

LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN PANAMÁ DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19

PERCEPTION OF THE domestic TOURISM IN PANAMA DURING THE COVID -19 PANDEMIC



García, Dalbis Elizabeth

 Dalbis Elizabeth García
dalbis.garcia@up.ac.pa
Universidad de Panamá,, Panamá

Societas. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas
Universidad de Panamá, Panamá
ISSN: 1560-0408
Periodicidad: Semestral
vol. 24, núm. 2, 2022
revista.societas@up.pa.ac

Recepción: 24 Enero 2022
Aprobación: 30 Marzo 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3413160018/>

Resumen: Este trabajo tiene el único propósito de conocer la opinión de los estudiantes, sus experiencias y preferencias realizando turismo interno, se pretende evaluar el panorama actual desde el punto de vista de los encuestados. En este estudio se identificarán factores que inciden directamente en la práctica del turismo interno, conoceremos las motivaciones, preferencias de hospedades, inconvenientes, etc. durante la práctica de turismo interno.

La finalidad es ofrecer información a los actores del turismo para que se elaboren e implementen estrategias que mejoren la oferta turística, también se pretende fomentar el interés por realizar estudios de turismo interno y tener un perfil del consumidor, procurando evitar la implementación de cambios en el sector desde modelos importados sin tomar en cuenta los intereses de la demanda.

Palabras clave: Pandemia, Turismo Interno, Percepción, Covid-19.

Abstract: This work has the sole purpose of knowing the opinion of the students, their experiences, and preferences in domestic tourism, it is intended to evaluate the current situation from the point of view of the respondents. In this study we will identify factors that directly affect the practice of domestic tourism, we will know the motivations, preferences of accommodations, inconveniences, etc. during the practice of domestic tourism.

The purpose is to offer information to tourism stakeholders so that they can elaborate and implement strategies to improve the tourism offer; it is also intended to promote interest in conducting domestic tourism studies and to have a consumer profile, trying to avoid the implementation of changes in the sector from imported models without considering the interests of the demand.

Keywords: Pandemic, Domestic Tourism, Perception, Covid-19.

INTRODUCCIÓN

Para muchos panameños, el interior del país es considerado un destino vacacional; un espacio para descansar en el que pueden convivir en familia y tener experiencias con la naturaleza. Es un escape de la intensa faena

impuesta por los compromisos; y estos viajes son impulsados por la búsqueda de espacios rurales que ofrezcan acceso a un estilo de vida diferente.

Estos viajes internos al pasar de los años han aumentado ya que las personas aprovechan la celebración de actividades festivas, religiosas, folclóricas, patrióticas, ferias, etc. para compartir no sólo con los miembros de la familia sino también con amigos y conocidos los cuales en su estadía participan en diversas actividades. Serralvo, comenta sobre el turismo interno que son viajes que se realizan como formas de ocio y entretenimiento capaces de recomponer la energía física y mental del individuo (2004).

A raíz de las restricciones producto de la pandemia, se hizo necesario reactivar el turismo interno como una estrategia de recuperación de este sector. La estrategia del gobierno buscaba conectar a los panameños con el ambiente natural e incentivarlos a conocer la variedad de sitios de interés que tiene Panamá. Las actividades desarrolladas en la modalidad de turismo interno ofrecen una manera saludable de reponerse de la crisis que trajo la Covid-19 ya que aportan al individuo experiencias gratas de esparcimiento, tranquilidad y contribuyen a conocer y valorar la riqueza nacional.

Las estadísticas que conocemos del turismo en Panamá son de la entrada de turistas internacionales, el turismo interno no tiene el mismo protagonismo. Para reactivar el turismo doméstico es indispensable conocer las preferencias de quienes los practican procurando un adecuado aprovechamiento no solo durante días feriados, sino que se identifiquen los sitios con fines turísticos. Conscientes de la importancia que tienen los estudios sobre la demanda interna del turismo para la confección de rutas turísticas, conocer el perfil de los visitantes, aprovechar los recursos turísticos y para la inversión financiera, este artículo tiene como objetivo analizar a través de datos estadísticos, las opiniones de un grupo de estudiantes universitarios sobre el turismo interno.

