

## Modelo de comunicación estratégica para la educación turística y territorial en contextos urbanos de Panamá

### Strategic Communication Model for Tourism and Territorial Education in Urban Contexts of Panama

Ricardo Ortiz<sup>1</sup>, Nilka Concepción<sup>2</sup>, Alexis Vidal<sup>3</sup>, Carlos Chen<sup>4</sup>, Expedito Ramos<sup>5</sup> y Alexis Chen<sup>6</sup>

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

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

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

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

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

<sup>6</sup>Universidad 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 turística

Educación territorial

Turismo urbano

Panamá

---

#### RESUMEN

La educación turística y territorial constituye un eje clave para fortalecer la sostenibilidad urbana, la valoración patrimonial y la gestión responsable de los destinos. En Panamá, los contextos urbanos vinculados al turismo, como la Ciudad de Panamá, el Casco Antiguo, Panamá Viejo, Amador y zonas metropolitanas de alta movilidad turística, enfrentan desafíos relacionados con la apropiación del territorio, la comunicación pública del patrimonio, la sostenibilidad ambiental y la formación ciudadana. El problema central radica en la limitada articulación entre comunicación estratégica, educación turística y educación territorial dentro de los procesos formativos y de gestión urbana. El objetivo del artículo es proponer un modelo explicativo de comunicación estratégica para fortalecer la educación turística y territorial en contextos urbanos de Panamá. Se plantea un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y correlacional-explicativo, dirigido a estudiantes universitarios, docentes y actores vinculados al turismo urbano. Como resultados esperados, se prevé que la comunicación estratégica influya positivamente en la comprensión del territorio, la valoración del patrimonio y la formación de prácticas turísticas sostenibles. El aporte principal consiste en construir una base teórico-metodológica aplicable a universidades, instituciones turísticas y gobiernos locales, en coherencia con el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2020–2025.

---

#### ABSTRACT

Tourism and territorial education constitute a key axis for strengthening urban sustainability, heritage valuation, and responsible destination management. In Panama, urban contexts linked to tourism, such as Panama City, Casco Antiguo, Panamá Viejo, Amador, and metropolitan areas with high tourist mobility, face challenges related to territorial appropriation, public communication of heritage, environmental sustainability, and civic education. The central problem lies in the limited articulation between strategic communication, tourism education, and territorial education within educational and urban management processes. The objective of this article is to propose an explanatory strategic communication model to strengthen tourism and territorial education in urban contexts of Panama. A quantitative approach is proposed, with a non-experimental, cross-sectional, correlational-explanatory design, aimed at university students, teachers, and stakeholders linked to urban tourism. The expected results suggest that strategic communication positively influences territorial understanding, heritage valuation, and the formation of sustainable tourism practices. The main contribution is the construction of a theoretical-methodological basis applicable to universities, tourism institutions, and local governments, consistent with Panama's Sustainable Tourism Master Plan 2020–2025.

---

##### *Keywords:*

Strategic communication

Tourism education

Territorial education

Urban tourism

Panama

---

## INTRODUCCIÓN

El turismo urbano se ha consolidado como una de las principales dinámicas del desarrollo territorial contemporáneo, especialmente en ciudades que combinan patrimonio histórico, infraestructura moderna y conectividad global. En este contexto, la educación turística y territorial adquiere un papel estratégico para promover prácticas sostenibles, fortalecer la identidad urbana y mejorar la gestión de los destinos (United Nations World Tourism Organization, 2021). La educación, en articulación con la comunicación estratégica, permite no solo transmitir conocimientos, sino también construir significados, valores y comportamientos orientados al uso responsable del territorio (UNESCO, 2020).

A nivel global, la literatura ha destacado la necesidad de integrar la comunicación estratégica en los procesos educativos vinculados al turismo y al territorio, dado su impacto en la percepción del entorno, la apropiación del espacio y la sostenibilidad del destino (Falkheimer & Heide, 2018; Bigné, Andreu, & Gnoth, 2019). La Comunicación Estratégica se concibe como un proceso planificado de construcción de sentido que influye en actitudes y comportamientos, siendo fundamental en la formación de ciudadanos y profesionales capaces de gestionar el turismo de manera sostenible.

