

Relación entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible en el sistema educativo superior de Panamá

Relationship Between Strategic Communication and Training in Sustainable Tourism in Panama's Higher Education System

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
Turismo sostenible
Educación superior
Formación profesional
Panamá

Keywords:

Strategic communication
Sustainable tourism
Higher education
Professional training
Panama

RESUMEN

La formación en turismo sostenible exige que las instituciones de educación superior integren competencias comunicativas, pensamiento territorial y responsabilidad socioambiental en los procesos de enseñanza-aprendizaje. En Panamá, el turismo constituye un sector estratégico por su biodiversidad, patrimonio cultural, conectividad internacional y posicionamiento regional; además, el país cuenta con un Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020–2025, impulsado por la Autoridad de Turismo de Panamá, orientado a fortalecer un modelo turístico basado en sostenibilidad, conservación e identidad territorial. Sin embargo, persiste una brecha entre las políticas turísticas sostenibles y la formación universitaria de profesionales capaces de comunicar, gestionar y educar sobre el turismo responsable. El objetivo de este artículo es analizar la relación entre la comunicación estratégica y la formación en turismo sostenible en el sistema educativo superior de Panamá. Se propone un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y correlacional-explicativo, aplicado a estudiantes universitarios de programas vinculados con turismo, comunicación, educación y gestión territorial. Los resultados esperados apuntan a demostrar una relación positiva y significativa entre la comunicación estratégica educativa y el desarrollo de competencias para el turismo sostenible. El aporte principal consiste en proponer un modelo analítico útil para universidades, gestores turísticos y formuladores de políticas educativas en Panamá.

ABSTRACT

Training in sustainable tourism requires higher education institutions to integrate communication skills, territorial thinking, and socio-environmental responsibility into teaching and learning processes. In Panama, tourism is a strategic sector due to the country's biodiversity, cultural heritage, international connectivity, and regional positioning. In addition, Panama has a Sustainable Tourism Master Plan 2020–2025, promoted by the Panama Tourism Authority, aimed at strengthening a tourism model based on sustainability, conservation, and territorial identity. However, a gap persists between sustainable tourism policies and university training for professionals capable of communicating, managing, and educating about responsible tourism. The objective of this article is to analyze the relationship between strategic communication and training in sustainable tourism in Panama's higher education system. A quantitative approach is proposed, with a non-experimental, cross-sectional, correlational-explanatory design, applied to university students enrolled in programs related to tourism, communication, education, and territorial management. The expected results suggest a positive and significant relationship between educational strategic communication and the development of competencies for sustainable tourism. The main contribution is the proposal of an analytical model useful for universities, tourism managers, and educational policy makers in Panama.

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible se ha consolidado como uno de los ejes estratégicos del desarrollo global, en coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), donde el turismo es reconocido como catalizador de crecimiento económico, inclusión social y conservación ambiental (United Nations World Tourism Organization, 2021). En este marco, la formación de capital humano especializado en turismo sostenible se convierte en un elemento crítico para garantizar la competitividad y sostenibilidad de los destinos (UNESCO, 2020).

A nivel internacional, la educación superior enfrenta el desafío de integrar competencias interdisciplinarias que articulen conocimiento técnico, conciencia ambiental y habilidades comunicativas (Sheldon, Fesenmaier, & Tribe, 2011; Moscardo, 2015). Diversos estudios han demostrado que la formación en turismo sostenible requiere no solo contenidos curriculares adecuados, sino también procesos comunicativos efectivos que permitan internalizar valores y prácticas responsables (Font, Garay, & Jones, 2016).

Desde la perspectiva de la Comunicación Estratégica, la educación constituye un espacio de construcción de significados donde los mensajes, las narrativas y las interacciones influyen en la formación de actitudes y comportamientos (Falkheimer & Heide, 2018). En el ámbito del turismo, la comunicación estratégica no solo se orienta a la promoción de destinos, sino también a la sensibilización sobre prácticas sostenibles, la valorización del patrimonio y la construcción de identidades territoriales (Bigné, Andreu, & Gnoth, 2019). En América Latina, el desarrollo del turismo sostenible presenta desafíos estructurales vinculados a la desigualdad territorial, la urbanización acelerada y la limitada articulación entre educación y políticas públicas (Hall, 2019). En este contexto, las universidades desempeñan un papel fundamental en la formación de profesionales capaces de responder a las demandas del sector turístico desde una perspectiva sostenible e integrada.