MATERIALES Y MÉTODOS

La población total está formada por 134 estudiantes del curso, para este estudio descriptivo se contó con un muestreo casual de 101 estudiantes, esta muestra fue seleccionada específicamente para este trabajo y fue calculada con un margen de error de 4.86% y un nivel de confianza de 95%. Está formada por cuatro grupos de alumnos de grado del curso de Geografía de Panamá, de las siguientes carreras: enfermería (33 estudiantes), matemática (9 estudiantes), español (23 estudiantes) y finanzas y banca (36 estudiantes), todos matriculados en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste (CRUPO).

Para recabar la información, se elaboró un cuestionario en formato electrónico y se le envió el vínculo a cada estudiante para que lo completaran. La encuesta estuvo estructurada por nueve preguntas cerradas y tres abiertas, para el análisis de los datos se utilizó la metodología cuantitativa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Caracterización de la muestra

La composición del grupo (Tabla 1) con respecto a las edades y género de los integrantes; está formado por 84 mujeres y 17 hombres, la edad principal oscila entre los 18 a 21 años con un número mayor de mujeres participantes. La edad mínima es 17 y la máxima es 58 años, la edad común es de 20 años.

Tabla 1
Características de la Muestra

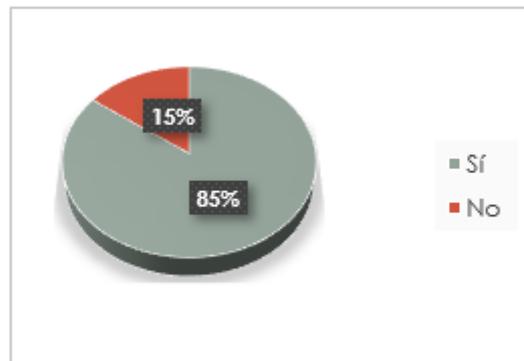
Edades	Mujeres	Hombres	Total
17 - 19	16	5	21
20 - 21	26	9	35
22 - 23	14	0	14
24 - 25	8	0	8
26 - 27	3	1	4
28 - 29	2	0	2
30 - 31	4	1	5
32 y más	11	1	12
	84	17	101

Fuente: Elaborado según los resultados obtenidos en el cuestionario.

Para este cuestionario se tomó en cuenta la pregunta ¿Ha realizado turismo interno?, del total encuestado 15 estudiantes respondieron que no, el resto respondió que sí (Figura 1). También se formuló la pregunta ¿cuáles son los inconvenientes que han encontrado durante un viaje? A esta interrogante podían responder todos los estudiantes, a partir de esta pregunta dejó de considerarse la opinión de aquellos que respondieron que no habían realizado turismo interno ya que el resto del cuestionario estaba estrechamente relacionado con las experiencias y recomendaciones de aquellos que si practicaban el turismo interno.

Las tablas al final indicarán la cantidad de estudiantes (15) que respondieron que no realizan turismo interno y se dejará vacía la casilla que indica el porcentaje que representa es decir 15%.

Figura 1



Porcentaje de participantes que ha realizado turismo interno.

A partir de los datos obtenidos en la encuesta observamos que el mayor receptor es Panamá Oeste (Tabla 2), en este mismo estudio pudimos conocer que dentro de esta provincia los sitios más visitados son: el corregimiento de Chicá (14.89%), el distrito de Chame (10.64%), el parque Nacional Altos de Campana (9.22%), las playas aledañas (7.80%) y Capira (7.09%). Lejos de Panamá Oeste se encuentra Chiriquí (12.87) como segundo destino de preferencia, seguido de Panamá (9.90 %) y Coclé (9.90 %).

En cuanto al tipo de hospedaje que prefieren cuando viajan a otras provincias están las casas privadas (40.48%), los hoteles (39.29%) y los hostales (20.24%).

Tabla 2 Principales Destinos Importar tabla

Provincia	Cantidad	%
Panamá Oeste	28	27.72
Chiriquí	13	12.87
Panamá	10	9.90
Coclé	10	9.90
Veraguas	7	6.93
Los Santos	7	6.93
Herrera	5	4.95
Colón	3	2.97
Bocas del Toro	3	2.97
Darién	0	0.00
Vacías	15	-

Fuente: Elaborado según los resultados obtenidos en el cuestionario.

