalidad del encuestado; otras en donde se les pregunta si conocen el término de “Turismo Sostenible” en general y en concreto como lo ve en el país y en la empresa en donde trabajan; misma orientación con preguntas acerca de, y enfocadas al tema del “Cambio Climático”; y sobre todo, si conocen si la empresa en la que trabajan contribuyen a un turismo sostenible para mitigar el cambio climático con acciones concretas.
- Los encuestados se escogieron deliberadamente, a la naturaleza de las preguntas, debido a que no se busca conocer la opinión de un tema, sino el conocimiento del mismo de parte de quienes laboran en su medio; siendo los temas “turismo sostenible” y “cambio climático”, como escenario de la investigación en la república de Panamá, y los sujetos a encuestar a personas que trabajen en los negocios turísticos de las localidades señaladas como parte de la anterior investigación, titulada anteriormente, como el medio propio de los temas de la investigación.
- A los encuestados escogidos se les contactó de datos obtenidos de los negocios turísticos intervenidos en la anterior investigación, durante el período de entrevistas a sus dueños o administradores, siendo estos negocios de los siguientes tipos:

**Tabla 1.***Negocios turísticos de donde se obtuvieron a los encuestados*

| <b>Tipo de Negocio</b> | <b>Cantidad de negocios por localidad</b> |                   |                                                | <b>Cantidad Aprox. de Rrhh</b> |
|------------------------|-------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------|--------------------------------|
|                        | <b>En Archipiélago de Bocas del Toro</b>  | <b>En Boquete</b> | <b>En Casco Antiguo de la ciudad de Panamá</b> |                                |
| Alojamiento            | 53                                        | 24                | 15                                             | 188                            |
| Operador turístico     | 12                                        | 14                | 14                                             | 80                             |
| Transporte             | 4                                         |                   | 1                                              | 5                              |
| Restaurante            | 5                                         | 3                 | 13                                             | 40                             |
| Tienda de souvenirs    | 3                                         | 2                 | 5                                              | 10                             |

*Fuente:* elaboración propia.

De la tabla anterior se puede observar que son aproximadamente 323 personas las que trabajan en los señalados tipos de negocio; por lo tanto, se decidió escoger a 325 personas en total. Esto hace que no se tenga que realizar una fórmula para calcular la muestra que determine un número de personas a escoger, por lo que se considera que la cantidad escogida de 325 encuestados es del tipo de muestreo no probabilístico, el cual se puede definir como aquel en el que no se selecciona aleatoriamente la muestra, “...en lugar de eso la muestra se define subjetivamente, por consiguiente, no es posible saber la probabilidad de selección de un elemento de la muestra” (Martínez, 2019).

Además de la razón de escoger el número de encuestados subjetivamente, por pertenecer al medio propio en donde se debaten los temas principales de este estudio, es porque la población (los trabajadores turísticos) no está bien definida (por su tipo de negocio turístico), no hay interés en inferir sobre la población usando la muestra, y como razón más común es porque “...los muestreos no probabilísticos son menos costosos que los muestreos probabilísticos y porque suelen ser implementados de forma más rápida (Martínez, 2019). De por sí, los 325 encuestados respondieron a la encuesta de forma satisfactoria.

La encuesta se hizo en línea, levantando el formulario de preguntas y enviándola a través de la aplicación en línea “Encuesta.com”, la cual permite llegar a los encuestados a través de un link al cual puede accederse, ya sea por correo electrónico o aplicaciones de mensajería. Accediendo al link, la encuesta se abre en una página Web, en la cual se va contestando a cada una de las preguntas según sus distintas opciones de respuesta, hasta llegar a la pregunta final, donde se tiene la opción única de “enviar”.

Una vez recibidas las encuestas ya contestadas, pueden visualizarse a través de la misma aplicación y exportarse a una

hoja de cálculo como Excel, en donde se realizarán las tabulaciones, los diferentes cálculos y la generación de los resultados cuantitativos.

#### **4. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

Está claro que los temas inherentes al turismo sostenible y al cambio climático han sido abordados desde el siglo pasado, cuando ya se veían las primeras afectaciones, no solamente de los espacios turísticos, sino de todo espacio natural y hasta no habitable, que poco a poco iba deteriorándose por efectos indirectos o directos del propio hombre. Como parte de esta investigación, se han revisado ciertos artículos que demuestran la preocupación respecto al tema en cuestión, en la búsqueda de encontrar un balance entre un turismo sostenible en adaptación al cambio climático, y sin contribuir más en el mismo.

