
Turismo urbano, desarrollo local y sostenibilidad en el municipio de Panamá

Urban tourism, local development and sustainability in the municipality of Panama

Rosa Mora¹ 

¹ Universidad de Panamá, Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, Departamento de Administración de Empresas Turísticas.

*Autor por correspondencia: Rosa Mora, rosa.mora@up.ac.pa

Recibido: 5 de mayo de 2022

Aceptado: 12 de diciembre de 2022

Resumen

El turismo en la Ciudad de Panamá ha sufrido cambios radicales debido a los nuevos escenarios generados por la globalización que demandan revisar y replantear los modelos tradicionales de gestión que no han dado buenos resultados, ocasionando preocupación en la sociedad. El objetivo de esta investigación consiste en revisar el estado de la cuestión y analizarlo. Para alcanzar esta meta, se utilizó un enfoque mixto dirigido hacia el desarrollo de estrategias que permitieran conocer la percepción e interpretación que, de dicha realidad tenían los actores locales. Se realizaron entrevistas a las instituciones públicas y organizaciones civiles vinculadas, se aplicaron encuestas a los ciudadanos comunes y empresarios dando resultados poco motivadores puesto que ninguno se encontraba satisfecho, principalmente el ciudadano común que no percibe un esfuerzo por parte del municipio para mejorar el aspecto urbano mientras que, a través de la observación directa se palparon avances de revitalización urbana. Esto indica que, hay voluntad, pero se carece de una efectiva publicidad, para darlo a conocer y así promover la ciudad como destino turístico. Además, le hace falta adecuarse un poco más en cuanto a infraestructuras urbanas modernas, espacios verdes y servicios turísticos, aunado a renovar y desarrollar más un turismo en armonía con la naturaleza. Para revertir esta situación se hace necesario el diseño de una estrategia de gestión con escenarios a mediano y largo plazo que permita un desarrollo local sostenible en beneficio de todos los actores.

Palabras clave: Turismo urbano, destino turístico, globalización, sostenibilidad, actores sociales.

Abstract

Tourism in Panama City has undergone radical changes due to the new scenarios generated by globalization that demands to review and rethink traditional management models that have not given good results, causing concern in society. The objective of this research is to review the state of the matter and analyze it. To achieve this goal, a mixed approach was used directed towards the development of strategies that allowed knowing the perception and interpretation that local actors had of said reality. Interviews were conducted with public institutions and related civil organizations, surveys were applied to common citizens and businessmen, giving unmotivating results since none were satisfied, mainly the common citizen who does not perceive an effort on the part of the municipality to improve the urban appearance. While, through direct observation, advances in urban revitalization were palpable. This indicates that there is a will, but there is a lack of effective advertising, to make it known and thus promote the city as a tourist destination. In addition, it needs to adapt a little more in terms of modern urban infrastructures, green spaces and tourist services, together with renewing and further developing tourism in harmony with nature. To reverse this situation, it is necessary to design a management

strategy with medium- and long-term scenarios that allow sustainable local development for the benefit of all stakeholders.

Keywords: Urban tourism, tourist destination, globalization, sustainability, social actors.

Introducción

Esta investigación busca profundizar en el tema del turismo urbano y su aporte al desarrollo local en el distrito de Panamá, en un intento por resaltar el turismo como estrategia de desarrollo ante las carencias del modelo de gestión centralista viciado, la falta de instrumentos de gestión, y el creciente conflicto social por demandas de mejoras en la calidad de vida. El análisis parte de la evolución de los viajes de peregrinación medieval, resaltando que el éxito de estos se debió a la acertada labor de organización y construcción de infraestructuras, dando como consecuencia que aún en nuestros días se mantengan algunas celebraciones de los acontecimientos religiosos de la época.

La Edad Moderna también fue de mucha trascendencia por los viajes del explorador Cristóbal Colón, cuyo resultado es el descubrimiento de América dónde también sobresale el fenómeno del “Grand Tour” como precursor del turismo urbano, y de las artes decorativas grecolatinas que influyeron en artistas y escritores que plasmaron sus viajes en obras literarias. De la Edad Contemporánea hasta la actualidad, se resalta el nacimiento de la primera agencia de viajes, Cook y Son, en donde se editan las primeras guías turísticas potencializando el turismo en las ciudades de la época. Se destaca el aporte de la empresa American Express, que crea el cheque de viajero y el bono de servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes, promoviendo así la construcción hotelera y de infraestructuras públicas como plazas, calles y monumentos, logrando mejorar notablemente la planificación urbana.

En la primera mitad del Siglo XX, dos desastrosas guerras mundiales y una dura crisis financiera, paralizaron el turismo a su mínima expresión para en la segunda mitad, crecer a un ritmo jamás visto en toda la historia y debido a la recuperación económica, surge un nuevo orden internacional que impulsa la estabilidad social y el desarrollo de la cultura; se legisla sobre el sector, dando como consecuencia las vacaciones pagadas, la semana laboral de cinco (5) días, la reducción de la jornada a 40 horas semanales y la ampliación de las coberturas sociales. Aumenta el interés por conocer la forma de vida de otras ciudades, lo que origina las líneas aéreas de bajo costo y los denominados vuelos chárter persiguiendo urbes inteligentes, sostenibles e inclusivas, pero también dándole paso a la denominada globalización, que trae consigo muchos cambios, entre los que se destacan los avances tecnológicos, nuevas estructuras, normas y reglamentaciones, mercados laborales, obligándonos a la competitividad. En este sentido en el distrito de Panamá, se exalta el Canal de Panamá, el ferrocarril transístmico, Panamá La Vieja y el Casco Antiguo, ambos patrimonios de la humanidad, y los avances de los trabajos llevados a cabo por el municipio de Panamá en su afán por rehabilitar museos, anfiteatros, auditorios y teatros, para ofrecer al visitante una gama de multiplicidad religiosa, cultural y étnica.

