

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
(UCI)

ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA ACTUALIDAD EN  
PANAMÁ Y UNA VALORACIÓN DEL CASO DE LA POSADA MEDIA LUNA



ELISA LASSO FALCÓN

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL  
TURISMO SOSTENIBLE

SAN JOSÉ, COSTA RICA

NOVIEMBRE, 2022

## **HOJA DE APROBACIÓN**

Este proyecto final de graduación fue aprobado por la Universidad para la Cooperación Internacional como requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

---

Laura Arguedas  
PROFESORA TUTOR

---

Damaris Cháves Garita  
LECTORA No.1

---

Karol Casasola  
LECTORA No.2

---

Elisa Lasso  
SUSTENTANTE

## **DEDICATORIA**

Para mis padres Erika Falcón y Edgardo Lasso, por creer en mí siempre, impulsarme a ser mejor día a día y no permitirme aflojar. Les dedico este proyecto final de graduación como agradecimiento por enseñarme a que la mejor vía para crecer es la educación y el trabajo arduo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero comenzar agradeciendo a Dios, por darme la oportunidad de realizar mi proyecto final de graduación, la perseverancia para terminarlo y ponerme a personas indicadas en el camino que me ayudaron a completarla.

A la profesora Laura Arguedas, tutora del proyecto, por todo su apoyo, disposición y entrega. Por escuchar mis ideas y saber guiarme para obtener el mayor provecho de las mismas.

A mis abuelas Emma y Yola y a mi madrina Elda por su apoyo incondicional.