En los datos que presenta la tabla 3 observamos diferentes variables que nos permiten conocer el comportamiento e intereses de los participantes. En este estudio analizaremos la variable motivación y el tipo de turismo. La variable motivación es importante estudiarla y analizarla con miras al fortalecimiento económico (Flores, 1974) y los tipos de turismo permite conocer las actividades que realizan los turistas. El estudio de las motivaciones es importante estudiarlo para comprender el comportamiento que tiene el turista (Araújo et al, 2017). Esta comprensión debe permitir enfocar la estrategia de marketing para alcanzar la competitividad. (Cordente et al).

Al analizarla (tabla 3) observamos que presenta un alto porcentaje (40.59%) en el ítem contacto con la naturaleza, muy cerca está la opción de convivir en familia (37.72%); el ítem conocimiento se aleja porcentualmente del resto de las motivaciones (4%), refiriéndose esta opción al interés de los estudiantes de viajar para adquirir nuevos conocimientos.

Las motivaciones de los turistas pueden verse influenciadas por factores sociodemográficos, por los productos del turismo y por los hábitos de consumo actual (Swarbrooke & Horner, 2002, citado en Araújo et al, 2017). El interés por la naturaleza ha aumentado ante la necesidad del ser humano de proteger los espacios verdes, y se ha convertido en una alternativa al turismo tradicional. El acercamiento a los espacios naturales ha permitido el conocimiento de los ecosistemas y el aumento de la conciencia ambiental (Donaire, 2002; Espejo, 2011; Luque, 2003; Muñoz, 2008, como se citó en Ballesteros, 2013).

En un análisis detallado de la relación entre las variables que presenta la tabla 3 y el género de los estudiantes (figura1) pudimos determinar que tanto hombres como mujeres tienen inclinaciones por los espacios naturales y el disfrute del tiempo en familia. En cuanto a la variable tipos de turismo podemos decir que está estrechamente relacionada con la motivación que tienen los viajeros. También nos revelan los datos que hay una marcada preferencia por la modalidad naturaleza. Es importante mencionar que cada motivación requiere de un estudio especializado (Flores), es este análisis solamente se ha valorado de forma general.

Tabla 3

Variable	Cantidad	Porcentaje
Residencia		
La Chorrera	65	64.36
Arraiján	22	21.78
Capira	13	12.87
Chame	1	0.99
San Carlos	0	-
Frecuencia de viajes		
Cada 3 meses	25	24.75
De 3 a 6 meses	38	37.62
De 6 a 12 meses	23	22.77
Tipo de turismo que realiza		
Naturaleza	46	45.54
Sol y playa	27	26.75
Rural	8	7.92
Cultural	4	3.96
Gastronómico	1	0.99
Vacías	15	-
Motivación		
Contacto con la naturaleza	41	40.59
Convivir en familia	38	37.72
Conocimiento	4	3.96
Otros	3	2.97
Vacías	15	-

Fuente: Elaborado según los resultados obtenidos en el cuestionario.

Principales inconvenientes de los encuestados para realizar turismo interno

Uno de los objetivos de este trabajo es conocer la percepción que tienen los estudiantes sobre el turismo interno, para esto se realizó un análisis de algunas de las respuestas, permitiéndonos agrupar aquellos que tienen características similares. Como puede observarse (figura 2) el principal inconveniente que mencionan los estudiantes es la falta de transporte en rutas internas donde se ubican los espacios naturales de preferencia, ya que la mayoría depende del servicio de transporte colectivo para visitar estos sitios. Los servicios públicos al igual que la infraestructura y los recursos turísticos son componentes del sistema turístico. Es fundamental conectar este sistema para desarrollar una oferta turística. (Debreczeni, 2003).