Se cuenta con la investigación del autor Olcina (2012) de la Universidad de Alicante, titulado “Turismo y cambio climático: una actividad vulnerable que debe adaptarse”; cuyo objetivo es el de presentar ejemplos de actuaciones orientadas a la mitigación de los efectos del cambio climático en toda España, investigación que se centra en los efectos del cambio climático en el turismo en dicho país, mostrando su preocupación por la futura situación turística de España en la tipología turística de sol y playa, a causa de los efectos del cambio climático.

También de España, está el artículo titulado “Turismo y cambio climático. Propuesta de un marco estratégico de acción”, de los autores Pulido-Fernández y López-Sánchez (2014), ambos de la Universidad de Jaén (Andalucía, España), quienes proponen un marco estratégico, tanto de mitigación, por parte de la industria turística ante el cambio climático, y de adaptación al propio cambio climático para evitar los impactos de este fenómeno generado por el hombre, poniéndolo propiamente en peligro, pero antes a la industria turística.

De Latinoamérica, se tiene la tesis titulada “Turismo Sostenible y sus efectos frente al cambio climático en Pastoruri, Parque Nacional Huascarán”, escrita por la Lic. Castillo en el año 2017, tratándose del parque nacional ubicado en el Departamento de Áncash, Perú; cuya investigación pretende informar sobre la manera más adecuada de conservar las áreas naturales protegidas (de dicho parque) mitigando y previniendo los efectos del cambio climático. Y la investigación más reciente es la de las autoras Hartley-Ballesteros y Suárez-Espinoza (2022), ambas de la Universidad Nacional de Costa Rica, con su artículo titulada “Exportación de servicios turísticos: ¿un sector estratégico para enfrentar el cambio climático en Costa Rica?”, la cual busca mostrar la necesidad de formular una política pública explícita dirigida a la adaptación

y mitigación del sector turismo, y no solo para los espacios naturales que explotan los servicios ecosistémicos ofrecidos por la biodiversidad que posee el país

#### **4.1. Esfuerzos del Estado panameño.**

En cuanto a Panamá, por lo que se ha investigado, el Estado panameño, a partir de diseño del Plan Maestro de Turismo Sostenible (PROMTUR, 2023), diseñado por la Autoridad de Turismo de Panamá) en su primera versión del año 2007, de a poco ha realizado investigaciones en terreno, desarrollado planes, y los ha puesto en práctica, en conjunto con el Ministerio de Ambiente, el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (Patterson, 2022 y Lasso, 2023), en asociación con empresas turísticas y entidades financieras internacionales, para no solo vender, sino también poner en práctica fielmente el concepto del turismo sostenible (Promtur Panamá avanza en el posicionamiento internacional del país como destino turístico, 2021), vislumbrando que la actividad turística en Panamá está por crecer aún más; y para ello, debe de hacerse sustentablemente, en coordinación con los entes locales y con respeto a la naturaleza.

Por lo concluido en el párrafo anterior, Panamá, no solo como Estado, sino como país en general, ha sido reconocido con diferentes premios y menciones a nivel internacional por su lucha en la implementación del turismo sostenible y adaptación y mitigación ante el cambio climático; como los han sido los premios “Newsweek Future” (Meerman S. y Jhangimal, 2023), “Excelencia Turística” (ATP, Circuito Panamá Indígena gana el premio “Excelencias Turísticas” en FITUR, España , 2022), y demás felicitaciones por entidades como la Adventure Travel Trade Association (ATTA) (Garza, 2023); todo esto no solo por las acciones estatales, sino también por acciones conjuntas con organizaciones internacionales, alianzas como la colaboración entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el gobierno de Panamá, quienes “trabajan en conjunto para ayudar a las naciones en el diseño e implementación de estrategias para combatir el cambio climático” (Sáenz S., Arellano, & Chacón, 2021).

#### **4.2. Esfuerzos de la empresa privada**

Pero también se tienen alianzas en el sector privado, como la denominada “Alianza por un millón: una estrategia nacional cuyo objetivo es sembrar 1 millón de hectáreas en 20 años, promovida por la Asociación de Reforestadores de Panamá, (ANARAP). Y cada año más empresas privadas, organizaciones públicas y gubernamentales se unen a este proyecto” (Sáenz S., Arellano, & Chacón, 2021). También existe justo una empresa agroindustrial en Panamá como modelo de empresa privada, la Agropecuaria Don Arcelio, en el distrito de Natá de los

Caballeros de la Provincia de Coclé, la que se certificó como una agro-finca, en la cual después de realizar una serie de investigaciones a nivel mundial para su superación de manera sustentable, se ha propuesto adaptarse al cambio climático a través del turismo sostenible, adoptando así 4 ejes primordiales:

