

Comunicación estratégica y educación territorial en el desarrollo del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá: Un modelo explicativo

Strategic Communication and Territorial Education in the Development of Sustainable Tourism in Panama City: An Explanatory Model

Ricardo Ortiz¹, Nilka Concepción², Alexis Vidal³, Carlos Chen⁴, Expedito Ramos⁵ y Alexis Chen⁶

¹Universidad de Panamá, ricardoantonio.ortiz@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0002-6828-544X>, Panamá

²Universidad de las Américas, nilka.concepcion@udelas.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0007-8598-3673>, Panamá

³Universidad de las Américas, alexis.vidal@udelas.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0001-1281-5018>, Panamá

⁴Universidad de Panamá, carlos.chen@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0001-9288-6635>, Panamá

⁵Universidad de Panamá, expedito.ramos@up.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0007-4116-6276>, Panamá

⁶Universidad de Panamá, alexis.chen@up.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0008-8297-5552>, Panamá

Información del Artículo

Trazabilidad:

Recibido 23-03-2026

Revisado 25-03-2026

Aceptado 01-05-2026

Palabras Clave:

Comunicación estratégica
Educación territorial
Turismo sostenible
Ciudad de Panamá
Conciencia territorial

Keywords:

Strategic communication
Territorial education
Sustainable tourism
Panama City
Territorial awareness

RESUMEN

El turismo sostenible exige modelos educativos capaces de articular la comunicación estratégica, la comprensión territorial y la participación ciudadana en la gestión responsable de los destinos. En la Ciudad de Panamá, donde convergen patrimonio histórico, centralidad logística, diversidad cultural y expansión urbana, persiste una brecha entre la promoción turística del destino y la formación territorial de los actores educativos y comunitarios. El objetivo de este artículo es proponer un modelo explicativo sobre la influencia de la comunicación estratégica y la educación territorial en el desarrollo del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá. Se plantea un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con diseño no experimental, transversal y correlacional-explicativo, orientado a medir la relación entre comunicación estratégica, educación territorial y turismo sostenible. La propuesta considera como población a estudiantes universitarios vinculados a programas de turismo, educación, comunicación y geografía, así como actores institucionales asociados al desarrollo turístico urbano. Los resultados esperados apuntan a demostrar que la comunicación estratégica y la educación territorial inciden positivamente en la conciencia turística sostenible, la valoración del patrimonio urbano y la apropiación responsable del territorio. El aporte central consiste en construir una base teórico-metodológica aplicable a políticas educativas, planificación turística y gestión territorial sostenible en Panamá, país que en 2023 recibió aproximadamente 2.518 millones de visitantes internacionales y generó USD 5.432 millones en ingresos turísticos, según UN Tourism.

ABSTRACT

Sustainable tourism requires educational models capable of integrating strategic communication, territorial understanding, and citizen participation in the responsible management of destinations. In Panama City, where historical heritage, logistical centrality, cultural diversity, and urban expansion converge, a gap persists between destination promotion and the territorial education of educational and community actors. The objective of this article is to propose an explanatory model regarding the influence of strategic communication and territorial education on the development of sustainable tourism in Panama City. A quantitative, applied, non-experimental, cross-sectional, and correlational-explanatory design is proposed to measure the relationship between strategic communication, territorial education, and sustainable tourism. The target population includes university students enrolled in tourism, education, communication, and geography programs, as well as institutional stakeholders linked to urban tourism development. The expected results suggest that strategic communication and territorial education positively influence sustainable tourism awareness, urban heritage valuation, and responsible territorial appropriation. The main contribution lies in building a theoretical-methodological basis applicable to educational policy,

tourism planning, and sustainable territorial management in Panama, a country that received approximately 2.518 million international visitors in 2023 and generated USD 5.432 billion in tourism receipts, according to UN Tourism.

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible se ha consolidado como uno de los enfoques prioritarios en la agenda global de desarrollo, especialmente tras la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), donde el turismo es reconocido como motor de crecimiento económico, inclusión social y sostenibilidad ambiental (United Nations World Tourism Organization, 2021). En este contexto, la relación entre educación, comunicación y territorio adquiere un papel estratégico, ya que la formación de ciudadanos y profesionales capaces de comprender y gestionar el espacio turístico resulta esencial para garantizar la sostenibilidad de los destinos (UNESCO, 2020).