El objetivo de esta investigación consiste en revisar el estado de la cuestión y analizarlo con miras al diseño de una estrategia de gestión con escenarios a mediano y largo plazo que permita un desarrollo local sostenible en beneficio de todos los actores.

Método

Tipo de Investigación

La investigación realizada se clasifica como mixta y es de tipo exploratoria, analítica, descriptiva y aplicada.

Es exploratoria tomando en cuenta que aun cuando existe alguna información, esta se encuentra dispersa y aborda el tema de forma superficial. Este es el primer esfuerzo que profundiza el análisis del turismo urbano, desarrollo local y sostenibilidad en la ciudad de Panamá. Es de tipo analítica debido a que se ha realizado mediante un abordaje interdisciplinario desde las ciencias económicas y sociales hasta las ciencias de la tierra y el espacio; tratando de alcanzar una comprensión integral de la problemática del turismo urbano y el desarrollo local.

Es descriptiva ya que trata de conocer elementos, atributos, características, y componentes del turismo urbano en la ciudad de Panamá. Es aplicada ya que utiliza el producto de la investigación con el objeto de proponer un modelo de gestión en el municipio de Panamá.

Población y Muestra

El universo de estudio es el Municipio de Panamá y el objeto de estudio es el turismo urbano, donde la unidad de análisis es el desarrollo local. La población es la misma, pero los sujetos son los diversos actores. Aquí entra la teoría de los “Stakeholders”, “válida para su aplicación en la gestión turística y cultural” (Colmenarejo, 2014), en donde se representa a la comunidad del lugar anfitrión. Se define esta teoría como la de “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1994, p. 424); claro está que se definió así cuando dicha teoría era para ponerla en práctica en una empresa, pero está perfectamente enfocada en los proyectos de gestión turística que afectan a la vida en comunidad.

Para la estimación de la muestra, se han seleccionado tres grupos:

“Stakeholder” 1, el más “expectante”, el ciudadano común que es el anfitrión turístico.

Al ser numeroso se determinó para su intervención aleatoria simple; un cuestionario a un número representativo de esta población.

“Stakeholder” 2, los propietarios de comercios turísticos. A este grupo, mucho más reducido y especializado, se les realizó otro tipo de cuestionario de manera “no probabilística”.

“Stakeholder” 3, el Municipio de Panamá y autoridades gubernamentales y particulares afines a la gestión turística. A quienes se les intervino a través de una serie de entrevistas.

Para el cálculo de la muestra, se toman tres diferentes fórmulas, que varían en el orden de sus componentes, pero siendo los mismos y conduciendo al mismo objetivo.

La primera fórmula referida por Pickers (2015), es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

La segunda fórmula referida por Reding-Bernal, García-García y López (2013), la cual es la siguiente:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$$

En estas dos fórmulas, sus componentes siguen siendo los mismos, siendo estos:

“N”	: tamaño de la población,	= 684,986
“1”	: nivel de confianza. Delimita el nivel de confianza y el margen de error.	
“Z” o “z”	: El valor de referencia "Z" que le corresponde según una tabla de probabilidades consultada por estadísticos.	= 1.96
“p”	: probabilidad de éxito o de ocurrencia, o proporción esperada. Delimita la curva simétrica positivamente.	= 0.5
“q”	: probabilidad de fracaso o de no ocurrencia. Delimita la curva simétrica negativamente.	= 0.5
“d” o “e”	: precisión (error máximo admisible en términos de proporción).	= 0.05

Se utilizará una tercera fórmula, la cual funciona en línea, referida por Netquest” (Netquest, 2019), la cual se encuentra en la página Web de Netquest.com, a través de su “calculadora muestral”, la que a diferencia de las dos anteriores, contiene cuatro campos los cuales llenar, siendo estos los siguientes.

- Tamaño del universo, siendo originalmente el de la población, el número de personas que se quieren estudiar, correspondiendo a 684,986.
- Heterogeneidad, siendo la diversidad del universo, se toma habitualmente el 50%.
- Margen de error, el cual, para el tamaño de la población, se toma un 5%.
- Nivel de confianza, el cual, para el tamaño de la población, se considera un mayor nivel de confianza, siendo para este caso el de un 95%.

El cálculo de todas las fórmulas, el resultado fue el mismo: 383.94; lo que valida que independientemente de variar sus componentes, no se altera el resultado. Por lo tanto, la muestra es de 384 personas. Cabe destacar que el último censo de población y vivienda, data del año 2010; pero el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de la Contraloría General de la República, ha estado realizando una serie de estimaciones de población, las que se tienen disponibles de manera oficial en su página web; por ende, tomando dicha referencia, se ha escogido la estimación de población del año 2018, en el distrito de Panamá la cual es de 1,162,673 habitantes con rangos de edad que representan a la población económicamente activa, siendo estos los de 20 a 24, hasta los de 55 a 59, en ambos géneros (masculino y femenino). Esto da un total de 684,986 habitantes; predominando por un 2% más las féminas. Este monto representaría un 59% de la población total estimada para el año 2018.

Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos primarios fueron una guía de preguntas de entrevistas y formularios de encuestas aplicadas a ciudadanos comunes y gerentes de negocios. Un elemento adicional a la primera parte del diagnóstico fue la observación directa y el trabajar las entrevistas realizadas, y las fuentes secundarias, mediante la noción de vulnerabilidad.