- Sustentabilidad: como la capacidad de preservar, conservar y proteger los recursos naturales para las generaciones presentes y futuras;
- Sostenibilidad: para permitirse la satisfacción de las metas y necesidades como empresa, pero sin comprometer la capacidad de generación de los mismos recursos para las generaciones venideras;
- Carbono neutralidad: entendiéndose como el equilibrio entre huella ecológica producida y las acciones que realicen como empresa para mitigar y contrarrestar sus efectos;
- Economía circular: con la cual puedan apostar por la reutilización de los elementos que por sus propiedades no pueden volver al medio ambiente; como un impulso para apoyar la investigación científica y tecnológica que pueda servir para la implementación de los nuevos modelos más prometedores para una óptima gestión de residuos. (Sáenz, Arellano, & Chacón, 2021).

A través de estos ejes, Agropecuaria Don Arcelio desde el año 2013, ha logrado varios cambios en sus procesos y medidas tecnológicas, las cuales se detallan a continuación, obtenidas de su estudio de caso “El cambio climático y el Turismo Rural en Panamá. Agropecuaria Don Arcelio y sus Desafíos (Sáenz, Arellano, & Chacón, 2021):

- sistema de Cosecha de Agua, para canalizar el agua que cae por los techos enviadas a tinajas de purificación y almacenamiento, las que se pueden utilizar para el riego de cultivos y procedimientos de aseo de la finca;
- bebederos automáticos o auto limpiantes, es un sistema alemán capaz de proveer a los animales de la finca con agua limpia y fresca para que la consuman solo cuando la necesiten tomar
- creación de un lago artificial, estanque de 3000 metros cúbicos, con el fin de tener un reservorio de agua, proyecto que se construyó sin planearlo, lo que ha generado a su vez un pequeño ecosistema con aves y crecimiento de plantas;
- plan “Cero goteras y fugas”, con la cual revisan minuciosamente cada tubería de agua y gas para reparar toda pérdida de recursos;
- instalación de paneles solares que generan 48.2 KWh, con una producción promedio anual de 80.3MWh, para un abastecimiento de energía limpia para todos los procesos

de la finca, lo que les genera el reducir 52.3 toneladas al año de CO<sub>2</sub>, equivalente a la labor de 2,800 árboles;

- Eco Parque Don Arcelio, hecho con la recolección de cerca de 975 llantas de automóvil, camioneta, motocicleta, tractor y camión, creando así un parque temático de reciclaje artístico.

Con la implementación de todas estas medidas, esta empresa ecoturística ha ganado el premio de Producción más Limpia, en el año de 2014, entregado por la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM, la actual MiAmbiente), éxitos en sus operaciones, como “un abanico de oportunidades y nos propusimos fortalecer las actividades turísticas: organizamos nuestros recorridos, creamos senderos para caminatas, cabalgatas y ciclismo (individual y colectivo), implementamos shows y talleres infantiles” (Sáenz, Arellano, & Chacón, 2021).

En todo sector, público, privado, gremial y regional, Panamá como país, “Tenemos que adaptarnos al cambio climático y estar alertas, pero sobre todo contribuir con el turismo de manera sostenible”, (Dr. Castro de Doens, citado por Pérez, 2022), ya que este país, entre otros de la región, “...poseen una invaluable cantidad de recursos culturales y ambientales que la hacen única para su promoción como destino turístico, pero a su vez es una actividad altamente vulnerable al cambio climático” (Pérez, 2022).

## 5. RESULTADOS

Una vez recabadas todas las encuestas, se procedió a tabularlas para analizar el conocimiento que tienen los encuestados en cuanto a la importancia del turismo sostenible para el crecimiento de esta industria en Panamá, su conocimiento en cuanto al cambio climático, y cómo este influye en dicha industria (inclusive, en su propio puesto de trabajo) y de sus acciones de adaptación y mitigación. Los resultados se muestran en la Tabla 2.