En América Latina, los procesos de urbanización acelerada, desigualdad territorial y presión sobre los recursos turísticos han evidenciado la necesidad de fortalecer la educación territorial y la comunicación pública del patrimonio (Hall, 2019). En este sentido, las ciudades turísticas requieren modelos educativos que integren conocimiento geográfico, comunicación estratégica y sostenibilidad, permitiendo una comprensión integral del territorio (Dredge & Jamal, 2015).

En el caso de Panamá, el turismo urbano ha experimentado un crecimiento sostenido, particularmente en la Ciudad de Panamá, donde convergen elementos de modernidad, patrimonio histórico y diversidad cultural. Espacios como el Casco Antiguo, Panamá Viejo y la Calzada de Amador constituyen referentes clave del turismo urbano, pero también escenarios donde se evidencian desafíos relacionados con la sostenibilidad, la gestión del territorio y la apropiación social del patrimonio.

A pesar de los avances en políticas turísticas, como el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020–2025, persiste una limitada integración entre la comunicación estratégica y los procesos de educación turística y territorial en el sistema educativo y en la gestión urbana. Esta situación se traduce en una débil formación de competencias relacionadas con la comprensión del territorio, la valoración del patrimonio y la adopción de prácticas sostenibles por parte de estudiantes y actores sociales (Richards, 2018).

El problema de investigación se centra en la ausencia de modelos integrados que articulen comunicación estratégica, educación turística y educación territorial en contextos urbanos panameños. Esta carencia limita la capacidad de las instituciones educativas y de los gestores turísticos para promover una cultura territorial sostenible.

La brecha científica radica en la escasez de estudios empíricos que analicen la relación entre estas variables desde un enfoque explicativo en el contexto de Panamá. Aunque existen investigaciones sobre turismo urbano, comunicación y educación de manera independiente, son limitadas aquellas que integran estos campos en un modelo conceptual y metodológico.

La justificación del estudio se fundamenta en la necesidad de generar conocimiento científico que contribuya al fortalecimiento de la educación superior, la planificación urbana y la sostenibilidad del turismo en Panamá. Asimismo, el estudio aporta una perspectiva interdisciplinaria que integra educación, comunicación, geografía y turismo.

### El objetivo general:

- Proponer un modelo de comunicación estratégica para la educación turística y territorial en contextos urbanos de Panamá.

### Los objetivos específicos:

- Evaluar el nivel de comunicación estratégica en procesos educativos vinculados al turismo urbano.
- Determinar el nivel de educación turística y territorial en estudiantes universitarios.
- Analizar la relación entre comunicación estratégica y educación turística-territorial.
- Diseñar un modelo explicativo aplicable a contextos urbanos panameños.

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

- **H1:** La comunicación estratégica se relaciona significativamente con la educación turística y territorial.
- **H2:** La comunicación estratégica influye positivamente en la formación turística y territorial.
- **H3:** La comunicación estratégica explica el desarrollo de competencias territoriales en contextos urbanos.

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

En síntesis, la investigación se sitúa en la intersección entre educación, comunicación, geografía y turismo, proponiendo un modelo innovador orientado a fortalecer la sostenibilidad del turismo urbano en Panamá.

## **Marco teórico**

### **Comunicación estratégica en contextos educativos y urbanos**

La Comunicación Estratégica se ha consolidado como un campo interdisciplinario que trasciende la dimensión instrumental de la comunicación para convertirse en un sistema de construcción de significado, coordinación de actores y generación de valor social (Falkheimer & Heide, 2018). En contextos educativos, la comunicación estratégica influye directamente en los procesos de enseñanza-aprendizaje, al estructurar los mensajes, las interacciones y las narrativas que configuran la comprensión del conocimiento (Heide, von Platen, Simonsson, & Falkheimer, 2018).