A nivel internacional, diversos estudios han demostrado que la educación territorial y la comunicación estratégica inciden directamente en la percepción del destino, la identidad cultural y la conducta del turista (Dredge & Jamal, 2015; Bigné et al., 2019). La comunicación estratégica, entendida como un proceso planificado de construcción de significados y relaciones entre actores, permite articular mensajes coherentes que fortalecen la imagen del destino y promueven prácticas responsables (Falkheimer & Heide, 2018). Paralelamente, la educación geográfica y territorial contribuye a desarrollar competencias críticas en los individuos para interpretar, valorar y gestionar el espacio (Lambert & Morgan, 2010; Brooks, 2018). En América Latina, el desarrollo turístico presenta desafíos estructurales asociados a la urbanización acelerada, la desigualdad territorial y la débil integración entre políticas educativas y planificación turística (Hall, 2019). En este sentido, la formación territorial de los actores locales y la incorporación de estrategias comunicativas en los procesos educativos se perfilan como factores clave para fortalecer la sostenibilidad del turismo en la región (Jamal & Camargo, 2018).

En el caso específico de Ciudad de Panamá, el crecimiento del turismo urbano ha sido significativo en las últimas dos décadas, impulsado por su posición geoestratégica, su conectividad internacional y su patrimonio cultural, como el Casco Antiguo, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Sin embargo, este crecimiento ha evidenciado tensiones entre desarrollo económico, conservación patrimonial y apropiación social del territorio (Spalding, 2013; Panama Tourism Authority, 2022).

A pesar de los avances en promoción turística y marketing territorial, se observa una limitada articulación entre la educación formal y la comprensión del territorio como recurso turístico sostenible. En muchos casos, los estudiantes universitarios carecen de una formación integral que combine conocimiento geográfico, conciencia territorial y competencias comunicativas orientadas al turismo (Richards, 2018). Esta situación genera una brecha entre el discurso institucional de sostenibilidad y las prácticas reales de gestión del destino.

Desde la perspectiva de la Comunicación Estratégica, la educación no solo implica transmisión de contenidos, sino también construcción de significados, percepciones y comportamientos (Heide et al., 2018). En este sentido, la integración de la comunicación estratégica en la educación territorial puede fortalecer la comprensión del turismo como fenómeno complejo, dinámico y multidimensional.

En consecuencia, se identifica una brecha científica clara: la ausencia de modelos explicativos que integren comunicación estratégica, educación territorial y turismo sostenible en el contexto urbano panameño. Aunque existen estudios sobre turismo y educación de manera aislada, son escasas las investigaciones que aborden su interrelación desde un enfoque sistémico y cuantitativo en Panamá.

La justificación de esta investigación radica en la necesidad de generar conocimiento científico que contribuya a mejorar la formación académica, la planificación territorial y la gestión turística sostenible en la Ciudad de Panamá. Asimismo, el estudio aporta evidencia empírica que puede ser utilizada por instituciones educativas, organismos gubernamentales y actores del sector turístico.

El objetivo general de la investigación es:

- Analizar la influencia de la comunicación estratégica y la educación territorial en el desarrollo del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá, mediante la construcción de un modelo explicativo.

Los objetivos específicos son:

- Evaluar el nivel de aplicación de la comunicación estratégica en contextos educativos vinculados al turismo.
- Determinar el nivel de educación territorial en estudiantes universitarios de la Ciudad de Panamá.

- Analizar la relación entre comunicación estratégica, educación territorial y turismo sostenible.
- Proponer un modelo explicativo que integre las variables estudiadas.

En correspondencia con el enfoque cuantitativo, se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

- H1: La comunicación estratégica influye significativamente en el desarrollo del turismo sostenible.
- H2: La educación territorial influye significativamente en el desarrollo del turismo sostenible.
- H3: La comunicación estratégica y la educación territorial, de manera conjunta, explican significativamente el desarrollo del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá.

La hipótesis nula (H0) establece que no existe influencia significativa entre las variables estudiadas.

En síntesis, este estudio se posiciona en la intersección entre educación, comunicación y territorio, proponiendo un enfoque innovador que responde a las demandas actuales del turismo sostenible en contextos urbanos emergentes como Panamá.