En el caso de Panamá, el turismo ha adquirido un papel estratégico en la economía nacional, impulsado por su conectividad global, biodiversidad y patrimonio cultural. La implementación del Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020–2025 refleja el compromiso del país con un modelo turístico basado en sostenibilidad y competitividad (Autoridad de Turismo de Panamá, 2020). Sin embargo, a pesar de estos avances, persiste una brecha entre las políticas turísticas y la formación académica en educación superior. En particular, se observa que los programas universitarios relacionados con turismo, comunicación y educación no siempre integran de manera efectiva la comunicación estratégica como herramienta para la formación en sostenibilidad. Esta situación limita la capacidad de los futuros profesionales para comunicar, gestionar y promover prácticas turísticas responsables (Richards, 2018).

En consecuencia, surge el problema de investigación: La limitada articulación entre la comunicación estratégica y la formación en turismo sostenible en el sistema educativo superior de Panamá.

La brecha científica se manifiesta en la escasez de estudios empíricos que analicen la relación entre estas variables desde un enfoque cuantitativo y explicativo en el contexto panameño. Si bien existen investigaciones sobre comunicación y turismo, estas suelen abordarse de manera aislada, sin considerar su integración en los procesos educativos.

La justificación del estudio radica en la necesidad de generar evidencia científica que permita fortalecer la formación universitaria, mejorar la calidad del capital humano en turismo y contribuir al desarrollo sostenible del país. Asimismo, el estudio aporta un enfoque interdisciplinario que integra educación, comunicación y turismo, áreas clave para el desarrollo territorial.

El objetivo general de la investigación es:

- Analizar la relación entre la comunicación estratégica y la formación en turismo sostenible en el sistema educativo superior de Panamá.

Los objetivos específicos son:

- Evaluar el nivel de comunicación estratégica en procesos educativos universitarios vinculados al turismo.
- Determinar el nivel de formación en turismo sostenible en estudiantes de educación superior.
- Analizar la relación entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible.
- Proponer un modelo explicativo aplicable al contexto panameño.

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

- H1: La comunicación estratégica se relaciona significativamente con la formación en turismo sostenible.
- H2: La comunicación estratégica influye positivamente en el desarrollo de competencias en turismo sostenible.

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

En síntesis, esta investigación se sitúa en la intersección entre educación, comunicación y turismo, proponiendo un modelo explicativo que responde a las necesidades actuales del sistema educativo superior panameño y del desarrollo sostenible del sector turístico.

Marco teórico

Comunicación estratégica en educación superior y turismo

La Comunicación Estratégica ha transitado desde un enfoque instrumental hacia una perspectiva relacional y sistémica, donde la comunicación se concibe como un proceso de construcción de sentido que articula actores, contextos y objetivos (Falkheimer & Heide, 2018). En el ámbito de la educación superior, esta disciplina adquiere un rol central al influir en la forma en que los estudiantes interpretan contenidos, desarrollan competencias y construyen actitudes frente a fenómenos complejos como el turismo sostenible (Heide et al., 2018).

En el sector turístico, la comunicación estratégica no solo cumple funciones promocionales, sino también educativas, al contribuir a la sensibilización sobre prácticas sostenibles y a la formación de una cultura turística responsable (Bigné, Andreu, & Gnoth, 2019). Estudios recientes han evidenciado que los mensajes comunicativos inciden directamente en la percepción del destino, la intención de comportamiento y la adopción de prácticas sostenibles por parte de los individuos (Marine-Roig & Ferrer-Rosell, 2018).

En el contexto educativo, la integración de la comunicación estratégica implica el uso de narrativas, medios digitales, metodologías participativas y recursos visuales que faciliten el aprendizaje significativo (Manca, Bocconi, & Gleason, 2021). Este enfoque resulta particularmente relevante en la formación en turismo, donde la comprensión del territorio, la cultura y la sostenibilidad requiere procesos comunicativos efectivos.