La falta de dinero, el mayor número de estudiantes encuestados se ubica entre las edades de 20 a 21 años edad (tabla 1), edad en la que usualmente no se cuenta con ingresos propios y en otros casos los ingresos apenas dan para cubrir los costos generados por los estudios. El factor tiempo y dinero están relacionados, por un lado, la falta de dinero limita las posibilidades de los estudiantes de realizar actividades en consecuencia optan por visitar sitios cercanos y que requieran menos organización. Ambos factores se ven representados (Tabla 2) en la elección de Panamá Oeste, como la provincia preferida para visitar; favoreciendo la distancia ya que permite ir y regresar en menor tiempo, requiere menos organización el cual es considerado un inconveniente para viajar (figura 2) ya que los sitios visitados se ubican cerca de su lugar de residencia (Tabla 3, 64.36% reside en el distrito de La Chorrera) y la inversión es menor.

Observemos que existe una estrecha relación entre el tipo de turismo realizado y la motivación que tienen los estudiantes. De los encuestados (45.54%) prefiere el turismo de naturaleza y la principal motivación de sus viajes es el contacto con la naturaleza. Encontramos también que aquellos que tienen preferencias por el turismo de sol y playa (26.75%) los motiva a viajar el compartir en familia. Estos resultados también están

relacionados con el principal inconveniente que manifiestan los estudiantes (figura 2), la falta de transporte es decir que no tienen vehículo propio, considerando que tienen preferencias por lugares naturales, y que en nuestro país son de difícil acceso, comprendemos que no poseer un auto propio obliga a depender de terceros para el itinerario, podemos también relacionar este mismo inconveniente con el interés de los encuestados de compartir tiempo en familia. Esto confirma que los viajeros eligen sus destinos según el acompañante (La Mondia et al 2009, citado en Bermúdez et al, 2016).

El mal estado de las vías fue un factor que muchos de los encuestados consideran un importante inconveniente a la hora de viajar, es una fuerte debilidad del turismo interno, algunos de los encuestados comentó que muchas veces se limitan a disfrutar de más tiempo del lugar visitado y de las actividades ya que deben regresar muchos antes del tiempo que corresponde la estadía por el mal estado de las vías de penetración y deben hacer el recorrido con cuidado y evitando viajar de noche, los que poseen autos propios comentan que estos no tienen las condiciones para recorrer estas vías y por esta razón evitan visitar estos lugares.

La falta de guías turísticos (Según el sitio web de la Autoridad del Turismo hay 592 guías turísticos registrados, ubicados a nivel nacional) sin embargo para los encuestados este ítem es considerado un inconveniente para realizar turismo interno, muchos de los sitios naturales en nuestro país requieren del acompañamiento de un guía. Un guía es la persona que encamina, dirige la ruta, explica las características más relevantes del recorrido, proporcionando información del lugar (Barrutia, 2017). Los guías turísticos son agentes productivos que tienen conocimiento de la historia, del patrimonio cultural y natural (Zárraga et al, 2021). Estos pueden desempeñarse como guías independientes o estar vinculados a agencias turísticas fortaleciendo de esta manera la imagen corporativa a través de elementos distintivos de los guías generando confianza al visitante (Zárraga & Corona, 2010 citado en Zárraga et al, 2021).

Siendo esto un problema que se presenta a nivel nacional, revisaremos la función del guía turístico con el interés de comprender la importancia que este tiene durante el recorrido de un sitio. La principal función de un guía es asesorar y orientar al turista cuando este lo requiera. En el Código N.º 13809 de Estandarizaciones del Comité Europeo (CEN) y adoptado por la WFTGA, Federación Mundial de Asociaciones de Guías Turísticos, en su Convención de Dunblane, Scotland en el año 2003, resume al Guía Turístico como:

Una persona quien guía o lidera en el idioma elegible de los visitantes e interpreta la cultura y herencia natural de un lugar, las cuales normalmente poseen en un área específica de calificación, usualmente emitida y/o reconocida por la autoridad competente.

El guía es una persona que posee capacidad de liderazgo, cuando atiende un recorrido guiado este debe ser respetuoso, cordial, proporcionar al turista la información básica para que el viaje sea de acuerdo con sus expectativas y garantizar la seguridad de cada uno de los visitantes (Barrero, 2010).