Marco teórico

Fundamentos teóricos de la comunicación estratégica en contextos educativos y turísticos

La Comunicación Estratégica ha evolucionado desde enfoques instrumentales hacia perspectivas sistémicas orientadas a la construcción de significado, legitimidad y valor en contextos organizacionales y sociales (Falkheimer & Heide, 2018). En el ámbito educativo, esta disciplina adquiere relevancia al configurar procesos de interacción simbólica que influyen en la forma en que los individuos comprenden su entorno, internalizan conocimientos y desarrollan comportamientos (Heide, von Platen, Simonsson, & Falkheimer, 2018).

En el contexto turístico, la comunicación estratégica se vincula estrechamente con el posicionamiento de destinos, la gestión de la reputación y la construcción de experiencias significativas para los visitantes (Bigné, Andreu, & Gnoth, 2019). Estudios recientes evidencian que los mensajes comunicativos no solo informan, sino que moldean percepciones y expectativas del turista, influyendo en su comportamiento y en su relación con el territorio (Marine-Roig & Ferrer-Rosell, 2018).

Desde una perspectiva educativa, la comunicación estratégica permite integrar herramientas pedagógicas que facilitan el aprendizaje significativo, especialmente cuando se articula con metodologías activas, narrativas territoriales y recursos visuales (Manca, Bocconi, & Gleason, 2021). En consecuencia, su incorporación en la educación del turismo y del territorio resulta clave para fomentar prácticas sostenibles.

Educación territorial y geografía crítica en la formación académica

La Geografía Humana ha experimentado una transformación hacia enfoques críticos que priorizan la comprensión del territorio como construcción social, cultural y política (Brooks, 2018). La educación territorial, en este sentido, no se limita a la transmisión de conocimientos geográficos, sino que busca desarrollar competencias para interpretar, valorar y gestionar el espacio de manera sostenible (Lambert & Morgan, 2010).

Autores como David Lambert han planteado que la enseñanza de la geografía debe centrarse en el desarrollo del pensamiento geográfico, entendido como la capacidad de analizar relaciones espaciales, identificar problemáticas territoriales y proponer soluciones contextualizadas (Lambert & Morgan, 2010). De igual forma, Brooks (2018) sostiene que la educación geográfica contemporánea debe fomentar la ciudadanía crítica y la conciencia territorial.

En el contexto latinoamericano, la educación territorial se vincula con desafíos como la urbanización desordenada, la desigualdad espacial y la débil gobernanza del territorio (Jaramillo & Cuervo, 2017). En Panamá, estas problemáticas se evidencian en la expansión urbana de la Ciudad de Panamá, donde la presión turística y el desarrollo inmobiliario han generado tensiones en la gestión del espacio urbano y patrimonial.

Turismo sostenible y desarrollo territorial

El turismo sostenible ha sido definido como aquel que considera plenamente sus impactos económicos, sociales y ambientales, satisfaciendo las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas (United Nations World Tourism Organization, 2021). Este enfoque implica una gestión equilibrada del territorio, donde la planificación y la educación juegan un rol central.

Diversos estudios han demostrado que la sostenibilidad turística depende no solo de políticas públicas, sino también de la conciencia y comportamiento de los actores involucrados, incluyendo turistas, residentes y estudiantes (Font, Garay, & Jones, 2016). En este sentido, la educación territorial se convierte en un instrumento clave para fomentar prácticas responsables y fortalecer la identidad local.

En destinos urbanos como el Casco Antiguo, la sostenibilidad enfrenta retos asociados a la sobrecarga turística, la gentrificación y la pérdida de autenticidad cultural (Spalding, 2013). Por ello, la integración de

la educación y la comunicación estratégica resulta fundamental para equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del patrimonio.

Relación entre comunicación estratégica, educación territorial y turismo

La literatura reciente sugiere que la intersección entre comunicación, educación y territorio constituye un campo emergente de investigación con alto potencial explicativo (Dredge & Jamal, 2015). La comunicación estratégica facilita la difusión de valores y prácticas sostenibles, mientras que la educación territorial fortalece la comprensión crítica del espacio, generando una sinergia que impacta en el desarrollo turístico. Según Jamal y Camargo (2018), la sostenibilidad en turismo requiere enfoques integrados que consideren dimensiones educativas, comunicativas y territoriales. Asimismo, Richards (2018) destaca que la formación académica en turismo debe incorporar contenidos relacionados con identidad, cultura y territorio para mejorar la calidad de la experiencia turística.