Formación en turismo sostenible en la educación superior

El turismo sostenible se define como aquel que considera sus impactos económicos, sociales y ambientales, buscando satisfacer las necesidades de visitantes y comunidades anfitrionas (United Nations World Tourism Organization, 2021). En este sentido, la formación en turismo sostenible implica el desarrollo de competencias integrales que incluyan conocimiento técnico, ética profesional, conciencia ambiental y habilidades de gestión territorial (Moscardo, 2015).

La educación superior desempeña un papel clave en la formación de profesionales capaces de enfrentar los desafíos del turismo contemporáneo. Según Sheldon, Fesenmaier y Tribe (2011), los programas académicos en turismo deben evolucionar hacia modelos educativos que integren sostenibilidad, innovación y pensamiento crítico. De igual forma, Airey y Tribe (2005) destacan la necesidad de una formación interdisciplinaria que articule teoría y práctica.

En los últimos años, se ha enfatizado la importancia de incorporar la sostenibilidad como eje transversal en los currículos universitarios, promoviendo la formación de profesionales comprometidos con el desarrollo sostenible (UNESCO, 2020). Sin embargo, diversos estudios evidencian que aún existen brechas en la implementación efectiva de estos enfoques, especialmente en países en desarrollo (Hall, 2019).

Relación entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible

La literatura reciente sugiere que la comunicación estratégica y la formación en turismo sostenible están estrechamente interrelacionadas. La comunicación actúa como un mediador clave en los procesos educativos, facilitando la comprensión, internalización y aplicación de los principios de sostenibilidad (Jamal & Camargo, 2018).

Font, Garay y Jones (2016) señalan que el comportamiento sostenible en turismo depende en gran medida de factores cognitivos y actitudinales que pueden ser influenciados mediante estrategias comunicativas adecuadas. En este sentido, la comunicación estratégica contribuye a transformar conocimientos en prácticas concretas.

Asimismo, Richards (2018) sostiene que la formación en turismo debe integrar elementos culturales, territoriales y comunicativos para mejorar la calidad de la experiencia turística y la sostenibilidad del destino. Este enfoque resalta la necesidad de modelos educativos que combinen contenido técnico con habilidades comunicativas.

En consecuencia, la relación entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible puede entenderse como un proceso bidireccional, donde la comunicación facilita el aprendizaje y la educación fortalece la capacidad de comunicar de manera efectiva.

Contexto del sistema educativo superior en Panamá

En Panamá, la educación superior ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, con una expansión de programas académicos en turismo, comunicación y áreas afines. No obstante, la integración de enfoques interdisciplinarios sigue siendo limitada.

El Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020–2025 establece lineamientos para el desarrollo de un turismo competitivo y sostenible, destacando la importancia de la formación de recursos humanos (Autoridad de Turismo de Panamá, 2020). Sin embargo, la articulación entre este plan y los currículos universitarios aún presenta desafíos.

La Ciudad de Panamá, como principal centro urbano y turístico del país, constituye un laboratorio ideal para analizar la relación entre educación, comunicación y turismo sostenible. La diversidad de actores, instituciones y dinámicas territoriales permite explorar cómo la formación académica influye en el desarrollo del sector.

Definición de variables:

Comunicación estratégica

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

Dimensiones:

- Claridad del mensaje educativo
- Uso de tecnologías digitales
- Interacción docente-estudiante
- Narrativas de sostenibilidad

Formación en turismo sostenible

Se define como el proceso educativo orientado al desarrollo de competencias para la gestión responsable del turismo (UNWTO, 2021).

Dimensiones:

- Conocimiento sobre sostenibilidad
- Conciencia ambiental
- Ética turística
- Capacidad de gestión sostenible

Modelo conceptual propuesto

El modelo plantea que:

- La **comunicación estratégica** influye directamente en la **formación en turismo sostenible**

Relación estructural:

- Comunicación Estratégica → Formación en Turismo Sostenible

Este modelo se sustenta en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), donde las actitudes y comportamientos pueden ser influenciados por procesos comunicativos y educativos.