Los estudiantes mencionan que en muchas ocasiones visitan un sitio, pero la tarifa del guía es muy alta y prefieren hacer el recorrido solos, en otros casos el guía que los acompaña es solamente la persona que va adelante del grupo, nos les da información del lugar, tampoco maneja itinerario ni muchos menos las coordinaciones de circuitos y al momento de hacer preguntas no saben si están recibiendo información real.

Aunado a esta situación está el inconveniente que muchos de los sitios no cuentan con señalizaciones. La señalización es un símbolo palabra o demarcación vertical u horizontal sobre el sendero o ruta turística que sirve para orientar, guiar, advierte de riesgos, protege la vida del turista, de los animales y ofrece al visitante información y orientación clara sobre la red vial (Chávez, 2011).

Los estudiantes afirman que la falta de servicios públicos es otro inconveniente, en una futura línea de investigación convendría analizar la capacidad de la infraestructura que posee el país para responder a las temporadas altas de turismo. Es importante considerar estos aspectos negativos para desarrollar una actividad turística planificada con un desarrollo organizado de las actividades y que la calidad de vida de las comunidades receptoras no se vea afectado producto del detrimento de los servicios públicos (Tobar, 2009).

Figura 2

Principales inconvenientes para realizar turismo interno

Recomendaciones de los encuestados para mejorar el turismo interno

En adelante se analizarán algunas de las recomendaciones más mencionadas por los estudiantes para mejorar el turismo interno (Tabla 4)

1. Promoción de los sitios turísticos

Nos resulta familiar la frase “vivir o experimentar experiencias” (Ahlfert, 2012); viajar debe suponer una historia que contar y muchos de los lugares visitados serán inolvidables por las vivencias que en este ocurrieron. De acuerdo con las vivencias que los estudiantes han tenido realizando turismo interno, estos han dado sus recomendaciones para mejorar las experiencias de ellos y de otros visitantes a los sitios turísticos. En Panamá, hay mucho por hacer si de turismo se habla, no solamente debe ser prioridad trabajar en aquellos sitios exportados como destinos turísticos sino también en aquellos que son las opciones de turismo para el visitante nacional, mejorar las condiciones de estos lugares ayudará a valorar el patrimonio del país.

La recomendación más frecuente que hicieron los estudiantes fue que se haga más promoción de los sitios turísticos. La promoción turística son aquellas actividades que se desarrollan con la finalidad de dar a conocer los atributos que tiene un lugar e intentar persuadir al consumidor de que la oferta satisfará las necesidades de la demanda (Ejarque (2005, citado por Castillo et al 2015). La promoción implica ofrecerle al consumidor información de los atractivos turísticos y de la infraestructura del lugar que se promociona y lo que lo hace diferente a la competencia, inspirando confianza y credibilidad en el consumidor (Castillo et al 2015).

2. Más seguridad turística

En cuanto a la seguridad turística es importante considerar la información que se le ofrece al turista antes y durante su visita, la presencia de guías debe ser un requisito para cualquier visitante que ingrese al sitio turístico ya que la experiencia es mucho más enriquecedora si se hace el recorrido con personas experimentadas que puedan atender las necesidades de los visitantes, los conocimientos que tienen los guías permite que el visitante conozca y aprenda de manera personalizada sobre el sitio visitado (Zárraga et al, 2021). En las anécdotas de los estudiantes estos cuentan que lo que debió ser un viaje para distraerse y relajarse se convirtió en una desagradable experiencia ya que algunos se extraviaron intentando llegar al lugar turístico, otros se desorientaron dentro de los senderos ya que no tenían señalización, no tenían a quien preguntarle sobre la presencia de animales peligrosos, la venta de artesanías, la ubicación restaurantes y para muchos fue decepcionante encontrar un sitio muy distinto al que se promocionaba en la web (publicidad engañosa figura 2).

3. Mantenimiento de las infraestructuras

En 2004 se realizó un estudio denominado “Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos en áreas protegidas” este artículo señalaba que en Panamá solamente están dotados de infraestructura los parques nacionales, y que la infraestructura es escasa en comparación con los países vecinos (México y América Central), concluye en que Panamá no estaba preparada para el turismo (Nel, 2004). Dieciocho años después se mantiene esta realidad, como lo muestra la tabla 4, el mantenimiento de las infraestructuras es una recomendación de los encuestados, según sus experiencias muchos de los lugares visitados no tienen alojamiento, no cuentan con baños y no hay coordinación con el sistema de transporte, mencionan también, que, aunque sea hermoso el sitio visitado estas situaciones afectan su experiencia, como lo expone Nel en su estudio, una adecuada infraestructura mejora la oferta turística (2004).