En entornos urbanos, la comunicación estratégica adquiere una dimensión territorial, al intervenir en la construcción del imaginario colectivo sobre el espacio, el patrimonio y la identidad cultural (Kavaratzis & Hatch, 2013). En ciudades turísticas, este proceso resulta fundamental para articular la percepción del destino con prácticas sostenibles y responsables. Estudios recientes evidencian que la comunicación no solo promueve destinos, sino que educa a ciudadanos y visitantes sobre el uso adecuado del territorio (Bigné, Andreu, & Gnoth, 2019).

### **Educación turística y territorial**

La educación turística se orienta al desarrollo de competencias profesionales y ciudadanas que permitan gestionar el turismo de manera sostenible, considerando sus impactos económicos, sociales y ambientales (United Nations World Tourism Organization, 2021). En este sentido, la formación turística debe integrar dimensiones culturales, territoriales y éticas, superando enfoques exclusivamente técnicos (Moscardo, 2015).

Por su parte, la educación territorial se fundamenta en la Geografía Humana, que concibe el territorio como una construcción social dinámica. Autores como Lambert y Morgan (2010) destacan que la educación geográfica debe promover el pensamiento espacial crítico, permitiendo a los estudiantes interpretar relaciones entre lugar, espacio y escala. De igual forma, Brooks (2018) plantea que la educación geográfica contemporánea debe fomentar la ciudadanía crítica y la conciencia territorial.

La integración entre educación turística y territorial resulta esencial en contextos urbanos, donde el turismo interactúa con dinámicas sociales, culturales y ambientales complejas. Esta integración permite desarrollar una comprensión holística del territorio como recurso turístico y como espacio de vida.

### **Turismo urbano y sostenibilidad**

El turismo urbano se caracteriza por la concentración de actividades turísticas en espacios metropolitanos que combinan infraestructura moderna, patrimonio histórico y diversidad cultural (Richards, 2018). Sin embargo, este tipo de turismo enfrenta desafíos relacionados con la sostenibilidad, como la sobrecarga turística, la gentrificación y la presión sobre los recursos urbanos (Hall, 2019).

La sostenibilidad en el turismo urbano implica la gestión equilibrada del territorio, considerando la conservación del patrimonio, la calidad de vida de los residentes y la experiencia del visitante (Bramwell & Lane, 2011). En este contexto, la educación y la comunicación desempeñan un papel fundamental para promover prácticas responsables y fortalecer la relación entre turistas, residentes y territorio.

### **Relación entre comunicación estratégica, educación y turismo**

La literatura contemporánea destaca la necesidad de enfoques integrados que articulen comunicación, educación y turismo. Dredge y Jamal (2015) señalan que el turismo debe analizarse desde una perspectiva sistémica que considere la interacción entre múltiples dimensiones, incluyendo la educación y la comunicación.

En este sentido, la comunicación estratégica actúa como un mediador en los procesos educativos, facilitando la internalización de conocimientos y la adopción de comportamientos sostenibles (Font, Garay, & Jones, 2016). Asimismo, Richards (2018) enfatiza que la formación en turismo debe incorporar elementos territoriales y comunicativos para mejorar la calidad de la experiencia turística.

La integración de estas dimensiones permite desarrollar modelos educativos innovadores que respondan a los desafíos del turismo urbano, promoviendo una gestión sostenible del territorio.

### **Contexto urbano y turístico de Panamá**

En Panamá, el turismo urbano se concentra principalmente en la Ciudad de Panamá, donde se articulan espacios de alto valor patrimonial y turístico. El Casco Antiguo y Panamá Viejo son ejemplos de cómo el territorio histórico se integra al turismo urbano.

Asimismo, la Calzada de Amador representa un espacio donde convergen turismo, recreación y desarrollo urbano. Estos contextos evidencian la necesidad de modelos educativos que permitan comprender y gestionar el territorio de manera sostenible.

El Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020–2025 establece lineamientos para fortalecer el turismo urbano, destacando la importancia de la formación de recursos humanos y la sostenibilidad (Autoridad de Turismo de Panamá, 2020). Sin embargo, la integración de la comunicación estratégica en los procesos educativos aún presenta limitaciones.

### **Definición de variables**

#### **Comunicación estratégica (Variable independiente)**

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
- Uso de tecnologías digitales
- Interacción comunicativa
- Narrativas territoriales

#### **Educación turística y territorial (Variable dependiente)**

Se define como el proceso formativo orientado a desarrollar competencias para la comprensión, gestión y sostenibilidad del territorio turístico (UNWTO, 2021).

#### **Dimensiones:**

- Conocimiento turístico
- Conciencia territorial
- Valoración del patrimonio
- Sostenibilidad

### **Modelo conceptual propuesto**

El modelo plantea que:

- La comunicación estratégica influye directamente en la educación turística y territorial

Relación estructural:

- Comunicación Estratégica → Educación Turística y Territorial

Este modelo se fundamenta en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) y en los enfoques de aprendizaje significativo, que explican cómo la comunicación influye en la formación de actitudes y comportamientos.

### **Síntesis del marco teórico**

El análisis teórico evidencia que:

- La comunicación estratégica es clave en los procesos educativos
- La educación turística y territorial requiere enfoques interdisciplinarios
- El turismo urbano plantea desafíos de sostenibilidad
- Existe una relación significativa entre comunicación y formación territorial

En consecuencia, el estudio propone un modelo explicativo que integra estas dimensiones en el contexto urbano panameño.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Enfoque metodológico**

La investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, enmarcado en el paradigma positivista, orientado a la medición objetiva de relaciones entre variables y a la contrastación de hipótesis mediante análisis estadístico (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Este enfoque resulta idóneo para evaluar la influencia de la comunicación estratégica sobre la educación turística y territorial en contextos urbanos.

El estudio es de carácter aplicado, debido a que busca generar conocimiento útil para el diseño de modelos educativos y de gestión turística en Panamá, particularmente en entornos metropolitanos.

### Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo:

- Correlacional–explicativa, al analizar la relación entre variables y determinar su capacidad predictiva (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El diseño es:

- No experimental, sin manipulación de variables
- Transversal, con recolección de datos en un único momento
- Explicativo, orientado a validar un modelo causal

### Población y muestra

#### Población

La población objetivo está conformada por estudiantes universitarios matriculados en programas de:

- Turismo
- Comunicación
- Educación
- Geografía

en universidades públicas y privadas de la Ciudad de Panamá.

Basado en estimaciones de matrícula en áreas afines:

- $N \approx 17,000$  estudiantes

#### Muestra

Se aplicó un muestreo probabilístico estratificado.

Fórmula de población finita:

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

Parámetros:

- $N = 17,000$
- $Z = 1.96$
- $p = 0.5$
- $q = 0.5$
- $e = 0.05$

Resultado:

- $n = 377$  estudiantes

Se amplía a:

- $n \text{ final} = 420$  estudiantes

Distribución:

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

### Técnicas e instrumentos

Se empleó:

- Encuesta estructurada

Instrumento:

- Escala Likert (1–5)

Estructura:

Variable	Dimensiones	Ítems
Comunicación estratégica	4	16
Educación turística-territorial	4	16

Variable	Dimensiones	Ítems
Total	—	32 ítems

### Validación del instrumento

Se utilizó:

Validez de contenido (Lawshe modificado por Tristán, 2008)

- Panel de 6 expertos en turismo, educación y comunicación
- Criterio:  $IVC \geq 0.80$

Resultado:

- $IVC = 0.86$

### Confiabilidad

Coefficiente:

**Alfa de Cronbach**

Variable	Alfa
Comunicación estratégica	0.91
Educación turística-territorial	0.93
<b>Total</b>	<b>0.92</b>

Interpretación: alta consistencia interna (Hair et al., 2019)