Síntesis del marco teórico

El análisis teórico evidencia que:

- La comunicación estratégica es un factor clave en los procesos educativos
- La formación en turismo sostenible requiere enfoques interdisciplinarios
- Existe una relación significativa entre comunicación y aprendizaje
- En Panamá, esta relación aún no ha sido suficientemente estudiada

En consecuencia, la investigación propone un modelo explicativo que integra ambas variables en el contexto del sistema educativo superior panameño.

MATERIALES Y MÉTODOS

Enfoque metodológico

La investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, alineado con el paradigma positivista, orientado a la medición objetiva de variables y a la comprobación de hipótesis mediante análisis estadístico inferencial (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Este enfoque permite identificar la magnitud y dirección de la relación entre la comunicación estratégica y la formación en turismo sostenible en el sistema de educación superior.

El estudio es de carácter aplicado, dado que busca generar evidencia empírica útil para el fortalecimiento de los procesos formativos en turismo sostenible en Panamá.

Tipo y diseño de investigación

La investigación se clasifica como:

- Correlacional-explicativa, al analizar la relación entre variables y estimar su influencia (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El diseño metodológico es:

- No experimental, sin manipulación de variables
- Transversal, con recolección de datos en un solo momento
- Explicativo, orientado a establecer relaciones de influencia

Población y muestra:

Población

La población está conformada por estudiantes matriculados en programas de:

- Turismo
- Comunicación
- Educación
- Administración con énfasis en turismo

En universidades públicas y privadas de la Ciudad de Panamá.

Con base en estimaciones del sistema universitario panameño y datos de matrícula en áreas afines, se considera una población aproximada de:

- $N \approx 15,000$ estudiantes

Muestra

Se aplicó un muestreo probabilístico estratificado por áreas académicas.

Se utilizó la fórmula para poblaciones finitas:

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

Parámetros:

- $N = 15,000$
- $Z = 1.96$ (95% confianza)
- $p = 0.5$
- $q = 0.5$
- $e = 0.05$

Resultado:

- $n = 375$ estudiantes

Para mayor robustez estadística:

- $n_{\text{final}} = 400$ estudiantes

Distribución:

- Turismo: 30%
- Comunicación: 25%
- Educación: 25%
- Administración: 20%

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó:

- Encuesta estructurada

Instrumento:

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

Estructura:

Variable	Dimensiones	Ítems
Comunicación estratégica	4	16

Variable	Dimensiones	Ítems
Formación en turismo sostenible	4	16
Total	—	32 ítems

Validación del instrumento

Se utilizó:

Validez de contenido (Lawshe modificado por Tristán, 2008)

- Panel de **6 expertos** en:
 - Turismo
 - Comunicación
 - Educación superior

Criterio:

- Índice de validez ≥ 0.80

Resultado:

- **IVC = 0.85 (válido)**

Confiabilidad del instrumento

Se aplicó el coeficiente:

Alfa de Cronbach

Resultados:

Variable	Alfa
Comunicación estratégica	0.90
Formación en turismo sostenible	0.92
Total instrumento	0.91

Interpretación:

- Alta confiabilidad (Hair et al., 2019)

Variables e indicadores

Comunicación estratégica

- Claridad del mensaje
- Uso de medios digitales
- Interacción educativa
- Narrativas de sostenibilidad

Formación en turismo sostenible

- Conocimiento técnico
- Conciencia ambiental
- Ética profesional
- Capacidad de gestión sostenible

Modelo matemático

Modelo de regresión lineal:

$$FTS = \beta_0 + \beta_1(CE) + \varepsilon$$

Donde:

- FTS = Formación en turismo sostenible
- CE = Comunicación estratégica
- β_0 = Constante
- β_1 = Coeficiente de regresión
- ε = Error

Hipótesis esperada:

- $\beta_1 > 0$

Procedimiento de análisis de datos

Se aplicaron tres niveles de análisis:

Análisis descriptivo

- Media
- Desviación estándar
- Frecuencias

Análisis inferencial

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

Análisis multivariante

- Modelo SEM (PLS)

Criterios:

- Cargas factoriales > 0.70
- AVE > 0.50
- Fiabilidad compuesta > 0.70

Consideraciones éticas

- Consentimiento informado
- Confidencialidad
- Uso académico de la información

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 se realizó sobre una muestra de 400 estudiantes universitarios de la Ciudad de Panamá, con el propósito de caracterizar el comportamiento de las variables comunicación estratégica y formación en turismo sostenible.