Procedimientos de recogida y análisis de datos

Para la realización del diagnóstico, se realizó la recopilación y análisis de los datos del sector turístico a nivel mundial, regional, nacional y local para evaluar la problemática, ventajas y desventajas, pero sobre todo su aporte al desarrollo local. Para la recolección de datos de fuentes secundarias se usó información de los censos de población nacionales, se escudriñó múltiples investigaciones que tratan la problemática en alguna medida, y algunos artículos periodísticos, los cuales fueron categorizados por tema y analizados, creando una base de datos que nos permitiera ver los temas más destacados. Se aplicaron dos cuestionarios diseñados como encuesta: una a ciudadanos comunes y la otra a administradores de negocios por su esencial contribución a la conformación de la oferta turística, así como a la consideración de la necesidad de coordinación entre sector público y privado para lograr el desarrollo turístico sostenible. Por último, terminamos con la técnica de la entrevista, para complementar a autoridades influyentes en el sector turístico panameño y en el Municipio de Panamá, y así poder analizar determinados aspectos de la actuación municipal y su relación con los agentes involucrados, a fin de proporcionar una visión amplia y actualizada de la situación.

Resultados

Encuesta No.1 ciudadanos comunes

Pregunta N°1 ¿Considera usted que el municipio cuenta con un plan de trabajo para el desarrollo de las actividades turísticas? El 15% dice sí, 50% dice que no existe tal plan, y el 35% desconoce. Estos resultados indican que la mayor parte de la población desconoce las actividades que lleva a cabo el municipio siendo necesario hacer esfuerzos para lograr participación ciudadana.

Pregunta N°2 ¿Existe infraestructura básica y en buen estado para atender turistas? 39% considera que sí, 44% dice que no, el 17% restante desconoce acerca del tema. Estos resultados describen una percepción desfavorable en cuanto a una adecuada infraestructura turística en la ciudad capital e indica necesidad de fomentar mayor conocimiento sobre las obras de construcción, reconstrucción y conservación de los recursos turísticos que debemos tener.

Pregunta N°3 ¿Contribuye el municipio a la conservación de los recursos turísticos del distrito?, 24% aduce que sí; 54% contestó que no, y el 22% lo desconoce. Dando como resultado que la mayoría de la población no percibe un papel activo del municipio en este sentido, ya que un 76% de los cuestionados aducen desconocer, lo que indica necesidad de más participación comunitaria para que la conservación de los recursos turísticos tenga una responsabilidad compartida.

Pregunta N°4 ¿Cree Usted que el municipio está promoviendo adecuadamente el turismo en la ciudad?, 16% respondió afirmativamente, 75% cree que no, es apenas un 9% que desconoce. Se aprecia una percepción de que el municipio no está cumpliendo su rol de promotor social, tarea importante en aprovechamiento de los recursos turísticos. Por tanto, nace la necesidad de promover una gestión turística municipal integrada.

Pregunta N°5 ¿Se cuenta con un servicio de seguridad ciudadana, que garantice la integridad física y

material de los turistas? 21% opina que sí, 66% que no, un 13% lo desconoce. En este sentido, podemos señalar que desde el año 2012 dio inicio el Programa “Mejorando la Seguridad Ciudadana en Panamá: Hacia la construcción de una cultura de paz” que buscaba desarrollar capacidades para la consolidación de estrategias, políticas e iniciativas integrales para la prevención de la violencia y el delito entre otras cosas; aún no se sienten los resultados.

Pregunta N°6 ¿Considera Usted que la actual gestión municipal tiene una política de promoción y apoyo a la actividad turística?, 21% sí reconoce, 50% no, y un 29% lo desconoce. Sin embargo, debemos señalar que el 20 de agosto de 2019, la Autoridad de Turismo de Panamá, con la intención de llenar el gran vacío inició una campaña de promoción turística vía digital por ocho meses cuantificada en unos 6 millones de dólares provenientes del Fondo de Inversión Turística. Los frutos se verán a corto y mediano plazo; sin embargo, creemos que el municipio debió ser parte de esta iniciativa y así evitar esfuerzos duplicados con un mismo objetivo.

Pregunta N°7 ¿De acuerdo con su opinión, existe un buen nivel de coordinación entre el Municipio, empresarios y comunidad, para contribuir al desarrollo del turismo urbano?, 10% indica que sí, 58% que no, 32% desconoce. Se precisa de un reajuste en la política de integración para mejorar los niveles de coordinación, y de esta manera realizar una gestión turística efectiva.

Pregunta N°8 ¿Considera Usted que las normas y ordenanzas municipales contribuyen al cuidado del medio ambiente e incentivan la actividad turística?, 26% considera que sí; el 52% que no, y 22% desconoce de la efectividad de estas normas. Es necesario que el municipio emita y haga cumplir las normas; de acuerdo con la apreciación de la población esto no viene ocurriendo, debiendo revertirse esta situación si se quiere mejorar la oferta turística.

Pregunta N°9 ¿Cree Usted que el municipio realiza una buena gestión para tratar residuos sólidos y proteger el medio ambiente?, 15%, considera sí, 67% que no, el 18% desconoce de esta gestión. Ante estas respuestas, se concluye que es bajo el nivel de aprobación de la población, debiendo por lo tanto mejorar esta percepción, con una labor más activa y participativa.

Pregunta N°10 ¿Cuenta el municipio con una oficina de información turística que difunda los recursos turísticos y oriente sobre la ruta a seguir para su visita?, 21% contestó que sí, 26% manifiesta que no, 53% desconoce. Se realizó recorrido para encontrar la referida oficina y al no tener éxito nos dirigimos al municipio a solicitar la ubicación exacta, pero grande fue la sorpresa al percatarnos que los funcionarios ignoraban el asunto. En realidad, hace falta.

Pregunta N°11 ¿Conoce Usted si los representantes del municipio visitan los lugares turísticos para verificar su mantenimiento o encuestan a los turistas para conocer sus apreciaciones?, 13% dicen que si, 55% no y 32% desconoce. Lo que indica que falta fortalecer las labores de monitoreo para que sirvan de retroalimentación y mejorar de esta manera la actual gestión turística municipal.