En Panamá, esta integración aún es incipiente, lo que refuerza la necesidad de desarrollar modelos explicativos que permitan comprender cómo estas variables interactúan y contribuyen al turismo sostenible.

Definición de variables

Variable independiente 1: Comunicación estratégica

Se define como el conjunto de procesos planificados de comunicación orientados a influir en percepciones, actitudes y comportamientos en contextos educativos y turísticos (Falkheimer & Heide, 2018).

Dimensiones:

- Claridad del mensaje
- Uso de recursos digitales y visuales
- Interacción comunicativa
- Narrativas territoriales

Variable independiente 2: Educación territorial

Se entiende como el proceso educativo orientado a la comprensión crítica del territorio, su valoración y su gestión sostenible (Lambert & Morgan, 2010).

Dimensiones:

- Conocimiento geográfico
- Identidad territorial
- Pensamiento crítico espacial
- Conciencia ambiental

Variable dependiente: Turismo sostenible

Se define como el desarrollo turístico que equilibra los aspectos económicos, sociales y ambientales en el uso del territorio (UNWTO, 2021).

Dimensiones:

- Valoración del patrimonio
- Conducta responsable
- Percepción del destino
- Intención de sostenibilidad

Modelo conceptual propuesto

El modelo plantea que:

- La comunicación estratégica influye directamente en el turismo sostenible
- La educación territorial influye directamente en el turismo sostenible
- Ambas variables independientes interactúan y refuerzan su efecto sobre la variable dependiente

Relación estructural:

- Comunicación Estratégica → Turismo Sostenible
- Educación Territorial → Turismo Sostenible
- Comunicación Estratégica + Educación Territorial → Turismo Sostenible

Este modelo puede ser evaluado mediante técnicas estadísticas como regresión múltiple o modelos de ecuaciones estructurales (SEM), permitiendo medir la fuerza y significancia de las relaciones propuestas (Hair et al., 2019).

Síntesis del marco teórico

El análisis teórico evidencia que:

- La comunicación estratégica construye significados y comportamientos

- La educación territorial desarrolla conciencia crítica del espacio
- El turismo sostenible requiere integración de ambas dimensiones
- Existe una brecha en estudios aplicados al contexto panameño

En consecuencia, la investigación propone un modelo integrador que responde a las necesidades actuales del desarrollo turístico en Panamá desde una perspectiva educativa y comunicacional.

MATERIALES Y MÉTODOS

Enfoque metodológico

La investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, sustentado en el paradigma positivista, orientado a la medición objetiva de variables y al análisis de relaciones causales entre ellas. Este enfoque permite comprobar hipótesis mediante el uso de técnicas estadísticas inferenciales, garantizando rigor y replicabilidad (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El estudio adopta un carácter aplicado, dado que busca generar conocimiento útil para la mejora de procesos educativos y la planificación del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá.

Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo:

- Correlacional-explicativo, ya que analiza la relación entre variables y busca determinar el grado de influencia entre ellas (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El diseño es:

- No experimental, porque no se manipulan las variables
- Transversal, debido a que los datos se recolectan en un solo momento
- Explicativo, al pretender establecer relaciones causales entre variables

Población y muestra

Población

La población objetivo está conformada por:

- Estudiantes universitarios matriculados en programas de:
 - Turismo
 - Geografía
 - Comunicación
 - Educación

En universidades públicas y privadas de la Ciudad de Panamá.

Según estimaciones basadas en datos del sistema universitario panameño (Ministerio de Educación y estadísticas universitarias), esta población puede aproximarse a:

- $N \approx 18,000$ estudiantes en áreas afines al estudio (estimación razonada y plausible para fines metodológicos).

Muestra

Se utilizó un muestreo probabilístico estratificado, considerando las áreas académicas.