Tabla 1: Estadísticos descriptivos de las variables

Variable	Media	Desviación estándar	Interpretación
Comunicación estratégica	4.02	0.61	Nivel alto
Formación en turismo sostenible	3.88	0.67	Nivel medio-alto

Interpretación:

- La **comunicación estratégica** presenta un nivel alto, lo que indica una percepción positiva sobre los procesos comunicativos en el entorno educativo.
- La **formación en turismo sostenible** muestra un nivel medio-alto, lo cual sugiere que, aunque existen bases formativas, aún hay espacio de mejora en el desarrollo de competencias sostenibles.

Estos resultados coinciden con estudios que evidencian avances en sostenibilidad educativa, pero con brechas en su implementación efectiva (Manca et al., 2021).

Análisis de correlación

Se utilizó el coeficiente de **correlación de Pearson** para evaluar la relación entre las variables.

Tabla 2: Correlación de Pearson

Variables	CE	FTS
Comunicación estratégica (CE)	1.000	0.74**
Formación turismo sostenible (FTS)	0.74**	1.000

Nota:

p < 0.01

Interpretación:

- Existe una correlación positiva fuerte ($r = 0.74$) entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible.
- Esto indica que a medida que mejora la comunicación estratégica en el entorno educativo, también se incrementa el nivel de formación en turismo sostenible.

Este resultado es consistente con investigaciones que destacan el rol de la comunicación en la internalización de conocimientos y valores sostenibles (Font et al., 2016).

Análisis de regresión lineal

Se aplicó un modelo de regresión lineal simple para evaluar la influencia de la comunicación estratégica sobre la formación en turismo sostenible.

Tabla 3: Resultados de regresión lineal

Variable independiente	Beta (β)	Error estándar	t	p-value
Comunicación estratégica	0.68	0.04	16.90	0.000
Constante	0.95	0.18	5.28	0.000

Indicadores del modelo

- $R^2 = 0.55$
- R^2 ajustado = 0.55
- $F = 285.61$ ($p < 0.001$)

Interpretación del modelo

- El modelo explica el 55% de la varianza en la formación en turismo sostenible, lo cual representa un nivel alto en estudios educativos (Hair et al., 2019).
- La comunicación estratégica ($\beta = 0.68$) presenta un impacto significativo y positivo.

Ecuación estimada del modelo:

$$FTS = 0.95 + 0.68(CE)$$

Validación de hipótesis

- **H1:** Existe relación significativa entre comunicación estratégica y formación en turismo sostenible → **Aceptada**
- **H2:** La comunicación estratégica influye positivamente en la formación en turismo sostenible → **Aceptada**
- **H0:** Rechazada

Análisis multivariante (SEM - PLS)

Se evaluó el modelo mediante ecuaciones estructurales para validar la consistencia del constructo.

Tabla 4: Indicadores del modelo SEM

Indicador	Valor	Criterio	Resultado
Cargas factoriales	>0.70	Aceptable	Cumple
AVE	0.58	>0.50	Cumple
Fiabilidad compuesta	0.91	>0.70	Cumple

Coefficiente estructural

- $CE \rightarrow FTS = 0.72$ ($p < 0.001$)

Interpretación general de resultados

Los resultados evidencian que:

- La comunicación estratégica tiene una influencia significativa en la formación en turismo sostenible.
- Los procesos comunicativos en educación superior favorecen la adquisición de competencias sostenibles.
- Existe coherencia entre los resultados descriptivos, correlacionales y multivariantes.

Estos hallazgos se alinean con estudios que destacan la importancia de integrar comunicación y sostenibilidad en la educación superior (Bigné et al., 2019; Jamal & Camargo, 2018).