Pregunta N°12 ¿Conoce Usted si el municipio promueve acuerdos o compromisos con los empresarios y sociedad civil organizada, para la realización de actividades que se constituyan en producto turístico?, 16% dicen que sí, 25% que no, la mayoría, 59% restante, no conoce indicándonos que falta mejorar en este proceso, el cual resulta fundamental si es que se quiere lograr una gestión turística municipal eficiente.

Pregunta N°13 ¿Conoce Usted si el municipio promueve mecanismos de financiamiento para garantizar, el desarrollo y sostenibilidad del turismo en la ciudad?, 18% responde conocerlo, 38% dice que no, 44% desconoce. Se debe promover el apoyo público-privado como institucional, y así mismo generar canales de comunicación y coordinación entre los actores involucrados en este proceso.

Pregunta N°14 ¿El municipio fomenta la promoción de investigaciones para actualizar la información de los recursos turísticos del distrito?, 17% dice sí; 42% dice no, y 41% respondió desconocer. El proceso de investigación es fundamental en el desarrollo y enriquecimiento de los recursos turísticos, por eso es preocupante que solo el 17% de la población apruebe la labor de investigación del municipio, evidenciándose la necesidad de fortalecerla.

Pregunta N°15 ¿El municipio promueve programas de capacitación para todos los actores involucrados en el turismo del distrito?, 14% reconoce que sí, 43% dijo que no, y el otro 43% lo desconoce. Se visualiza la apreciación de programas de capacitación para todos los actores en el Municipio de Panamá, hasta mayo del año 2019, los cuales son escasos; en tanto que el avance de la ciencia y tecnología, hace que el conocimiento sea relativo y las capacitaciones deban ser permanentes; pero se aprecia, de acuerdo a las respuestas emitidas por los cuestionados, que existe poco fomento de estas actividades, constituyéndose en una debilidad que es necesario atender, para que estén a la vanguardia de los últimos avances y realicen una promoción turística efectiva.

Encuesta N°2 Aplicada a 50 empresarios turísticos.

Pregunta N°1 ¿Según su criterio por qué los turistas vienen a la ciudad de Panamá?, 32% responde que por los recursos naturales; 24% por el Canal de Panamá, 20% indica que, por su gente, 18% dice que, por los patrimonios culturales, y 6% por su gastronomía. Existen otras razones por la cual los turistas nos visitan, siendo sus atractivos turísticos los mostrados como respuestas.

Pregunta N°2 ¿Cuáles son los principales atractivos que tiene la ciudad de Panamá?, 38% responde los recursos naturales, 22% las compras, 16% Canal de Panamá. 16% las playas, 8% actividades deportivas y recreo. Estas respuestas dan a entender, que a la ciudad de Panamá le hace falta más alternativas turísticas.

Pregunta N°3, ¿Cuál es el origen de sus proveedores de insumos? 56% fuente mixta, 40% nacionales, y 4% locales. Hay preferencia por insumos internacionales por lo que sería genial que se desarrollaran iniciativas que incrementen e incentiven la producción local de insumos y así evitar la importación, que coloca desfavorablemente a Panamá en su balanza de pagos.

Pregunta N°4 Sus empleados proceden de..., 36% contestaron tener una “planilla mixta”, 18% familiares, 14% extranjeros; 8% respondió tener colaboradores residentes en los barrios vecinos; 24% panameño. Hay muchos extranjeros trabajando en servicios turísticos, aun cuando la ley establece 10%. Esto va en detrimento de la mano de obra panameña y se presta al abuso con la mano de obra extranjera.

Pregunta N°5 Lleva a cabo algún tipo de investigación para conocer el nivel de satisfacción del cliente?, el 78% admitió que no, 14% contestó que ocasionalmente; 8% sí. Es importante realizar investigaciones de mercado con tal de determinar el movimiento turístico en la ciudad y así establecer estrategias comerciales.

Pregunta N°6 ¿Que idioma hablan los trabajadores de su establecimiento? 86% son bilingües, 14% solo en español. Ninguno respondió si tenía colaboradores trilingües. Se dialogó con ellos y el inglés era muy básico presentándose la necesidad de fortalecer en este sentido.

Pregunta N°7 ¿Cuáles son los aspectos negativos que tiene la ciudad de Panamá?, 44% contestó que la infraestructura; 26% falta de estacionamientos, 16% inseguridad, 8% contaminación y 6% el sistema de comercialización, que no permite desarrollar una buena gestión. Por medio de observación se pudo verificar que son muchas las dificultades a la hora de estacionar ya que no hay suficientes estacionamientos, ni espacio para aparcar durante la visita turística, así como la excesiva distancia desde el punto de llegada hasta el destino. También son usuales la falta de espacio a la hora de esperar el autobús, aunado a las inclemencias del tiempo y la inseguridad en las horas nocturnas.

Pregunta N°8 ¿Cómo sitúa la ciudad de Panamá frente a los vecinos Costa Rica y Colombia?, El 74% contestó que la ciudad de Panamá es mejor, 18% dice que mucho mejor y el 8% respondió que se puede situar al mismo nivel. Nadie comparó de forma negativa a la ciudad de Panamá en relación con las ciudades capitales de los países vecinos.

Pregunta N°9 ¿Contempla este negocio infraestructuras para recibir a clientes con algún tipo de discapacidad? 22% contestó que sí, 78% contestó que no. Se aprecia que la infraestructura vial y peatonal de nuestra ciudad, no permite una fácil experiencia para personas con movilidad reducida; siendo responsabilidad de las autoridades adecuarlas; algunas empresas cuentan con áreas de estacionamiento para discapacitados (plataformas/rampas de subida), pero, estas no son suficientes; aunado a que hay algunas personas que no las respetan, al igual que los baños para entrar portando una silla de ruedas.