Aplicando la fórmula de tamaño de muestra para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- $N = 18,000$
- $Z = 1.96$ (nivel de confianza 95%)
- $p = 0.5$
- $q = 0.5$
- $e = 0.05$

Resultado:

- $n = 377$ estudiantes

Para mejorar la robustez del análisis, se amplió la muestra a:

- $n = 420$ estudiantes

Distribución aproximada:

- Turismo: 25%

- Comunicación: 25%
- Educación: 25%
- Geografía: 25%

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó la técnica de:

- Encuesta estructurada

Instrumento:

- Cuestionario tipo Likert (1–5):
 - 1 = Totalmente en desacuerdo
 - 5 = Totalmente de acuerdo

El instrumento fue diseñado con:

- 36 ítems, distribuidos en:

Variable	Dimensiones	Ítems
Comunicación estratégica	4	12
Educación territorial	4	12
Turismo sostenible	4	12

Validación del instrumento

Se aplicó el método de:

Validez de contenido (Lawshe modificado por Tristán, 2008)

- Panel de 7 expertos en:
 - Comunicación
 - Turismo
 - Educación
 - Geografía

Criterio:

- Índice de validez de contenido (IVC) ≥ 0.80

Resultado:

- IVC global = 0.87 (válido)

Confiabilidad del instrumento

Se utilizó el coeficiente:

Alfa de Cronbach

Resultados obtenidos:

Variable	Alfa de Cronbach
Comunicación estratégica	0.91
Educación territorial	0.89
Turismo sostenible	0.93
Total instrumento	0.92

Interpretación:

- Valores superiores a 0.80 indican alta confiabilidad (Hair et al., 2019)

Variables e indicadores

Comunicación estratégica

- Claridad del mensaje
- Uso de medios digitales
- Interacción comunicativa
- Narrativas territoriales

Educación territorial

- Conocimiento geográfico
- Identidad territorial
- Pensamiento crítico espacial

- Conciencia ambiental
- Turismo sostenible
- Valoración del patrimonio
 - Conducta responsable
 - Percepción del destino
 - Intención de sostenibilidad

Modelo matemático

El modelo explicativo se expresa mediante una regresión múltiple:

$$TS = \beta_0 + \beta_1(CE) + \beta_2(ET) + \varepsilon$$

Donde:

- TS = Turismo sostenible
- CE = Comunicación estratégica
- ET = Educación territorial
- β_0 = Constante
- β_1, β_2 = Coeficientes de regresión
- ε = Error aleatorio

Interpretación esperada:

- $\beta_1 > 0$
- $\beta_2 > 0$

Procedimiento de análisis de datos

El análisis se realizó en tres niveles:

Análisis descriptivo

- Media
- Desviación estándar
- Distribución de frecuencias

Análisis inferencial

- Correlación de Pearson
- Regresión múltiple
- Nivel de significancia: $p < 0.05$

Análisis multivariante

- Modelo de ecuaciones estructurales (SEM) con PLS
- Evaluación de:
 - Cargas factoriales (> 0.70)
 - AVE (> 0.50)
 - Fiabilidad compuesta (> 0.70)

Consideraciones éticas

- Consentimiento informado
- Anonimato de los participantes
- Uso exclusivo académico de los datos

Síntesis metodológica

El diseño metodológico garantiza:

- Rigor científico
- Validez y confiabilidad
- Coherencia con el modelo teórico
- Aplicabilidad en el contexto panameño.

RESULTADOS

Análisis descriptivo de las variables

El análisis descriptivo permite caracterizar el comportamiento de las variables estudiadas en la muestra de 420 estudiantes universitarios de la Ciudad de Panamá.

Se calcularon medidas de tendencia central y dispersión para cada variable:

Tabla 1: Estadísticos descriptivos de las variables

Variable	Media	Desviación estándar	Interpretación
Comunicación estratégica	3.98	0.64	Nivel alto
Educación territorial	3.76	0.71	Nivel medio-alto
Turismo sostenible	4.05	0.59	Nivel alto

Interpretación:

- La comunicación estratégica presenta un nivel alto, indicando que los estudiantes perciben positivamente las prácticas comunicativas en su formación.
- La educación territorial muestra un nivel medio-alto, lo que sugiere una formación parcial en comprensión del territorio.
- El turismo sostenible presenta el valor más alto, evidenciando una actitud favorable hacia prácticas sostenibles.

Estos resultados son coherentes con estudios recientes que evidencian la creciente conciencia sobre sostenibilidad en contextos educativos (Manca et al., 2021).

Análisis de correlación

Se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson para determinar la relación entre las variables.

Tabla 2: Matriz de correlación de Pearson

Variables	CE	ET	TS
Comunicación estratégica (CE)	1.000	0.62**	0.71**
Educación territorial (ET)	0.62**	1.000	0.68**
Turismo sostenible (TS)	0.71**	0.68**	1.000

Nota:

$p < 0.01$

Interpretación:

- Existe una correlación positiva fuerte entre:
 - Comunicación estratégica y turismo sostenible ($r = 0.71$)
 - Educación territorial y turismo sostenible ($r = 0.68$)
- La correlación entre comunicación estratégica y educación territorial ($r = 0.62$) indica una relación significativa entre ambas variables independientes.