4. Más protección a la naturaleza

La protección de la naturaleza se ha convertido en una preocupación cuando se habla de turismo, en este sentido toma un rol importante el turismo sostenible que la Organización Mundial de Turismo, lo define como el turismo que satisface las necesidades actuales de los turistas y de las comunidades receptoras y al mismo tiempo protege el entorno para que se disfrute en el futuro (1998, citado por Jiménez, 2006). Lo encuestados mencionan que les resulta preocupante visitar lugares y encontrar la basura en los ríos, en senderos y no se escapan los lugares por más distantes que se encuentren de las urbes, esta situación puede relacionarse con la ausencia de guías turísticos.

Tabla 4

Recomendaciones	Porcentajes
Más promoción de los sitios turísticos	19.42
Más seguridad turística	16.50
Mantenimiento de las infraestructuras	14.56
Más protección de la naturaleza	13.59
Mejorar la atención al visitante nacional	12.62
Bajar las tarifas	9.71
Mejorar las vías de acceso	5.83
Mejorar la oferta turística	4.85
Mayor inversión del gobierno	2.91

Fuente: Elaborado según los resultados obtenidos en el cuestionario.

CONCLUSIONES

Algunas de las publicaciones sobre turismo interno en Panamá, sostienen que no hay registros del tipo de turismo que desarrolla el panameño (Condo et al, 2001). Sin embargo, en estos estudios hay coincidencias respecto a que los panameños acostumbran a desplazarse hacia el interior del país en Semana Santa y durante los carnavales (Segura et al, 1998).

Es usual que los medios de comunicación durante las festividades religiosas y culturales nacionales presenten datos generales del desplazamiento de personas hacia el interior, por ejemplo: en fiestas patrias de 2021 se trasladaron 52,000 vehículos hacia el interior (TVN, 2021), para las fechas correspondientes a los carnavales 2022 se movilizaron 111, 000 vehículos hacia el interior del país (Cedeño, 2022), aunque conocemos sobre el desplazamiento de las personas, se pierde información sobre el destino específico y las actividades que estos realizan durante su estadía. En la página de la Autoridad del Turismo (www.atp.gob.pa), se encuentran estadísticas generales sobre la llegada de visitantes internacionales, de los gastos turísticos y de la ocupación hotelera, pero no hay información precisa sobre los viajes internos por lo tanto se desconoce el perfil del turista local.

Es fundamental conocer el comportamiento del turismo interno y el impacto que este tiene en las comunidades locales para integrarlas como miembros activos en el diseño de proyectos turísticos, en este punto juega un rol indispensable la planificación turística, la participación del gobierno, del sector privado y la articulación de las actividades turísticas. De acuerdo con Tovar (2009) el turismo es una estrategia de desarrollo económico, por lo tanto, puede ser un elemento impulsador de las poblaciones locales, porque sus actividades propician la participación ciudadana, la educación, la capacitación, el fomento a la cultura entre otros.

Como consecuencia de la pandemia del Covid-19, el gobierno diseñó acciones para enfrentarla, incentivando el turismo interno con el Plan Estratégico Post Covid 19, puesto en marcha desde mediados de 2020 hasta el 2021, siendo el principal objetivo de este plan estimular la demanda de turismo interno y que los panameños conozcan y valoren su territorio y los recursos naturales y culturales que poseen (De León, 2020). No cabe duda de que ante las restricciones de viajes fue indispensable desarrollar medidas para reactivar el turismo interno permitiendo mantener la actividad turística en tiempos de baja actividad turística internacional.