Pregunta N°10 ¿Realiza usted algún programa de responsabilidad Social Empresarial?, 72% contestó no, 24% adujo que sí a pequeña escala, sobre todo, para las fechas de fin de año, para apoyar a la gente que vive en el barrio, y así compartir con ellos parte de sus ganancias. 4% contestó que “a veces” por lo que no hacen actividades recurrentes o anuales.

Para analizar de manera más fina los resultados obtenidos ante los hallazgos encontrados, se ha utilizado la técnica FODA que permitirá resaltar lo esencial de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas encontradas a través de las encuestas 1 y 2 aplicadas, tanto a los ciudadanos comunes como a los empresarios turísticos en el distrito de Panamá. Cabe destacar que algunas preguntas estaban dirigidas a profundizar en los aspectos positivos y negativos del turismo facilitando la posible elaboración de estrategias que contrarresten sus desventajas y favorezcan sus potencialidades.

Se ha organizado en torno a cinco aspectos relacionados con la consolidación de la ciudad como destino y producto turístico, los cuales son:

- Imagen externa y promoción del distrito de Panamá.
- Accesibilidad a la ciudad y desde ella a otros destinos cercanos.
- Capacidad de acogida: alojamiento, espacios libres para visitantes, rutas, estacionamiento de vehículos.
- Desarrollo del producto ciudad.

- Desarrollo de oferta complementaria: cultura, compras, áreas verdes, etc.

Tabla. 1. Análisis FODA ante los hallazgos encontrados en las Encuestas N°1 y N°2.

ASPECTOS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS.
IMAGEN	Panamá La Vieja y Casco Antiguo son patrimonio de la humanidad	Plan de revitalización de la ciudad.	Promoción concentrada en oferta cultural principalmente del Casco Antiguo. Falta seguridad ciudadana	Presencia irregular de ilegales parquímetros humanos.
ACCESO	Excelente Aeropuerto Internacional.	Puerto de cruceros en Amador	Áreas peatonales incompletas Faltan zonas para discapacitados	Congestión del tráfico automovilístico.
ACOGIDA	Fuerte planta hotelera	Mejoras en el servicio.	Falta un hotel emblemático.	Falta de estacionamientos
PRODUCTO CIUDAD	Cintas costeras Diversos centros comerciales.	La cultura cómo eje estratégico del desarrollo de la ciudad. Relacionar la ciudad con la oferta ambiental	Museos cerrados y los que están abiertos tienen horarios inadecuados.	Infraestructuras sin terminar.
OFERTA COMPLEMENTARIA	Excelente. gastronomía, bares, museos y plazas.	Capacitación de microempresarios	Oferta insuficiente de Actividades nocturnas	No se aprovecha todas las potencialidades turísticas. Agravamiento de la segregación espacial urbana por concentración turística en el centro histórico.

Nota: Elaboración propia.

Entrevistas Aplicadas a los grupos de interés No.3

Este grupo está consciente de que hay mucho por hacer, inclusive pocos piensan que casi nada se ha hecho. Lo cierto es que se necesita más acción por parte de la administración alcaldía para incentivar a que los empresarios inviertan en sus instalaciones, consuman lo local, y se trabaje, en conjunto, en una campaña para valorar los recursos. La gran mayoría de las respuestas son negativas, ya que no se tiene una buena percepción, ni del Municipio de Panamá, ni del gobierno central, en apoyar a la empresa privada actora en el mercado turístico nacional, para desarrollar una buena gestión turística. Lo cierto es que hay más oportunidades que fortalezas, las que se deben concretar, pero no esperando todo esfuerzo por parte del Estado, sino mancomunadamente con la empresa privada, para juntos, poder desarrollar una gestión turística cada vez más sustentable. En anexos encontrará el listado de las preguntas de estas entrevistas.

Tabla 2. Análisis a las entrevistas del Cuestionario Original.

No.	Patronato Panamá La Vieja	Alcaldía	Catedrático de turismo.	Ciudades Emergentes
1	Instalaciones en óptimas condiciones. Ferias y eventos periódicamente.	Reorganización del espacio público. Bus eléctrico Señalización de los corregimientos. Intervención del mercado público.	Conseguir financiamiento. Establecer vigilancia. Eficiente circulación vehicular.	Buscar consenso entre todos los actores Participando en discusiones sobre al ordenamiento territorial.
2	Radio y televisión	Radio, televisión, vallas publicitarias. Logrando que el 65% de los ciudadanos usen transporte público. Favoreciendo al peatón para que disfrute de la ciudad.	Radio y televisión. Viajes a países que ya tienen una oferta consolidada.	Web y televisión.
3	No.	Casco Antiguo totalmente peatonal dentro de 10 años. Primera ruta de bus eléctrico en el Casco Antiguo. Gran reto el modelo de movilidad urbana. Creación de tres áreas de estacionamientos públicos en el Casco Antiguo.	El municipio es quién planifica.	Esfuerzo técnico para producir el Plan Distrital.
4	Si. La ley de incentivos al turismo.	Ellos saben que deben mejorar sus instalaciones para brindar mejor servicio.	Ley de incentivos al turismo y otros apoyos municipales.	El país es de todos y todos debemos involucrarnos.
5	Rampas para que puedan acceder.	Rampas y área especial de estacionamiento especial. Exigencia a negocios a tener áreas de estacionamientos señalizados y amplios baños para entrar en silla de ruedas.	Rampas para que puedan acceder.	Rampas y áreas de estacionamiento.
6	Desconozco. Yo trato de que los colaboradores sean del área.	Programa de capacitación para regular a trabajadores informales y que la mano de obra sea local.	Desconozco.	Desconozco. Yo trato de que los proveedores sean nacionales.