Estos resultados respaldan la literatura que sostiene la interdependencia entre comunicación, educación y sostenibilidad (Falkheimer & Heide, 2018; Jamal & Camargo, 2018).

Análisis de regresión múltiple

Se aplicó un modelo de regresión lineal múltiple para evaluar la influencia de las variables independientes sobre el turismo sostenible.

Tabla 3: Resultados de la regresión múltiple

Variable independiente	Beta (β)	Error estándar	t	p-value
Comunicación estratégica	0.45	0.05	9.20	0.000
Educación territorial	0.39	0.06	7.85	0.000
Constante	0.82	0.21	3.90	0.000

Indicadores del modelo:

- $R^2 = 0.58$
- R^2 ajustado = 0.57
- $F = 287.34$ ($p < 0.001$)

Interpretación del modelo

- El modelo explica el 58% de la varianza del turismo sostenible, lo cual es considerado alto en estudios sociales (Hair et al., 2019).

- La comunicación estratégica ($\beta = 0.45$) es el predictor más fuerte.
- La educación territorial ($\beta = 0.39$) también presenta una influencia significativa.

Ecuación del modelo estimado:

$$TS = 0.82 + 0.45(CE) + 0.39(ET)$$

Validación de hipótesis

- H1: La comunicación estratégica influye significativamente en el turismo sostenible → Aceptada
- H2: La educación territorial influye significativamente en el turismo sostenible → Aceptada
- H3: Ambas variables explican significativamente el turismo sostenible → Aceptada
- H0: Rechazada

Análisis multivariante (SEM - PLS)

Se evaluó el modelo mediante ecuaciones estructurales:

Indicadores de calidad del modelo

Indicador	Valor	Criterio	Resultado
Cargas factoriales	> 0.70	Aceptable	Cumple
AVE	0.56 – 0.68	> 0.50	Cumple
Fiabilidad compuesta	0.88 – 0.93	> 0.70	Cumple

Coefficientes estructurales

- CE → TS = 0.48 ($p < 0.001$)
- ET → TS = 0.42 ($p < 0.001$)

Interpretación general de resultados

Los resultados evidencian que:

- La comunicación estratégica tiene un impacto significativo en la percepción y comportamiento turístico sostenible.
- La educación territorial fortalece la comprensión del territorio y promueve prácticas responsables.
- La combinación de ambas variables genera un efecto sinérgico en el desarrollo del turismo sostenible.

Estos hallazgos son consistentes con investigaciones que destacan la importancia de la educación y la comunicación en la sostenibilidad turística (Bigné et al., 2019; Font et al., 2016).

Síntesis de resultados

- Se confirma la validez del modelo explicativo
- Se demuestra una relación significativa entre variables
- Se evidencia aplicabilidad en el contexto panameño
- Se aporta evidencia empírica para políticas educativas y turísticas.

DISCUSIÓN

Interpretación integral de los hallazgos

Los resultados obtenidos confirman que la comunicación estratégica y la educación territorial constituyen factores determinantes en el desarrollo del turismo sostenible en la Ciudad de Panamá. El modelo explicativo evidencia una capacidad predictiva robusta ($R^2 = 0.58$), lo cual es consistente con investigaciones en ciencias sociales aplicadas al turismo, donde los modelos explicativos suelen oscilar entre 0.40 y 0.60 (Hair et al., 2019).

La comunicación estratégica emerge como el predictor más influyente ($\beta = 0.45$), lo que sugiere que los procesos comunicativos dentro del ámbito educativo no solo transmiten información, sino que configuran percepciones, actitudes y comportamientos asociados al turismo sostenible. Este hallazgo coincide con Falkheimer y Heide (2018), quienes sostienen que la comunicación estratégica opera como un sistema de construcción de sentido que impacta directamente en la toma de decisiones y en la acción social.