El turismo interno no debe ser una alternativa implementada en momentos de crisis, debe ser una prioridad para los gobiernos como una actividad económica para mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

Debe ofrecer a los viajeros espacios dignos para disfrutar las vacaciones fortaleciendo la identidad nacional, ganando experiencias, mejorando la arraigada cultura de servicios, el trabajo de campo y fomentando el sentido de pertenencia a su terruño. Resultará una difícil tarea ajustar los planes de gobierno a la realidad si se desconocen: estadísticas actuales del comportamiento del turista que incluya sus preferencias, sugerencias y la capacidad que tiene la infraestructura actual para soportar la demanda turística.

A la mayoría de los encuestados le interesa el turismo interno, y desde esta realidad este tipo de estudio busca generar conciencia, sentido de pertenencia, que se conozca y se tome en cuenta la opinión de los panameños que son los que en principio deben proteger, conservar y disfrutar el patrimonio nacional, y en la medida en que se atiendan las necesidades que tiene el sector se podrán ofrecer experiencias para los panameños y el país estará preparado para vender un turismo internacional.

Este no es el primer estudio que trata la temática del turismo y los anteriores resultados apuntan a que Panamá tiene las condiciones para ofrecer un servicio de calidad al turista, pero que tiene un gran desafío: atender las necesidades de los turistas para ofrecer una oferta de calidad. Una vez analizamos las opiniones de los estudiantes comparamos los resultados con trabajos anteriores y lamentablemente el panorama no ha variado ya que hace veintiún años atrás existían las mismas debilidades que tiene el sector turístico hoy.

Por otro lado, estos estudios dejan de manifiesto que viajar es para los estudiantes una manera de disfrutar del tiempo libre y les permite alejarse de las rutinas diarias y cualquiera que sea el lugar elegido es importante la calidad de la oferta, la seguridad turística y aunque la relación de género nos indica que el porcentaje de mujeres es más alto para este estudio, los hombres en esta encuesta tienen los mismos intereses cuando optan por vacacionar. También debe considerarse que la motivación que tienen las personas es importante al momento de planificar la oferta, es imprescindible estudiar las características de la demanda para enfocar la oferta turística correctamente.

Este tipo de estudios ayudan a conocer la percepción que tiene el visitante de los lugares turísticos y será de gran ayuda para la toma de decisiones. Un viaje placentero inicia desde la disponibilidad de la información del sitio turístico hasta el feliz retorno a casa, pasando por el acceso a la información, las tarifas accesibles, las rutas eficientes de transporte, la oferta y la capacidad del sitio para atenderla; la interrupción en esta cadena de servicios afectará la experiencia.

Los resultados de esta encuesta nos dejan claro que no hay conexión en los diferentes servicios, en este punto es indispensable discutir el rol que tiene los actores involucrados: el gobierno, las empresas, los guías, el sistema de transporte y las comunidades receptoras. Se sugiere a las entidades gubernamentales invertir en investigaciones para enfocar las estrategias en función de las necesidades reales del sector. Es importante que Panamá se interese por las normativas del sector turístico (ISO), con el fin de gestionar servicios en destinos turísticos competitivos.

Finalmente concluimos en que no hay una adecuada promoción turística interna, y esta debe impulsarse juntamente con políticas serias de protección de los recursos naturales y culturales que ofrecen los sitios turísticos; las comunidades receptoras jugarán un papel fundamental no solo porque ofrece los servicios que requiere el turista (alimentación y hospedaje), sino porque debe estar involucrada en la planificación y gestión del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahlfert, c. (2014). El viaje como experiencia. Recuperado de: <https://recercat.cat//handle/2072/375992>
- Araújo, g. & de Sevilha, m. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 64. [fecha de consulta 12 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>
- Autoridad del Turismo de Panamá. Guías de turismo. Recuperado de: <https://www.atp.gob.pa/industrias/guias-de-turismo/>