## ÍNDICE

HOJA DE APROBACIÓN .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO .....	ix
1. INTRODUCCION .....	11
1.1. Antecedentes .....	11
1.2. Problemática.....	13
1.3. Justificación del problema .....	14
1.4. Restricciones.....	14
1.5. Objetivo general .....	14
1.6. Objetivos específicos.....	15
2. MARCO TEORICO .....	16
2.1. Marco referencial o institucional .....	16
2.2. El Turismo Alternativo .....	21
2.3. Turismo rural comunitario.....	25
2.4. Situación del turismo rural comunitario en México y Costa Rica .....	28
3. MARCO METODOLÓGICO.....	36
3.1. Fuentes de información .....	36
3.2. Técnicas de Investigación .....	37
3.3. Método de Investigación.....	40
4. DESARROLLO.....	41
4.1. Turismo rural comunitario en Panamá.....	41
4.2. Comparación del turismo rural comunitario en México y Costa Rica...	50
4.3. Entrevistas actores Comunitarios OMUB .....	52
5. CONCLUSIONES .....	62
RECOMENDACIONES .....	64
BIBLIOGRAFÍA .....	66
ANEXOS .....	68
Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN.....	68
Anexo 2: Cronograma de trabajo.....	72
Anexo 3: Respuesta de la encuesta realizada a Tour-operadora, agencias de viaje y plataformas turísticas en Panamá .....	73
Anexo 4: Ley 188 del 4 de diciembre del 2020, que crea la comarca Naso TjërDi .....	79
Anexo 5: La ley No. 290 del 24 de marzo de 2022, Que declara prioridad nacional el fomento y desarrollo del turismo indígena sostenible y dicta otras disposiciones. ....	82
Anexo 6: Encuesta realizada .....	86
Anexo 7: Fotos.....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Mapa de la Comarca Naso Tjër-Di</i> .....	11
Figura 2 Letrero de bienvenida en la Posada Media Luna .....	12
Figura 3 Rey Reynaldo Santana .....	16
Figura 4 Mapa del Turismo Alternativo.....	22
Figura 5 Página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario en México .....	30
Figura 6 Ejemplo de oferta de TRC en México.....	30
Figura 7 Página web de Sky Scanner .....	31
Figura 8 Ejemplo de oferta de TRC en México.....	31
Figura 9 Página web de Esencial.....	33
Figura 10 Ejemplo de la oferta de TRC en Costa Rica.....	34
Figura 11 Página web del Gobierno Local Osa .....	34
Figura 12 Oferta de TRC en OSA .....	35
Figura 13 Mapa de Comunidades de PACTO .....	43
Figura 14 Sra. Isabel, fundadora de OMUB .....	53
Figura 15 Proyecto de la OMUB con ACICAFOC .....	54
Figura 16 Socias de OMUB.....	56
Figura 17 Proyecto de huertos junto con PPD durante la pandemia.....	56
Figura 18 Reunión de la comunidad en el restaurante de la Posada Media Luna	58
Figura 19 Cuenta de Instagram de la Posada Media Luna .....	60
Figura 20 Página web de la Posada Media Luna .....	60
Figura 21 Cuenta de Facebook de la Posada Media Luna .....	61
Figura 22 Logo de la Posada Media Luna.....	88
Figura 23 Entrevista virtual a Juan Jiménez y Nilka Sánchez .....	88
Figura 24 Tienda comunitaria, Comarca Naso Tjër-Di .....	89
Figura 25 Puerto en el Río Tjër-Di (Teribe) .....	89
Figura 26 Río Tjër-Di, Comarca Naso .....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Productos y servicios ofrecidos por la Posada Media Luna .....	20
Tabla 2 Problemáticas de las empresas de turismo rural comunitario .....	28
Tabla 3 Comunidades proyecto PACTO .....	42
Tabla 4 <i>Fortalezas y Debilidades del TRC en Panamá</i> .....	43
Tabla 5 Tour-operadoras y agencias de viaje de Panamá .....	45
Tabla 6 Cuadro comparativo del TRC en México y Costa Rica.....	50
Tabla 7 Entrevistados de OMUB .....	52
Tabla 8 ¿Cuántos años tiene la empresa vendiendo turismo rural comunitario? ..	73
Tabla 9 El turismo rural comunitario lo vende a.....	74
Tabla 10 País de procedencia (País de procedencia de la mayoría de sus clientes que compran TRC).....	74
Tabla 11 ¿Cómo viajan? .....	75
Tabla 12 Su cliente suele ser en su mayoría (género) .....	75
Tabla 13 <i>Su cliente suele ser en su mayoría (grupo etario)</i> .....	76
Tabla 14 ¿Cuáles aspectos o características del turismo rural considera usted son los mayores atractivos para el turista? .....	76
Tabla 15 El turista que selecciona turismo rural en su mayoría tienen escolaridad	77
Tabla 16 Otros rasgos del perfil del cliente que considere importante .....	77
Tabla 17 ¿Cuáles considera usted sean oportunidades de mejora para el turismo rural comunitario en Panamá? .....	78

## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

Abreviatura	Significado
ACICAFOC	Asociación Coordinadora Indígena y Campesina de Agroforestería Comunitaria Centroamericana
APTSO	Fundación Panameña de Turismo Sostenible
APTC	Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario
ATP	Autoridad de Turismo de Panamá
FMAM	Fondo para el Medio Ambiente Mundial
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Japón
NATURA	Fundación para la Conservación de los Recursos Naturales
OBC	Organización de Base Comunitaria
OMT	Organización Mundial del Turismo
OMUB	Organización de Mujeres Unidas de Bonllik
PACTO	Alianza Panameña para el Turismo Comunitario
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PPD	Programa de Pequeñas Donaciones
PROAGROTUR	Proyecto de Fortalecimiento del Desarrollo Rural por medio del Agroturismo
ReD SOSTUR	Red Sostenible de Turismo Rural de Panamá
TRC	Turismo rural comunitario
Fundación UNAM	Fundación de la Universidad Nacional Autónoma de México
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, por sus siglas en inglés
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza, por sus siglas en inglés



## RESUMEN EJECUTIVO

El turismo rural comunitario ha crecido en los últimos 20 años en Panamá, han nacido nuevos proyectos impulsados principalmente por organismos de Cooperación Internacional. Uno de los proyectos de turismo rural comunitario que ha contado con mayor crecimiento es la Posada Media Luna, administrada por la Organización de Mujeres Unidas de Bonllik (OMUB).