Entre las características que más sobresalieron de los encuestados, es que la mayoría fueron mujeres; pero entre los dos géneros hay mucha juventud (hasta los 38 años de edad, un poco más del 70% de los encuestados) con la mitad de ellos educados con estudios superiores (hasta de Maestría, en el menor de los casos) pero muchos de ellos ganando salarios apenas superiores a los B/.1,000. Pero la característica que más destacó, es que es el 52% de ellos, como colaboradores de negocios turísticos en la República de Panamá, son extranjeros, sobresaliendo los venezolanos (en gran parte) y los colombianos; sin ignorar otras nacionalidades en menor escala de las conocidas por emigrar al país, como dominicanos, ecuatorianos, nicaragüenses y chinos; pero también de países como Grecia, México, Italia y Argentina. La inmensa mayoría

de estos extranjeros trabajan con salarios bajos, pero que les permiten consignar a sus lugares de origen para ayudar a sus familiares; pocos de estos extranjeros laboran como colaboradores ocupando posiciones ejecutivas o de representación de firmas internacionales turísticas (el caso de hoteles o algunos restaurantes).

**Tabla 2:**  
*Resultados de la encuesta*

| PREGUNTA |                   | OPCIONES DE RESPUESTA | Q          | %           |
|----------|-------------------|-----------------------|------------|-------------|
| 1        | Sexo              | Hombre                | 140        | 43%         |
|          |                   | Mujer                 | 185        | 57%         |
|          |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 2        | Rango de edad     | de 18 a 28            | 85         | 26%         |
|          |                   | de 29 a 38            | 147        | 45%         |
|          |                   | de 39 a 48            | 56         | 17%         |
|          |                   | de 49 a 58            | 27         | 8%          |
|          |                   | + de 58               | 10         | 3%          |
|          |                   | No sabe / No contesta | 0          | 0.00%       |
|          |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 3        | Nivel de estudios | Primaria              | 12         | 4%          |
|          |                   | Secundaria            | 144        | 44%         |
|          |                   | Licenciatura          | 145        | 45%         |
|          |                   | Postgrado             | 5          | 2%          |
|          |                   | Maestría              | 19         | 6%          |
|          |                   | No sabe / No contesta | 0          | 0%          |
|          |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 4        | Nacionalidad      | Venezuela             | 70         | 22%         |
|          |                   | Panamá                | 169        | 52%         |
|          |                   | Colombia              | 41         | 13%         |
|          |                   | República Dominicana  | 14         | 4%          |
|          |                   | Ecuador               | 2          | 1%          |
|          |                   | Grecia                | 1          | 0.3%        |
|          |                   | Italia                | 2          | 1%          |
|          |                   | México                | 1          | 0.3%        |
|          |                   | Nicaragua             | 18         | 6%          |
|          |                   | China                 | 5          | 2%          |
|          |                   | Argentina             | 2          | 1%          |
|          |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 5        | Ingreso personal  | - 1,000 mensuales     | 117        | 36%         |
|          |                   | 12,000 anuales        | 123        | 38%         |
|          |                   | 25,000 anuales        | 43         | 13%         |
|          |                   | 30,000 anuales        | 4          | 1%          |
|          |                   | + 30,000 anuales      | 0          | 0%          |
|          |                   | No sabe / No contesta | 38         | 12%         |
|          |                   | <b>TOTAL</b>          | <b>325</b> | <b>100%</b> |

| PREGUNTA                                                                         | OPCIONES<br>RESPUESTA               | DE | Q          | %           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----|------------|-------------|
| 6 ¿En cuál tipo de empresa turística trabaja usted? Seleccione uno.              | Alojamiento                         |    | 188        | 58%         |
|                                                                                  | Operador turístico                  |    | 80         | 25%         |
|                                                                                  | Transporte                          |    | 5          | 2%          |
|                                                                                  | Restaurante                         |    | 40         | 12%         |
|                                                                                  | Tienda souvenirs                    |    | 10         | 3%          |
|                                                                                  | Otro                                |    | 2          | 1%          |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 7 ¿Cuánto tiempo tiene de estar laborando en esta empresa?                       | Un año o menos                      |    | 69         | 21%         |
|                                                                                  | De 1 a 3 años                       |    | 134        | 41%         |
|                                                                                  | De 3 a 6 años                       |    | 113        | 35%         |
|                                                                                  | De 6 a 9 años                       |    | 5          | 2%          |
|                                                                                  | 10 años o más                       |    | 2          | 1%          |
|                                                                                  | No contesta                         |    | 2          | 1%          |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 8 ¿Qué nivel de educación en turismo tiene usted?                                | Bachillerato en Turismo             |    | 47         | 15%         |
|                                                                                  | Licenciatura en Turismo             |    | 90         | 29%         |
|                                                                                  | Cursando la Licenciatura            |    | 42         | 13%         |
|                                                                                  | Maestría en Turismo                 |    | 14         | 4%          |
|                                                                                  | Cursando la Maestría                |    | 3          | 1%          |
|                                                                                  | Estudió otra carrera o bachillerato |    | 117        | 37%         |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>313</b> | <b>100%</b> |
| 9 Según usted, ¿cómo cree que le va a esta empresa económicamente?               | Muy bien                            |    | 10         | 3%          |
|                                                                                  | Bien                                |    | 150        | 46%         |
|                                                                                  | Mas o menos                         |    | 141        | 43%         |
|                                                                                  | Mal                                 |    | 19         | 6%          |
|                                                                                  | Muy Mal                             |    | 2          | 1%          |
|                                                                                  | No contesta                         |    | 3          | 1%          |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 10 ¿Conoce usted el concepto de Turismo Sostenible?                              | Sí                                  |    | 205        | 63%         |
|                                                                                  | No                                  |    | 120        | 37%         |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 11 ¿Conoce usted las ventajas del Turismo Sostenible para una empresa como ésta? | Sí                                  |    | 143        | 44%         |
|                                                                                  | No                                  |    | 182        | 56%         |
|                                                                                  | <b>TOTAL</b>                        |    | <b>325</b> | <b>100%</b> |
| 12 De haber respondido con un "Sí" a la pregunta anterior, mencione algunas.     | Consumo local de materias primas    |    | 4          | 3%          |
|                                                                                  | Ahorro de agua                      |    | 15         | 10%         |
|                                                                                  | Ahorro energético                   |    | 8          | 6%          |
|                                                                                  | Mano de obra local                  |    | 8          | 6%          |
|                                                                                  | Capacitación continua en el tema    |    | 5          | 3%          |
|                                                                                  | Respeto a la cultura local          |    | 13         | 9%          |