No.	Patronato Panamá La Vieja	Alcalde Capitalino 2014-2019	Catedrático turismo.	de Ciudades Emergentes
7	Tenemos letreros por todos lados, pero siempre hay gente sin cultura	Letreros por todos lados, anuncios, vallas de carretera y se brinda capacitación al respecto.	Murales por la ciudad	Es frecuente ver anuncios por la ciudad.
8	Ayudarnos todos para llevar adelante nuestros proyectos.	A la alcaldía le corresponde el programa de regeneración urbana.	desconozco	No responde
9	Siempre	Siempre desde ellas se establecen las 4D”S para la movilidad urbana sostenible	Siempre	No lo se
10	Si. Encuestas a la entrada del museo.	Foros para reunir profesionales, funcionarios, pensadores, diplomáticos, empresarios y ciudadanos que aporten a la sostenibilidad de la ciudad	No. Creen que el turismo es fiesta, no una profesión.	No responde.
*				<i>La autoridad de Turismo y el municipio</i>
*				<i>El gobierno no ha promocionado lo suficiente.</i>

Existen más respuestas favorables, consideradas como “fortalezas” que respuestas desfavorables, consideradas como “amenazas”, tal como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

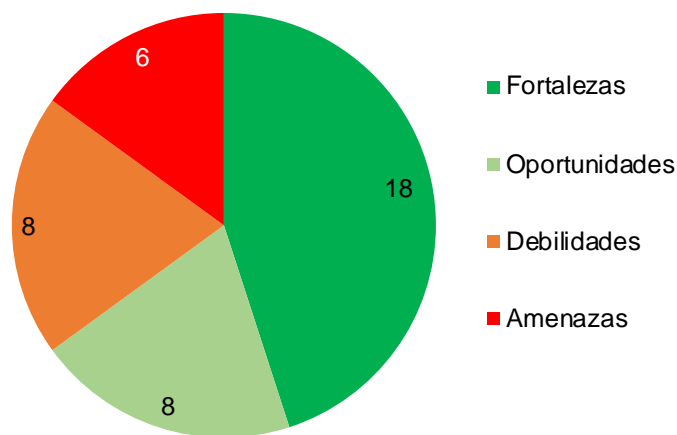


Gráfico 1. FODA entrevistas del Cuestionario Original

El entrevistado que más respuestas favorables tuvo fue el alcalde capitalino, teniendo siete de diez, lo que es lógico, porque, obviamente va a querer hablar bien de su gestión alcaldía. El entrevistado que más respuestas desfavorables tuvo fue el catedrático de la Universidad de Panamá, siendo estas tres de diez. La pregunta que más respuestas favorables tuvo fue la de si se contempla a turistas con discapacidades, siendo los cuatro entrevistados que contestaron que sí. La pregunta que más respuestas aduciendo “debilidades” tuvo, fue la de si el Municipio de Panamá incentiva a los empresarios a contar con proveedores locales, por resultado tres de cuatro entrevistados. Las respuestas consideradas como de las más desfavorables fueron solo una, en seis preguntas.

Tabla N°3. Análisis “FODA” a las respuestas de las entrevistas a representantes de los diferentes gremios turísticos en Panamá.

Empresario centro nocturno	Cámara comercio	de Apede.	Operadores De Turismo	Agencias de Viajes.
Parece que la agenda urbana no es prioridad. Nadie se refiere a la ciudad desde una visión de planificación como sociedad deseada	Ninguna.	Turismo Internacional	Intermediario entre líneas aéreas y consumidor final	Empresa accesible al cliente, funge como consultora
Conflictos en los usos de suelos. Por ende, no se articulan las ventajas geográficas del país y aprovechar su potencial.	Nuestra organización es abierta al público. Cuando hay problemas buscamos solución al acercarnos a dialogar con el gobierno.	Se ha iniciado la descentralización y eso lleva un proceso. Falta mucho por hacer. Falta innovación. La comida esta muy cara y las personas de atención no hablan ingles	Se hace, pero es costoso	No es rentable.
Han sido negativo con relación al uso e impacto de recursos naturales	El crecimiento del sector se debe a un atractivo entorno de negocios y la posición geográfica. Hay buen sistema de conectividad.	No solo el municipio, todo el país es codiciado por los extranjeros. Es lamentable que el panameño no aprecie lo que tiene.	El cliente prefiere tomar otro destino.	Cómo va a venir la gente si no lo sabe.
Existe oportunidad de desarrollo bajo una visión planificada para aprovechar el proyecto de movilidad. Pero parece estar guiado por las fuerzas del mercado e intereses particulares	Debe ampliarse la oferta en las esclusas de Miraflores y mejorar estructuras en cerro ancón y mi pueblito.	Falta personal capacitado y dispuesto a servir. Los extranjeros están aprovechando nuestra debilidad. El gobierno de escoger gente con experiencia y trayectoria para dirigir la ATP.	Si los hay, pero por los precios no son rentables para nosotros.	Se vende lo que es rentable
Se está dejando pasar la oportunidad de transformar el territorio y nuestra sociedad.	Las cintas costeras con su vista al mar, sabores del chorrillo, paseos en bicicleta. La calzada de amador con su museo. Punta culebra.	Las comunidades de Chagres que viven abandonados en medio de tanto potencial.	Muchos turistas vienen todos los años y les encanta.	Si tenemos y mucho.

Continuación.

Empresario centro nocturno	Cámara de comercio	Apede.	Operadores De Turismo	Agencias de Viajes.
Aún hay oportunidad para generar riqueza y que esta sea distribuida entre todos.	Muchos extranjeros y nacionales con lugares donde disfrutar.	No veo nada. La ciudad esta destruida y nadie lo nota. Hay problemas entre las mismas autoridades.	Es responsabilidad de la ATP.	Que tanto gobierno como empresa privada hagan lo que deben hacer.
Pudiera cristalizar este proyecto. va a articular un desarrollo territorial, Para beneficio de todos.	El problema es de mercadeo.	Aquí es sálvese quien pueda.	Tenemos servicios para satisfacer todos los gustos.	Cada panameño debe ser promotor del país.
Pondría la gente a trabajar. Se acaban las botellas Construiría una agenda de desarrollo al país desde las políticas pública.	Aunque caminen a paso lento.	La comunidad dispuesta pero no está capacitada.	Tanto el municipio como los gobiernos locales. El turismo debe pasar a ser política de estado sin banderas políticas.	El gobierno a través de la ATP. Necesitan más recursos.
		Que se una gobierno y empresa privada. Mejoren precios. Conozcamos Panamá primero.	A través de la internet porque es más barato.	Crear un verdadero Ministerio de Turismo.