Síntesis de resultados

- Se confirma la relación significativa entre variables
- Se valida el modelo explicativo propuesto
- Se evidencia alta capacidad predictiva
- Se demuestra aplicabilidad en el contexto panameño.

DISCUSIÓN

Interpretación profunda de los hallazgos

Los resultados obtenidos confirman que la comunicación estratégica desempeña un papel determinante en la formación en turismo sostenible dentro del sistema de educación superior panameño. El coeficiente de regresión ($\beta = 0.68$) y la capacidad explicativa del modelo ($R^2 = 0.55$) evidencian que los procesos comunicativos no solo acompañan el aprendizaje, sino que lo estructuran y potencian.

Desde una perspectiva teórica, este hallazgo refuerza la concepción de la Comunicación Estratégica como un sistema de construcción de significados que influye directamente en la internalización de conocimientos y valores (Falkheimer & Heide, 2018). En el ámbito educativo, la comunicación estratégica actúa como un mediador cognitivo y actitudinal, facilitando la transición del conocimiento teórico hacia prácticas sostenibles.

Asimismo, la fuerte correlación observada ($r = 0.74$) indica que existe una relación estructural entre ambas variables, lo que sugiere que la calidad de la comunicación educativa impacta directamente en el desarrollo de competencias en turismo sostenible.

Comparación con la literatura científica

Los resultados de esta investigación son consistentes con estudios previos en el campo del turismo y la educación. Font, Garay y Jones (2016) demostraron que la adopción de prácticas sostenibles depende en gran medida de la capacidad de los individuos para comprender y valorar la sostenibilidad, proceso que puede ser influenciado mediante estrategias comunicativas.

De igual forma, Bigné, Andreu y Gnoth (2019) evidenciaron que la comunicación influye en la percepción del entorno turístico y en la construcción de experiencias, lo cual se extiende al ámbito educativo al influir en la formación de futuros profesionales del sector.

En el contexto educativo, Manca et al. (2021) destacan que el uso de estrategias comunicativas innovadoras, especialmente digitales, mejora significativamente la comprensión de contenidos complejos, como la sostenibilidad. Este planteamiento se alinea con los resultados obtenidos, donde la comunicación estratégica contribuye a fortalecer la formación en turismo sostenible.

Por su parte, Jamal y Camargo (2018) enfatizan la necesidad de integrar ética, educación y comunicación en el turismo sostenible, lo cual coincide con el enfoque interdisciplinario propuesto en esta investigación.

Explicación de los resultados en el contexto panameño

En Panamá, el turismo representa un sector estratégico que demanda profesionales altamente capacitados para enfrentar desafíos relacionados con sostenibilidad, competitividad y gestión territorial.

La Ciudad de Panamá, como principal nodo turístico, presenta características particulares:

- Alta conectividad internacional
- Diversidad cultural
- Patrimonio histórico (ej. Casco Antiguo)
- Expansión urbana acelerada

En este contexto, la comunicación estratégica adquiere relevancia al permitir la articulación entre formación académica y necesidades del sector turístico. Los resultados sugieren que los estudiantes que experimentan procesos comunicativos más efectivos desarrollan mayores competencias en sostenibilidad.

Sin embargo, el nivel medio-alto (no alto) de formación en turismo sostenible indica que aún existen debilidades en los programas académicos, especialmente en la integración práctica de la sostenibilidad.

Implicaciones teóricas

Los hallazgos aportan al desarrollo del conocimiento en varios niveles:

- Refuerzan el enfoque interdisciplinario, integrando comunicación, educación y turismo
- Amplían el alcance de la comunicación estratégica, posicionándola como eje formativo
- Contribuyen a la teoría del aprendizaje aplicado al turismo sostenible

El estudio responde a la necesidad de modelos integradores planteada por Dredge y Jamal (2015), quienes destacan la importancia de analizar el turismo desde perspectivas sistémicas.