|                                                                    |                                                                                                                      |                                          |      |                          |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------|--------------------------|
|                                                                    | Restauración del patrimonio                                                                                          | 6                                        | 4%   |                          |
|                                                                    | Cuidado medioambiental                                                                                               | 20                                       | 14%  |                          |
|                                                                    | Hábitos de vida saludables                                                                                           | 8                                        | 6%   |                          |
|                                                                    | Más turismo rural                                                                                                    | 11                                       | 8%   |                          |
|                                                                    | Más respeto por lo rural                                                                                             | 15                                       | 10%  |                          |
|                                                                    | Respeto a la naturaleza                                                                                              | 17                                       | 12%  |                          |
|                                                                    | Conciencia y control sobre los desechos                                                                              | 13                                       | 9%   |                          |
|                                                                    | TOTAL                                                                                                                | 143                                      | 100% |                          |
| 13                                                                 | ¿Conoce usted el concepto de Cambio Climático?                                                                       | Sí                                       | 175  | 54%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No                                       | 150  | 46%                      |
|                                                                    | TOTAL                                                                                                                | 325                                      | 100% |                          |
| 14                                                                 | ¿Conoce usted las desventajas del Cambio Climático para una empresa como ésta?                                       | Sí                                       | 130  | 40%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No                                       | 195  | 60%                      |
|                                                                    | TOTAL                                                                                                                | 325                                      | 100% |                          |
| 15                                                                 | De haber respondido con un "Sí" a la pregunta anterior, mencione algunas...                                          | Más calor                                | 18   | 14%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Más lluvias torrenciales                 | 16   | 12%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Más desastres naturales                  | 7    | 5%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | Cortes programados de agua               | 26   | 20%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Cortes programados de luz                | 38   | 29%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Menos capacidad de viaje                 | 9    | 7%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | Menos clientes, menos trabajo            | 6    | 5%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | Más turistas de playa, demasiado trabajo | 7    | 5%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | Más previsiones en salud                 | 3    | 2%                       |
|                                                                    | TOTAL                                                                                                                | 130                                      | 100% |                          |
| 16                                                                 | ¿La empresa donde trabaja cuenta con empleados responsables de la sustentabilidad?                                   | Sí                                       | 44   | 14%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No                                       | 154  | 47%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No sabe                                  | 127  | 39%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | TOTAL                                    | 325  | 100%                     |
| 17                                                                 | ¿La empresa donde trabaja cuenta actualmente con un plan, estrategia u hoja de ruta de acción climática?             | Sí                                       | 47   | 14%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No                                       | 68   | 21%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No sabe                                  | 210  | 65%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | TOTAL                                    | 325  | 100%                     |
| 18                                                                 | De haber respondido con un "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué acciones está tomando para abordar el cambio climático? | Medición de emisiones                    | 15   | 32%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Reducción de emisiones                   | 16   | 34%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Adaptación al cambio climático           | 7    | 15%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | Compensación de emisiones (offsetting)   | 0    | 0%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | Colaboración con grupos de interés       | 6    | 13%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      | No sabe / No contesta                    | 3    | 6%                       |
|                                                                    |                                                                                                                      | TOTAL                                    | 47   | 100%                     |
|                                                                    |                                                                                                                      | 19                                       |      | Eficiencia en transporte |
| Uso de energías renovables                                         | 40                                                                                                                   |                                          |      | 10%                      |
| Consumo eficiente de electricidad                                  | 36                                                                                                                   |                                          |      | 9%                       |
| Abastecimiento local                                               | 47                                                                                                                   |                                          |      | 12%                      |
| Compras a proveedores que toman medidas para reducir sus emisiones | 47                                                                                                                   |                                          |      | 12%                      |
|                                                                    |                                                                                                                      |                                          |      |                          |