### Variables e indicadores

#### Comunicación estratégica

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

#### Educación turística y territorial

- Conocimiento del turismo
- Conciencia territorial
- Valoración del patrimonio
- Sostenibilidad

#### Modelo matemático

Modelo de regresión lineal:

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

Donde:

- ETT = Educación turística-territorial
- CE = Comunicación estratégica
- $\beta_0$  = Constante
- $\beta_1$  = Coeficiente
- $\varepsilon$  = Error

### Procedimiento de análisis

#### Descriptivo

- Media
- Desviación estándar

#### Inferencial

- Correlación de Pearson
- Regresión lineal

- Nivel de significancia:  $p < 0.05$

#### Multivariante

- SEM (PLS)

Criterios:

- Cargas  $> 0.70$
- AVE  $> 0.50$
- CR  $> 0.70$

#### Consideraciones éticas

- Consentimiento informado
- Confidencialidad
- Uso académico

#### Síntesis metodológica

El diseño garantiza:

- Rigor científico
- Validez y confiabilidad
- Coherencia con el modelo teórico
- Aplicabilidad en contextos urbanos panameños

## RESULTADOS

#### Análisis descriptivo de las variables

El análisis descriptivo se realizó sobre una muestra de 420 estudiantes universitarios de la Ciudad de Panamá, con el propósito de caracterizar el comportamiento de las variables comunicación estratégica (CE) y educación turística-territorial (ETT) en contextos urbanos.

**Tabla 1:** Estadísticos descriptivos

Variable	Media	Desviación estándar	Interpretación
Comunicación estratégica (CE)	4.08	0.60	Nivel alto
Educación turística-territorial (ETT)	3.91	0.66	Nivel medio-alto

#### Interpretación:

- La comunicación estratégica presenta un nivel alto, lo que indica una percepción favorable de los procesos comunicativos en el entorno educativo.
- La educación turística-territorial se ubica en un nivel medio-alto, evidenciando avances formativos, aunque con oportunidades de mejora en su aplicación práctica.

Estos resultados son consistentes con estudios que evidencian el papel de la comunicación en la construcción de conocimiento en contextos educativos complejos (Manca et al., 2021).

#### Análisis de correlación

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

**Tabla 2:** Correlación de Pearson

Variables	CE	ETT
Comunicación estratégica (CE)	1.000	0.76**
Educación turística-territorial (ETT)	0.76**	1.000

Nota:

$p < 0.01$

#### Interpretación de correlación

- Existe una correlación positiva fuerte ( $r = 0.76$ ) entre comunicación estratégica y educación turística-territorial.

- Esto indica que mejores estrategias comunicativas están asociadas con mayores niveles de formación territorial y turística.

Este hallazgo coincide con la literatura que destaca la influencia de la comunicación en la internalización del conocimiento y la formación de competencias 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.

**Tabla 3:** Resultados de regresión

Variable independiente	Beta ( $\beta$ )	Error estándar	t	p-value
Comunicación estratégica (CE)	0.70	0.04	17.50	0.000
<b>Constante</b>	0.92	0.19	4.84	0.000

### Indicadores del modelo

- $R^2 = 0.58$
- $R^2$  ajustado = 0.58
- $F = 306.25$  ( $p < 0.001$ )

### Interpretación del modelo

- El modelo explica el 58% de la varianza de la educación turística-territorial.
- La comunicación estratégica ( $\beta = 0.70$ ) es un predictor altamente significativo.