Analizando el cuadro anterior, se puede observar que: Existen más respuestas desfavorables, consideradas como “debilidades” que respuestas de las más favorables, consideradas como “fortalezas”, tal como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

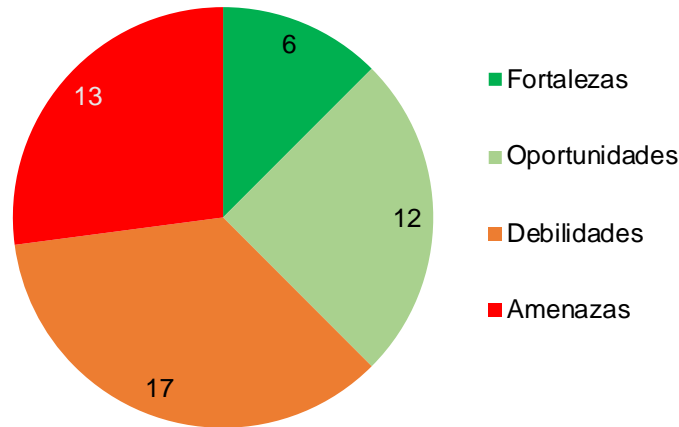


Gráfico 2. FODA a las respuestas de las entrevistas a representantes de los diferentes gremios turísticos en Panamá

El entrevistado que más respuestas de las más favorables tuvo fue el Representante del sector Turismo por la Cámara Panameña de Comercio, teniendo cuatro de nueve. El entrevistado que más respuestas negativas tuvo fue representante en la Comisión de Turismo de Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresas (APEDE), siendo estas cinco de nueve.

En relación con la observación de campo es válido aclarar que El estudio de la gestión turística municipal como impulso al desarrollo local en el mundo da inicio en 1992, con la Conferencia de Río, junto a la aplicación de sus postulados de sostenibilidad a través de la Agenda 21, y desde entonces la planificación y gestión local ha adquirido gran relevancia en el seno de la política turística. Al igual que se ha fortalecido el papel del sector privado empresarial, como copartícipe en la consecución del desarrollo turístico sostenible. Pero en el caso de Panamá, aún es una tarea pendiente.

Discusión y conclusiones

El distrito de Panamá no es el que presenta mayor potencial de desarrollo, aunque es uno de los más desarrollados en el país por albergar la ciudad capital mientras que, la actividad turística se ha materializado a través de iniciativas foráneas que se amparan en una política pública que traiciona a los pobladores; además de presentarse como una alternativa económica que, incluso, orienta un cambio estructural que evidentemente favorece al sector económico empresarial. Pese a esto se concluye que el turismo en el distrito puede fortalecerse en torno a variables de índole ambiental, cultural, económica y hasta política.

El turismo se fortalece más como un fin que como un medio de desarrollo, que, aunque traten de establecer lazos entre las grandes empresas, éstas no incorporan, por el momento, a otros actores de menor poder económico lo que nos conduce a concluir que algunos de los elementos visibles del proceso de construcción del patrimonio se da con la participación de muchos, pero con usufructo de pocos.

El sistema turístico urbano comienza a emerger sobre la base de un tejido de redes verticales que evidencian una descoordinación entre los organismos de la administración pública, que ofrecen algunas expectativas favorables en las relaciones gobierno - iniciativa privada y, comienzan a sumarse algunos sectores sociales y “organismos no gubernamentales”.

Esta investigación concluye en el primer trimestre de 2020 y la crisis global ha detenido el proceso de descentralización de la Administración Pública en tanto que, han quedado evidenciadas grandes falencias, poniendo de manifiesto la importancia de establecer un Plan de Desarrollo Turístico Urbano con participación todos los actores.

Debe quedar entendido claramente que el Plan de Desarrollo Municipal como herramienta metodológica la define el nuevo Sistema de Planificación de Desarrollo Humano, un proceso incluyente, participativo y democrático, sustentado por la Ley 66 del 2015. Mediante una ordenanza, el gobierno municipal constituye el Comité de Planeación Municipal, y con la participación de los actores locales se definen los ejes estratégicos con base en las necesidades y demandas de la población.

Como se ha podido observar, la situación del turismo en el municipio de Panamá es de escaso desarrollo, debido a dos cosas que son de vital importancia: el déficit de infraestructuras y la calidad del servicio. Sin embargo, por efecto de la descentralización, se espera que haya un cambio profundo y que el turismo pase al sitial que le corresponde como actividad fundamental para el desarrollo socioeconómico del país.

Los procesos de urbanización se aceleran cada vez más, provocando conflictos entre el desarrollo urbano, la protección del patrimonio histórico y cultural, y el descontento de la población que se siente expulsada de su territorio. Dicha protección es un problema factible de solucionarse, a partir de la explotación razonable y la aplicación de medidas rígidas como la capacidad de carga, entre otras que garanticen el desarrollo del turismo urbano con el mínimo de impactos negativos.