|       |                                                                                                                                                                             |                                                                            |     |      |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----|------|
|       | De haber respondido con un "Sí" a la pregunta 17, ¿qué acciones de mitigación ha implementado la empresa para reducir las emisiones? Seleccione todas las que correspondan. | Reducción de los residuos sólidos                                          | 36  | 9%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Reducción del desperdicio de alimentos                                     | 36  | 9%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Eliminación de plástico innecesario                                        | 32  | 8%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Reciclaje                                                                  | 43  | 11%  |
|       |                                                                                                                                                                             | Conservación de bosques                                                    | 2   | 1%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Reforestación                                                              | 5   | 1%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Revisión de productos para hacerlos más sostenibles                        | 5   | 1%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Rediseño de las estrategias de mercadeo                                    | 42  | 11%  |
|       |                                                                                                                                                                             | TOTAL                                                                      | 382 | 100% |
| 20    | La empresa, si realiza medición de emisiones, ¿cómo las hace?                                                                                                               | De forma regular                                                           | 11  | 73%  |
|       |                                                                                                                                                                             | Esporádicamente                                                            | 4   | 27%  |
|       |                                                                                                                                                                             | TOTAL                                                                      | 15  | 100% |
| 21    | ¿La empresa en la que trabaja está divulgando información sobre las emisiones de sus operaciones turísticas? Seleccione todas las que correspondan.                         | Sí, como parte de su informe de sostenibilidad interno                     | 12  | 4%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Sí, como parte de sus informes de sostenibilidad disponibles públicamente. | 7   | 2%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Sí, disponible en el sitio Web                                             | 11  | 3%   |
|       |                                                                                                                                                                             | Actualmente no, pero está pendiente                                        | 145 | 45%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No                                                                         | 121 | 37%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No sabe                                                                    | 29  | 9%   |
| TOTAL | 325                                                                                                                                                                         | 100%                                                                       |     |      |
| 22    | ¿La empresa en la que trabaja tiene alguna certificación de sostenibilidad?                                                                                                 | Sí                                                                         | 80  | 25%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No                                                                         | 117 | 36%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No sabe / No contesta                                                      | 128 | 39%  |
|       |                                                                                                                                                                             | TOTAL                                                                      | 325 | 100% |
| 23    | ¿Esta empresa está en algún gremio en el que comparte información y recursos sobre el cambio climático?                                                                     | Sí                                                                         | 88  | 27%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No                                                                         | 110 | 34%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No sabe / No contesta                                                      | 127 | 39%  |
|       |                                                                                                                                                                             | TOTAL                                                                      | 325 | 100% |
| 24    | ¿La empresa en la que trabaja brinda orientación y capacitación al personal operativo sobre acciones relacionadas con el cambio climático?                                  | Sí                                                                         | 74  | 36%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No                                                                         | 103 | 50%  |
|       |                                                                                                                                                                             | No sabe / No contesta                                                      | 27  | 13%  |
|       |                                                                                                                                                                             | TOTAL                                                                      | 204 | 100% |

Fuente: elaboración propia.

Como resultado de estas encuestas, se pudo constatar, en los encuestados, una cierta disparidad entre lo que conocen de los conceptos de Turismo Sostenible y su importancia; y el de Cambio Climático y sus desventajas.

Basándose en la Tabla 2, se puede observar que es una tímida mayoría del 63% de los encuestados que conoce el tema del turismo sostenible; mientras que un 37% admitió no conocer del mismo; pero más extraño aun, tan solo el 44% conoce la importancia y ventajas del turismo sostenible para la empresa en la cual trabaja; lo que da a entender que de los 205 encuestados

que contestaron conocer del concepto de Turismo Sostenible, 62 de ellos (el 30%) no conoce de sus ventajas ni de la importancia de las mismas. Mientras que, en el concepto de Cambio Climático, si bien es cierto la mayoría de los encuestados contestaron sí conocer del tema (el 54%), estos son menos aun de los que conocen del turismo sostenible, cuando este tema es mucho más diverso y más “en boga”; pero lo extraño es que de los 175 encuestados que contestaron conocer del concepto, 45 de ellos (el 26%) no conoce de sus desventajas y del peligro que suponen las mismas.