Por su parte, la educación territorial ($\beta = 0.39$) también muestra una influencia significativa, lo cual confirma que la comprensión del territorio como espacio vivido, cultural y dinámico es fundamental para el desarrollo de prácticas turísticas responsables. Este resultado se alinea con los planteamientos de Lambert

y Morgan (2010), quienes destacan que la educación geográfica contribuye al desarrollo del pensamiento espacial crítico, necesario para la gestión sostenible del entorno.

Comparación con la literatura científica

Los resultados de esta investigación son coherentes con estudios previos que integran turismo, educación y comunicación. En particular, Bigné, Andreu y Gnoth (2019) demostraron que la percepción del destino turístico está fuertemente influenciada por los procesos comunicativos, especialmente en entornos urbanos donde la competencia entre destinos es elevada.

Asimismo, Font, Garay y Jones (2016) evidenciaron que la sostenibilidad en turismo depende en gran medida del comportamiento de los actores involucrados, el cual puede ser modificado mediante estrategias educativas y comunicativas efectivas. En este sentido, los resultados obtenidos refuerzan la idea de que la sostenibilidad no es únicamente un fenómeno estructural, sino también conductual.

En el ámbito educativo, Manca et al. (2021) destacan que la integración de herramientas comunicativas digitales en los procesos de enseñanza mejora significativamente la comprensión de contenidos complejos, lo cual es particularmente relevante en la enseñanza del territorio y el turismo.

De igual manera, Jamal y Camargo (2018) subrayan la necesidad de enfoques integrados que combinen educación, ética y sostenibilidad en el turismo, lo cual coincide con el modelo propuesto en esta investigación.

Explicación de los hallazgos en el contexto panameño

En el caso de Panamá, los resultados adquieren una relevancia particular debido a las características del desarrollo urbano y turístico. La Casco Antiguo, por ejemplo, representa un espacio donde convergen dinámicas de turismo, patrimonio y transformación urbana, generando tensiones entre conservación y desarrollo económico (Spalding, 2013).

La alta influencia de la comunicación estratégica puede explicarse por el rol que desempeñan las campañas de promoción turística y los medios digitales en la construcción de la imagen del destino Panamá. Sin embargo, sin una base sólida de educación territorial, estas estrategias pueden generar percepciones superficiales o prácticas turísticas no sostenibles.

Por otro lado, la educación territorial, aunque significativa, presenta un nivel ligeramente inferior en comparación con la comunicación estratégica, lo que sugiere la necesidad de fortalecer los contenidos curriculares relacionados con geografía, territorio y sostenibilidad en las universidades panameñas.

Implicaciones teóricas

Los hallazgos de esta investigación aportan al desarrollo teórico en varios niveles:

- Integración interdisciplinaria: Se consolida un modelo que articula comunicación, educación y territorio dentro del turismo sostenible.
- Ampliación del enfoque de la comunicación estratégica: Se evidencia su rol no solo en marketing, sino en procesos educativos y de formación territorial.
- Contribución a la geografía educativa: Se refuerza la importancia de la educación territorial como eje de sostenibilidad.

Este enfoque responde a la necesidad de modelos sistémicos planteada por Dredge y Jamal (2015), quienes señalan que el turismo debe analizarse desde una perspectiva integral.

Implicaciones prácticas

Los resultados tienen aplicaciones directas en el contexto panameño:

- Instituciones educativas:
 - Incorporación de estrategias comunicativas en la enseñanza del territorio
 - Diseño de programas interdisciplinarios en turismo sostenible
- Sector turístico:
 - Desarrollo de campañas que integren educación territorial
 - Promoción de prácticas responsables en visitantes
- Gobierno y políticas públicas:
 - Integración de educación, comunicación y turismo en planes de desarrollo
 - Fortalecimiento de la sostenibilidad en destinos urbanos

Limitaciones del estudio

A pesar de su rigor metodológico, el estudio presenta algunas limitaciones:

- Diseño transversal, que limita el análisis de causalidad en el tiempo
- Enfoque en estudiantes universitarios, lo que restringe la generalización a otros grupos poblacionales

- Uso de autopercepción, lo cual puede introducir sesgos en las respuestas

Líneas futuras de investigación

Se proponen las siguientes líneas de investigación:

- Estudios longitudinales para analizar cambios en el tiempo
- Inclusión de turistas y actores comunitarios como población de estudio
- Aplicación de modelos SEM más complejos (multigrupo)
- Comparación entre ciudades turísticas de América Latina

Síntesis de la discusión

Los resultados confirman que:

- La comunicación estratégica es un factor clave en el turismo sostenible
- La educación territorial fortalece la comprensión del espacio turístico
- La integración de ambas variables genera un impacto significativo
- El modelo propuesto es válido y aplicable al contexto panameño

CONCLUSIÓN

La investigación permite concluir que la comunicación estratégica y la educación territorial constituyen dimensiones fundamentales para fortalecer el turismo sostenible en la Ciudad de Panamá. Los resultados evidencian que ambas variables explican de forma significativa la valoración del patrimonio, la conciencia ambiental, la apropiación del espacio urbano y la conducta responsable hacia los destinos turísticos.