- Ballesteros, P. G. A. (2014). El turismo de naturaleza en espacios naturales. El caso del parque regional de las salinas y arenales de san pedro del pinatar. Cuadernos de turismo, (34), 33–51. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203011>
- Barrero, S. (2010). Manual de guías de turismo y operación turística. Tipos de guías y funciones principales. Escuela superior politécnica de Chimborazo. Página 11. Recuperado de: [manual de guías y operación turística.pdf](#)
- Barrutia Montoya, N. R. (2017). Análisis de la satisfacción del turista y de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo. Página 33. Recuperado de: [barrutia_mnr.pdf](#)
- Bermúdez-Tirado, S., Ramírez-Hoyos, m. Y Jaramillo-Arias, A. (2016). Preferencias en el uso del tiempo libre de los estudiantes universitarios con enfoque en el sector turismo. Revista cea, 2(4), 79-88. Recuperado de: [ssrn-id3519572.pdf](#)
- Cardona, José Ramón (2014). Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: el caso de Ibiza. Revista brasileira de pesquisa em turismo, 8(1),3-22. [fecha de consulta 12 de marzo de 2022]. Issn:0327-5841. Páginas 9 -10. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504151938002>
- Cedeño, J. (28 de febrero de 2022). Viajaron hacia el interior del país 111 mil autos por los carnavales. El siglo. Recuperado de: <http://elsiglo.com.pa/panama/viajaron-hacia-interior-pais-111-autos-carnavales/24195085>
- Cordente, M. Mondéjar, j. Águeda, E. (s/f). Motivaciones del turista, cambios de paradigma. Páginas 5-6 recuperado de: <https://www.fue.uji.es/.../docs/jornadas/15turismo/motivaciones>
- Chávez, l. (2011). La señalización turística y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo de la comunidad de chinchín parroquia de rio verde en el cantón baños de agua santa. [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato] recuperado de: [tma_2013_1011.pdf](#)
- Debreczeni, E. (2003). Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural. Portal Iberoamericano de gestión cultural,1- 10. Recuperado de: [1_1316770834_edebreczenit_gestionturistica.pdf](#)
- De León, m. (2020). Plan post covid-19 para reactivar el turismo nacional. Enlace empresarial. Recuperado de: <https://www.enlaceempresarialcciap.com/plan-post-covid-19-para-reactivar-el-turismo-nacional/>
- Flores, m. (1974), Las motivaciones turísticas. Revista Scielo, n°43, páginas 66, 97, 101. recuperado de: [42135\(1\).pdf](#)
- Guzmán, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del ecuador, revista Turydes: turismo y desarrollo, n. 17 (diciembre 2014). Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turedes/17/turismo-interno.html>
- Herrera, C. M. (2012). Protección de la naturaleza y turismo en la revolución cubana de 1959: el caso de la ciénaga de zapata. Historia ambiental latinoamericana y caribeña (Halac) revista de la Solcha, 1(2), 193-217. Recuperado de: <https://www.halacsolcha.org/index.php/halac/article/view/152/147>
- Jiménez, c. (2006). Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada. El periplo sustentable, pág. 8. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19342067900>
- Nel, m. (2004). Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos en áreas protegidas: el caso México y américa central. Estudios y perspectivas en turismo, 13(3), 356. evaluación de la infraestructura y servicios turísticos.pdf
- Redacción de TVN noticias. (3 de noviembre de 2021). Inversión de carriles, tranques y precaución: ¿cuántos vehículos se han trasladado hacia el interior? TVN noticias recuperado de: https://www.tvn-2.com/nacionales/mil-vehiculos-trasladado-interior-video_0_5982151766.html
- Segura, g. & Inman, c. (1998). Turismo en panamá: el reto de la competitividad. Recuperado de <http://elsiglo.com.pa/panama/viajaron-hacia-interior-pais-111-autos-carnavales/24195085> el turismo en panam%e1.pdf
- Serralvo, f. A. (2004). Factores de influencia en el comportamiento del turista interno. Turismo, ocio y deporte: VIII congreso de sociología, pág. 187. Recuperado de: [cc-76 art 11.pdf](#)
- Tovar, l. S. (2009). Turismo y comunidad receptora. Un estudio en la costa venezolana. Fermentum. Revista venezolana de sociología y antropología, 19(54), 79-101. Recuperado de: [70513208006.pdf](#)

DALBIS ELIZABETH GARCÍA. LA PERCEPCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN PANAMÁ DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-...

Zárraga, I., Jiménez, M., Molina, M., Corona, E. El papel del guía de turistas en la apreciación de los territorios. Páginas 107, 108, 121. recuperado de: [21529078 - regions and cohesion] el papel del guía de turistas en la apreciación de los territorios.pdf