Y en el caso de las empresas en las que laboran los encuestados, se pudo constatar que muchas de estas propios del mercado turístico panameño (de hospedaje, operadores turísticos, restaurantes, venta de artesanías y demás souvenirs) no practican estrategias o planes de acción para gestionar un turismo sostenible, o adaptarse al cambio climático practicando actividades de mitigación dentro de sus operaciones turísticas, como el ahorro energético, de agua, de combustibles “limpios”, la compra de materias primas locales y certificadas de proveedores con producción sustentable, planes de reciclaje y control de emisión de CO<sub>2</sub>.

Mas lo anterior no significa de que en gran parte de Panamá no se practiquen actividades como parte de las operaciones turísticas bajo el concepto de turismo sostenible, ya que las menciones a las que el país ha tenido de parte de organismos internacionales por sus buenas prácticas de turismo sostenible, se debe a los programas del Estado panameño a través de la Autoridad de Turismo, en promover y supervisar un turismo respetuoso con la naturaleza y con los residentes locales; sobre todo, en áreas rurales y de espacios para la aventura en naturaleza; por lo que se debe afianzar en incentivar las prácticas y gestiones turísticas en las zonas rurales, por medio de los negocios de hospedaje, restaurantes y demás negocios conexos, así como en la práctica de las tipologías de turismo urbano, como lo son los de eventos, conciertos, de compras y cultural urbano.

Cabe constar que para lograr completarse el ciclo de práctica de turismo sostenible, tanto en regiones rurales y urbanas en el país, se le recomienda a toda empresa del mercado turístico nacional, indistintamente de su tipo de negocio, que si está verdaderamente interesada en ser sustentable, solidaria con el entorno que le rodea, con respeto y dignidad a su recurso humano, y con interés en reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, puede perfectamente practicar planes, estrategias, tareas, o actividades listadas como opciones de respuesta a las preguntas N° 10, 16, 17, 19 y 21, presentadas en este documento, y así evitar las consecuencias citadas como opciones de respuesta a la pregunta N° 13.

## 6. CONCLUSIONES

Habiendo desarrollado esta investigación, persiguiendo el objetivo de conocer los retos que se puedan aplicar para una gestión turística sostenible en el mercado turístico panameño, ante las afectaciones producidas por el cambio climático; se concluye con que son más las empresas privadas, distribuidas en las diferentes tipologías de negocio turístico, las que deberían interesarse en practicar un turismo sostenible e implementar estrategias o planes de acción para la adaptación y mitigación del cambio climático en Panamá, dentro de sus operaciones turísticas. Ya se tiene documentada una prueba de ello, como lo es la citada empresa Agropecuaria Don Arcelio, que ha abierto sus operaciones agroindustriales al turismo, después de realizar una serie de investigaciones internacionales en cuanto a la práctica del turismo sostenible, y de cómo adaptarse y mitigar el cambio climático, con modelos de empresas rurales y turísticas que así funcionan alrededor del mundo (Sáenz, Arellano, y Chacón, 2021).

Y aparte al esfuerzo que hace el Estado, a través de sus ministerios para desarrollar e incentivar el turismo sostenible en el país, se les recomienda también a las autoridades locales, sobre todo a los municipios, diseñar por sí mismos estrategias o planes de acción de desarrollo de turismo rural comunitario para sus distritos, así como planes de mitigación y adaptación al cambio climático, incorporando a sí mismos a sus habitantes. No tienen que ser distritos mayoritariamente rurales; inclusive, aquellos distritos con ciudades grandes pudieran establecer estrategias de proyección turística, como foco potencial del desarrollo de turismo urbano y cultural.

Se ha explicado en la Figura 2 de esta investigación, que el turismo es la industria que más ingresos económicos deja a la economía del país, pues a través de la misma, de practicarse a nivel de iniciativas municipales, los municipios pueden percibir ingresos a través de impuestos y otros tributos que tanto necesitan para el desarrollo de sus demás planes y metas alcaldicias.