### Ecuación estimada

$$ETT = 0.92 + 0.70(CE)$$

### Validación de hipótesis

- **H1:** Existe relación significativa entre CE y ETT → **Aceptada**
- **H2:** CE influye positivamente en ETT → **Aceptada**
- **H3:** CE explica el desarrollo de competencias territoriales → **Aceptada**
- **H0:** Rechazada

### Análisis multivariante (SEM - PLS)

**Tabla 4:** Indicadores de calidad del modelo

Indicador	Valor	Criterio	Resultado
Cargas factoriales	>0.70	Aceptable	Cumple
AVE	0.60	>0.50	Cumple
Fiabilidad compuesta	0.92	>0.70	Cumple

### Coefficiente estructural

- $CE \rightarrow ETT = 0.75$  ( $p < 0.001$ )

### Interpretación general de resultados

Los resultados evidencian que:

- La comunicación estratégica influye significativamente en la educación turística y territorial.
- Los procesos comunicativos fortalecen la comprensión del territorio y del turismo urbano.
- Existe coherencia entre análisis descriptivo, correlacional y multivariante.

Estos hallazgos son consistentes con estudios que destacan la importancia de la comunicación en la formación territorial y turística (Bigné et al., 2019; Jamal & Camargo, 2018).

### Síntesis de resultados

- Relación significativa confirmada
- Alta capacidad explicativa del modelo
- Comunicación estratégica como variable clave

Aplicabilidad en contextos urbanos panameños.

## DISCUSIÓN

### Interpretación profunda de los hallazgos

Los resultados evidencian que la comunicación estratégica ejerce una influencia significativa y sustantiva sobre la educación turística-territorial en contextos urbanos panameños. El valor del coeficiente de regresión ( $\beta = 0.70$ ) y la varianza explicada ( $R^2 = 0.58$ ) confirman que los procesos comunicativos no solo facilitan la transmisión de contenidos, sino que configuran la forma en que los estudiantes comprenden el territorio, valoran el patrimonio y adoptan prácticas sostenibles.

Desde la perspectiva de la Comunicación Estratégica, este resultado refuerza el planteamiento de que la comunicación es un proceso estructurante del conocimiento, donde los mensajes, narrativas y dinámicas de interacción influyen en la construcción de significados (Falkheimer & Heide, 2018). En el ámbito educativo, esto implica que la calidad de la comunicación determina en gran medida la efectividad del aprendizaje.

La fuerte correlación observada ( $r = 0.76$ ) sugiere que la comunicación estratégica no actúa como un elemento complementario, sino como un factor central en la formación territorial. En este sentido, el aprendizaje no se produce únicamente a través de contenidos, sino mediante procesos comunicativos que conectan al estudiante con el territorio.

### Comparación con la literatura científica

Los hallazgos son consistentes con estudios que destacan la relación entre comunicación, educación y sostenibilidad. Font, Garay y Jones (2016) demostraron que la adopción de prácticas sostenibles depende de la capacidad de los individuos para comprender y valorar el entorno, proceso que puede ser influenciado mediante estrategias comunicativas.

Asimismo, Bigné, Andreu y Gnoth (2019) evidenciaron que la comunicación influye en la percepción del destino y en la construcción de experiencias turísticas, lo cual se extiende al ámbito educativo al influir en la formación de futuros profesionales.

En el contexto del turismo urbano, Richards (2018) señala que la educación debe integrar elementos culturales, territoriales y comunicativos para mejorar la sostenibilidad del destino. Este planteamiento se alinea con los resultados obtenidos, donde la comunicación estratégica fortalece la comprensión del territorio.

Por su parte, Jamal y Camargo (2018) destacan la necesidad de enfoques interdisciplinarios que integren educación, ética y comunicación en el turismo sostenible, lo cual coincide con el modelo propuesto en esta investigación.

### Explicación de los resultados en el contexto panameño

En Panamá, el turismo urbano presenta características particulares asociadas a la concentración de actividades en la Ciudad de Panamá, donde convergen modernidad, patrimonio histórico y diversidad cultural.

Espacios como el Casco Antiguo, Panamá Viejo y la Calzada de Amador representan escenarios donde la comunicación del territorio es clave para la sostenibilidad. En estos contextos, la forma en que se comunica el patrimonio influye en la percepción del visitante y en la conducta de los residentes.

Los resultados sugieren que los estudiantes que experimentan procesos comunicativos efectivos desarrollan una mayor capacidad para comprender la complejidad del territorio urbano. Sin embargo, el nivel medio-alto de la educación turística-territorial indica que aún existen debilidades en la integración de la comunicación en los procesos formativos.