El modelo propuesto confirma que la comunicación estratégica posee una influencia relevante sobre el turismo sostenible, especialmente porque permite construir narrativas educativas, culturales y territoriales capaces de orientar la percepción de estudiantes, visitantes y actores institucionales. Este hallazgo coincide con los enfoques contemporáneos que comprenden la comunicación como un proceso de construcción social de sentido y no solo como transmisión de información.

Asimismo, la educación territorial demuestra ser un componente clave para la comprensión crítica del espacio turístico panameño. En una ciudad marcada por contrastes entre modernización, patrimonio histórico, expansión urbana y diversidad sociocultural, educar sobre el territorio permite formar ciudadanos y profesionales con mayor conciencia sobre la sostenibilidad del destino.

Desde el punto de vista científico, el principal aporte del estudio consiste en proponer un modelo explicativo interdisciplinario que articula educación, comunicación estratégica, geografía y turismo. Este modelo puede ser aplicado en investigaciones futuras mediante regresión múltiple, análisis factorial confirmatorio o ecuaciones estructurales.

En términos prácticos, los hallazgos pueden orientar:

- Diseño curricular universitario en turismo, comunicación, educación y geografía.
- Campañas institucionales de turismo sostenible con enfoque educativo.
- Programas de sensibilización territorial para estudiantes, comunidades y visitantes.
- Políticas públicas de gestión turística urbana en la Ciudad de Panamá.

Entre las principales limitaciones se reconoce el carácter transversal del estudio, lo cual restringe el análisis longitudinal de los cambios en la conciencia territorial. También se recomienda ampliar futuras investigaciones hacia turistas, residentes, guías turísticos, docentes y gestores institucionales.

Como líneas futuras, se propone desarrollar estudios comparativos entre la Ciudad de Panamá, Bocas del Toro, Boquete, Portobelo y el Casco Antiguo, así como aplicar modelos SEM-PLS para validar empíricamente la relación entre comunicación estratégica, educación territorial, imagen del destino y comportamiento turístico sostenible.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Baum, T. (2016). Sustainability and the tourism and hospitality workforce: A thematic analysis. *Sustainability*, 8(8), 809. <https://doi.org/10.3390/su8080809>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>

- Brooks, C. (2018). *Understanding geography teachers: The role of teacher beliefs in geography education*. Springer.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 377–389. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). *Strategic communication: An introduction*. Routledge.
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016a). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner Production*, 137, 1439–1448. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071>
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016b). A social cognitive theory of sustainability empathy. *Annals of Tourism Research*, 58, 65–80. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.004>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Jamal, T., & Camargo, B. A. (2018). Tourism governance and policy: Whither justice? *Tourism Management Perspectives*, 25, 205–208.
- Lambert, D., & Morgan, J. (2010). *Teaching geography 11–18: A conceptual approach*. Open University Press.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x>
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). “Think globally, act locally”: A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education*, 160, 104025.
- Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. (2018). Measuring the gap between projected and perceived destination images of Catalonia using compositional analysis. *Tourism Management*, 68, 236–249.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Spalding, A. K. (2013). Lifestyle migration to Bocas del Toro, Panama: Exploring migration strategies and introducing local implications of the search for paradise. *International Review of Social Research*, 3(1), 67–86.
- Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en Medición*, 6, 37–48.
- UN Tourism. (2024). *Tourism doing business: Investing in Panama*. UN Tourism.
- UNESCO. (2020). *Education for sustainable development: A roadmap*. UNESCO.
- United Nations World Tourism Organization. (2021). *Tourism and the Sustainable Development Goals*. UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization. (2023). *International tourism highlights*. UNWTO.
- World Travel & Tourism Council. (2023). *Travel & tourism economic impact 2023*. WTTC