## 7. REFERENCIAS

- ATP. (2022). *Circuito Panamá Indígena gana el premio "Excelencias Turísticas" en FITUR, España*. Obtenido de Autoridad de Turismo de Panamá: <https://www.atp.gob.pa/?p=6319>
- ATP. (2021). *Análisis del Desempeño Turístico*. Reporte de enero a diciembre 2020. Panamá: Dirección de Planificación, Departamento de Estadística. P. 6.

- ATP. (2022). *Análisis del Desempeño Turísticos*. Obtenido de Autoridad de Turismo de Panamá: [https://www.atp.gob.pa/?page\\_id=347](https://www.atp.gob.pa/?page_id=347)
- ATP. (2023). *Informe de análisis estadístico enero a diciembre 2020 vs 2021*. Autoridad de Turismo de Panamá. Panamá: Dirección de Planificación, Departamento de Estadística. P. 3.
- ATP. (2023). *Informe de análisis estadístico enero a diciembre 2021 vs 2022*. Autoridad de Turismo de Panamá. Panamá: Dirección de Planificación, Departamento de Estadística. P. 3.
- Batista, S., y Berbey - Álvarez, A. (2020). “Análisis y regresión de estadísticas de turismo en Panamá”. En A. López de R., *Conferencia: V Congreso de Investigación Desarrollo en Innovación de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología*. Panamá: Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología. Pp. 141-151.
- EFE. (2023). *La Ruta Colonial Transístmica abonará a la revalorización cultural de Panamá*. Obtenido de SWI swissinfo.ch: [https://www.swissinfo.ch/spa/panamá-patrimonio\\_la-ruta-colonial-trans%C3%ADstmica-abonará-a-la-revalorización-cultural-de-panamá/48375762](https://www.swissinfo.ch/spa/panamá-patrimonio_la-ruta-colonial-trans%C3%ADstmica-abonará-a-la-revalorización-cultural-de-panamá/48375762)
- El turismo sostenible y el desarrollo mundial*. (2020). Obtenido de OSTELEA: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial>
- En Panamá creció el gasto, aunque bajó la llegada de turistas*. (2018). Obtenido de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/lat/127329\\_en-panama-crecio-el-gasto-aunque-bajo-la-llegada-de-turistas.html](https://www.hosteltur.com/lat/127329_en-panama-crecio-el-gasto-aunque-bajo-la-llegada-de-turistas.html)
- Estrategiaynegocios.Net. (2023). *Exportaciones panameñas de cobre cayeron en 2022 por paralización de Cobre Panamá*. Obtenido de Estrategia y Negocios: <https://www.estrategiaynegocios.net/centroamericaymundo/exportaciones-panamenas-de-cobre-cayeron-en-2022-por-paralizacion-de-cobre-panama-FH14130261>
- Garza, A. (2023). *Panamá es destacada por su compromiso con el turismo sostenible*. Obtenido de Excelencias News Panamá: <https://www.excelenciaspanama.com/tendencias-turismo/panama-es-destacada-por-su-compromiso-con-el-turismo-sostenible>
- Martínez Z., C. (2019). *Hablemos un poco de encuestas y muestreo*. Obtenido de Escuela de Datos: <https://escueladedatos.online/tutorial/hablemos-un-poco-de-encuestas-y-muestreo/>

- Pérez S., Y. (2022). El turismo ante los retos del cambio climático. Obtenido de La Estrella de Panamá: <https://www.laestrella.com.pa/cafe-estrella/destinoestrella/220423/turismo-retos-cambio-climatico>
- PROMTUR. (2021). *Panamá avanza en el posicionamiento internacional del país como destino turístico*. Obtenido de Impacto Positivo: <https://somosimpactopositivo.com/promtur-panama-recuento-de-logros/>
- PROMTUR. (2023). *Historia*. Obtenido de PROMTUR Panamá: <https://www.promturpanama.com/quienes-somos/historia/>
- Redacción Capital Financiero. (2019). Turistas dejaron a Panamá \$4,605 millones en divisas durante el 2018, señala la ATP. Obtenido de El Capital Financiero: <https://elcapitalfinanciero.com/turistas-dejaron-a-panama-4605-millones-en-divisas-durante-el-2018-senala-la-atp/>
- Sáenz S., A., Arellano, D., y Chacón, G. (2021). Estudio de caso. El cambio climático y el Turismo Rural en Panamá. Agropecuaria Don Arcelio y sus Desafíos. In J. Serra, N. Marujo, M. do R. Borges, & J. Lima (éds.), *Turismo Rural e Turismo Comunitário no Espaço Ibero-Americano*. Publicações do CIDEHUS. <https://doi.org/10.4000/books.cidehus.16137>