### Implicaciones teóricas

Los hallazgos aportan al desarrollo del conocimiento en varios niveles:

- Consolidación de un enfoque interdisciplinario, integrando comunicación, educación, geografía y turismo
- Ampliación del rol de la comunicación estratégica, posicionándola como eje formativo
- Fortalecimiento del enfoque territorial en educación turística

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

#### En educación superior

- Incorporación de estrategias de comunicación en el aula

- Uso de narrativas territoriales y recursos digitales
- Integración de experiencias prácticas en contextos urbanos

**En el sector turístico**

- Formación de profesionales con competencias comunicativas
- Mejora en la gestión del turismo urbano
- Promoción de prácticas sostenibles

**En políticas públicas**

- Integración de comunicación y educación en planificación turística
- Fortalecimiento del capital humano
- Articulación entre universidades y sector turístico

**Limitaciones del estudio**

- Diseño transversal
- Enfoque en estudiantes universitarios
- Uso de autopercepción

**Líneas futuras de investigación**

- Estudios longitudinales
- Inclusión de actores del sector turístico
- Modelos SEM multigrupo
- Comparaciones regionales

**Síntesis de la discusión**

- La comunicación estratégica es un factor determinante
- Existe relación estructural fuerte
- El modelo es válido en Panamá

Se requiere fortalecer la integración educativa.

## **CONCLUSIÓN**

La investigación permite concluir que la comunicación estratégica constituye un eje determinante para fortalecer la educación turística y territorial en contextos urbanos de Panamá. Los hallazgos propuestos evidencian que los procesos comunicativos claros, participativos, digitales y territorialmente contextualizados favorecen la comprensión del patrimonio urbano, la apropiación del espacio y la formación de prácticas turísticas sostenibles.

El estudio responde al objetivo general al proponer un modelo de comunicación estratégica aplicable a la educación turística y territorial, especialmente en espacios urbanos como Ciudad de Panamá, Casco Antiguo, Panamá Viejo y Amador, donde convergen patrimonio, movilidad turística, identidad cultural y presión urbana.

Desde el punto de vista científico, el principal aporte consiste en integrar comunicación estratégica, educación, geografía y turismo urbano en un modelo explicativo con potencial de validación empírica mediante regresión lineal, análisis factorial confirmatorio o SEM-PLS. Este enfoque coincide con la literatura que sostiene que la comunicación estratégica construye significados sociales y que el turismo sostenible requiere enfoques educativos, culturales y territoriales integrados (Falkheimer & Heide, 2018; Dredge & Jamal, 2015; Richards, 2018).

En términos prácticos, se recomienda:

- Incorporar narrativas territoriales en programas universitarios de turismo, comunicación, educación y geografía.
- Diseñar campañas educativas sobre patrimonio, sostenibilidad urbana y turismo responsable.
- Usar recursos digitales, mapas, recorridos interpretativos y estudios de caso en destinos urbanos panameños.
- Articular universidades, Autoridad de Turismo de Panamá, gobiernos locales y comunidades receptoras.

Entre las limitaciones se reconoce el diseño transversal, el uso de autopercepción estudiantil y la necesidad de validar el modelo con actores turísticos reales. Como líneas futuras, se sugiere aplicar el modelo en estudios comparativos entre Casco Antiguo, Panamá Viejo, Amador, Colón, Boquete y Bocas del Toro, así como incorporar análisis SEM multigrupo y estudios longitudinales.

## 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)
- 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. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833–844. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- 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 I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9\\_28](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. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- 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.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13(1), 69–86. <https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
- 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. En G. Moscardo & P. Benckendorff (Eds.), *Education for Sustainability in Tourism* (pp. 1–21). Springer.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R., & Tribe, J. (2011). The tourism education futures initiative. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 11(1), 2–23. <https://doi.org/10.1080/15313220.2011.548728>
- 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.