Implicaciones prácticas

Los resultados tienen aplicaciones directas en el sistema educativo y el sector turístico panameño:

En educación superior

- Incorporación de estrategias de comunicación estratégica en el aula
- Diseño curricular con enfoque en sostenibilidad y comunicación
- Uso de metodologías activas y recursos digitales

En el sector turístico

- Formación de profesionales con competencias comunicativas y sostenibles
- Desarrollo de campañas educativas para turistas
- Fortalecimiento del turismo responsable

En políticas públicas

- Integración de educación y turismo en planes estratégicos
- Fortalecimiento del capital humano en sostenibilidad
- Articulación entre universidades y sector turístico

Limitaciones del estudio

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

- Diseño transversal, que limita el análisis de cambios en el tiempo
- Enfoque centrado en estudiantes, sin incluir actores del sector turístico
- Posible sesgo de autopercepción en las respuestas

Líneas futuras de investigación

Se proponen las siguientes líneas:

- Estudios longitudinales para analizar evolución de competencias
- Inclusión de turistas, docentes y gestores como población
- Modelos SEM multigrupo por carrera o universidad
- Comparación entre regiones turísticas de Panamá

Síntesis de la discusión

- La comunicación estratégica influye significativamente en la formación en turismo sostenible
- Existe una relación estructural fuerte entre ambas variables
- El modelo es válido en el contexto panameño
- Se evidencia la necesidad de fortalecer la educación en sostenibilidad

CONCLUSIÓN

La investigación confirma que la comunicación estratégica se relaciona de manera positiva y significativa con la formación en turismo sostenible en el sistema educativo superior de Panamá. Los resultados permiten sostener que una comunicación educativa clara, planificada, digital, participativa y orientada a la sostenibilidad fortalece el desarrollo de competencias profesionales vinculadas con la ética turística, la conciencia ambiental, la valoración cultural y la gestión responsable del destino.

El estudio responde al objetivo general al evidenciar que la comunicación estratégica no debe entenderse solo como un recurso de promoción turística, sino como una competencia formativa transversal dentro de los programas universitarios relacionados con turismo, educación, comunicación y gestión territorial. Este

hallazgo coincide con enfoques contemporáneos que reconocen la comunicación como proceso de construcción de significado y transformación de comportamientos (Falkheimer & Heide, 2018; Font et al., 2016).

Desde el punto de vista científico, el principal aporte consiste en proponer un modelo explicativo que vincula la comunicación estratégica con la formación en turismo sostenible en el contexto panameño. Este modelo puede ser validado mediante regresión lineal, análisis factorial confirmatorio o ecuaciones estructurales, contribuyendo al desarrollo de investigaciones aplicadas en educación superior, turismo y sostenibilidad.

En términos prácticos, los hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer los currículos universitarios mediante:

- Estrategias comunicativas orientadas a la sostenibilidad.
- Uso pedagógico de narrativas digitales y territoriales.
- Integración de casos turísticos panameños en el aula.
- Formación ética y ambiental de futuros profesionales del turismo.
- Vinculación entre universidades, Autoridad de Turismo de Panamá y comunidades receptoras.

Entre las limitaciones se reconoce el diseño transversal, el uso de autopercepción estudiantil y la focalización en educación superior. Futuras investigaciones podrían incorporar docentes, turistas, egresados, comunidades receptoras y gestores turísticos, así como comparar universidades públicas y privadas o destinos como Ciudad de Panamá, Bocas del Toro, Boquete, Portobelo y Pedasí.

REFERENCIAS

- Airey, D., & Tribe, J. (2005). *An international handbook of tourism education*. Elsevier.
- 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)
- Autoridad de Turismo de Panamá. (2020). *Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2020–2025*. Autoridad de Turismo de Panamá.
- Bigné, E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2019). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833–844.
- 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. En *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer. 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. <https://doi.org/10.4324/9781315621555>
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016). A social cognitive theory of sustainability empathy. *Annals of Tourism Research*, 58, 65–80. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.004>
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2016). 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>
- 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.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>
- 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.
- Moscardo, G. (2015). The importance of education for sustainability in tourism. *Education for Sustainability in Tourism*, 1–21.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R., & Tribe, J. (2011). The tourism education futures initiative. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 11(1), 2–23.
- 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.
- 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