Las ciudades pueden ofrecer un producto específico o un conjunto de varios productos; y en el caso de la ciudad de Panamá, algunos turistas viajan exclusivamente para hacer compras, mientras que otros son atraídos por la posibilidad de consumir varios productos durante su estancia. Esto da como consecuencia que la ciudad pueda ofertar a ambos tipos de clientes, puesto que se está en capacidad de ofrecer patrimonio histórico y cultural, paisajes urbanos, edificaciones históricas, museos, galerías de arte, teatros, centros deportivos, eventos y convenciones; además de la magnífica obra arquitectónica del Canal de Panamá, entre otras atracciones. Todo esto sin mencionar las diversas facilidades desde el Aeropuerto Internacional de Tocumen, que es el centro de operaciones de las Américas, variedad de hoteles, restaurantes, establecimientos comerciales, medios de transporte, actividades de entretenimiento, casinos, discotecas, festivales y muchos otros eventos organizados.

Más allá de las importantes relaciones que se pueden establecer en torno al tema, no cabe duda de que la historia de las ciudades resulta un atractivo poderoso. Y en este aspecto, Bacci (2007) enfatiza sobre los valores e instituciones históricas, al destacar que cada vez más los turistas esperan historias que les interesen, les emocionen, quieren vivir experiencias auténticas y únicas.

Son muchos los que buscan que su viaje pueda beneficiar a las comunidades receptoras, contribuir a la conservación del patrimonio, asegurándose una operación turística de bajo impacto y participar directamente en actividades de investigación, conservación y puesta en valor del patrimonio (Miao Jang, 2009). En este sentido, la ciudad de Panamá posee innumerables instituciones históricas que son parte de nuestra herencia, y han pasado de ser un asunto de la ciudad o el país, para ser de interés de la humanidad, y estas se pueden poner en función del turismo urbano. Dichas instituciones históricas adquieren gran importancia por lo acumulado sobre la historia de cada sitio, de cada institución, la valoración de las tradiciones culturales, el rescate de las huellas perdidas de hechos anteriores, lo cultural y artístico del patrimonio edificado, que incluye a los parques, monumentos, plazas, edificaciones eclesiásticas, edificaciones públicas y privada, las que forman una lista de bienes disponibles para ser apreciados por quienes nos visitan.

Para (Nova, 2006) las ciudades históricas, la mejor opción es proteger completamente la zona histórica y desarrollar una zona moderna al mismo tiempo. En Panamá, por ejemplo, se ha desarrollado la ciudad a lo largo de la avenida Balboa, (cinta costera y casco antiguo); de esa forma, la protección y la construcción no molesta a uno o al otro, sino que tienen un beneficio mutuo. Sin embargo, falta mucho por hacer en cuanto a la protección de las zonas turísticas e históricas. Hay que terminar de reparar los edificios emblemáticos, mejorar las condiciones de vida de sus residentes y las infraestructuras civiles, no perder de vista el conservar las características tradicionales de la estructura de la zona histórica.

Urge aplicar medidas positivas y efectivas para la protección del patrimonio cultural, siendo estas:

- Establecimiento de capacidad de carga alrededor de los patrimonios culturales, logrando un control rígido para la altura de los edificios, conservando la forma del espacio original y vista de la ciudad.
- Reforzamiento del trabajo arqueológico de la vieja ciudad, y tomar a la ciudad cosmopolita como un objeto importante.
- Respetar los principios de protección patrimonial, conservar y aprovechar las características de la ciudad.

Referencias

- Asamblea Nacional. (2015). *Ley 66 de 29 de octubre de 2015*. Panamá: Gaceta Oficial Digital N°27901-A. <https://amupa.org.pa/wp-content/uploads/2019/08/Ley-66-que-reforma-Ley-37-de-2009-de-descentralización-comprimido.pdf>
- Bacci, M. E. (2007). Importancia de la gestión en el turismo urbano. FORUM UNIVERSAL DE LAS CULTURAS 2007, encuentro Internacional de Turismo, México D. F.

- Colmenarejo, R. (2014). *Fundamentos para una gestión turística sostenible de la fiesta de los patios de Córdoba*. Universidad de Córdoba. Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.
- Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4).
- INEC. (2019). *Proyecciones de la Población del País*. INEC Panamá: <https://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P5561Cuadro%2051.pdf>
- Miao Jang, E. (2009). Proyecto de gestión integrada de Turismo Urbano en la ciudad de Jinan, provincia de Shandong, China. (Tesis de Maestría), Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Santa Clara, Cuba.
- Netquest. (2019). Netquest. Una sinfonía de datos. <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra?submissionGuid=08e5c3f4-6d5c-4adb-86ca-fed02a9a8beb>
- Nova, G. (2006). Análisis y precisiones en torno al concepto de turismo urbano y determinación del tamaño muestral e instrumento de investigación para la prueba del modelo propuesto. Tesis, Facultad de Ciencias Económicas. Universitat de Valencia, Valencia.
- Pickers, S. (2015). ¿Cómo determinar el tamaño de una muestra? PSYMA: <https://www.psyoma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Reding-Bernal, A., García-García, J. A., y López, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *EL SEVIER. Investigación en Educación Médica*, 2(2), 217-224.

Anexos

1. ¿Qué hace el municipio para mejorar y promover la oferta turística?
2. ¿Cuáles son los canales de comunicación utilizados para este fin?
3. ¿Colabora el municipio en la planificación del desarrollo turístico en la ciudad?
4. ¿Se hace algo para incentivar a los empresarios a mejorar la calidad de sus instalaciones?
5. ¿Se contempla al turista con algún tipo de discapacidad?
6. ¿Se incentiva a los empresarios para que cuenten con proveedores locales?
7. ¿Se hace algún tipo de campaña acerca de la importancia de valorar y proteger los recursos del entorno?
8. ¿En su opinión cuál es la colaboración público-privada?
9. ¿Hay Consulta Ciudadana?
10. ¿Se hace investigación para conocer la satisfacción del turista?
11. ¿Si se establece un Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la ciudad quién debe ponerlo en marcha?
12. Según su criterio, ¿qué papel debe jugar el gobierno para el desarrollo del turismo?