La posada se encuentra ubicada en la Comarca Naso Tjër-Di, provincia de Bocas del Toro, República de Panamá, la misma es operada por la OMUB, quien cuenta con 12 años trabajando en el desarrollo del turismo en la comunidad, ofreciendo servicio de hospedaje, alimentación y actividades socioculturales. Estos servicios son propagados por los canales de promoción con los que cuentan: página web, Instagram y Facebook. Pero a pesar del proceso llevado y los recursos con los que cuentan, la Posada Media Luna no ha logrado alcanzar la sostenibilidad.

En consecuencia, el objetivo de la presente investigación consiste en analizar el turismo rural comunitario en la actualidad panameña, para que sea una herramienta que ayude a identificar las debilidades que cuenta la organización OMUB, en la operación de la Posada Media Luna, que no han podido atacar durante este tiempo e identificar posibles soluciones.

Como herramienta de investigación, se utilizarán fuentes secundarias, entre ellas libros, informes, artículos, legislaciones relacionadas al turismo rural comunitario y como fuentes primarias entrevistas a miembros de la Posada Media Luna y una encuesta a los turoperadores y agencias de viajes que realizan turismo rural comunitario en Panamá.

En la búsqueda para resolver esta interrogante se logró identificar que el Turismo Rural Comunitario (TRC) en Panamá no cuenta con una estructura formal que fortalezca el desarrollo del mismo y que la Posada Media Luna no ha logrado su sostenibilidad. Reconociendo que uno de los grandes problemas es que en determinadas ocasiones les cuesta trabajar en equipo, ya que muchas veces el conflicto interno, el poder y los intereses personales no las deja avanzar. Y por otro lado no ha logrado comercializar sus productos con los turoperadores y agencias de viaje nacionales.

Entre las causas por la cual la posada no ha logrado obtener una alianza con el sector privado se encuentra el poco interés de las agencias de viaje y turoperadores grandes en Panamá para trabajar en TRC y la falta de conocimientos de plataformas internacionales que apoyan el turismo rural comunitario, sin la necesidad de contar con un intermediario.

La suma de estas y otras causas ha ocasionado que a pesar de que la Posada Media Luna tenga más de 10 años trabajando en turismo, no han logrado el sostenimiento financiero de su empresa. Por esto es necesario que la organización comience a establecer vínculos para lograr alianzas de comercialización con las empresas privadas. También deben fortalecer su unidad y trabajo en equipo, corriendo los riesgos y buscando siempre lo mejor para la posada.

# 1. INTRODUCCION

## 1.1. Antecedentes

La Posada Media Luna es una microempresa gestionada por la Organización de Mujeres de Unidas de Bonllik (OMUB), organización de base comunitaria (OBC), ubicada en la comunidad de Bonllik, Comarca Naso, provincia de Bocas del Toro, República de Panamá.

En la figura 1 podemos observar un mapa del año 2019, que enmarca como estaría delimitado el territorio de la comarca Naso Tjër-Di, teniendo como frontera la provincia de Bocas del Toro, en Panamá y la República de Costa Rica.

**Figura 1**

*Mapa de la Comarca Naso Tjër-Di*



Infografía LP - Fuente: Centro de Incidencia Ambiental (CIAM)

*Nota.* Adaptado de Ubicación y Territorio propuesto [Infografía], por Centro de Incidencia Ambiental (CIAM), 2019, La Prensa ([https://www.prensa.com/imprensa/panorama/Nasos-dispuestos-CIDH-Corte-creacion\\_0\\_5274972527.html](https://www.prensa.com/imprensa/panorama/Nasos-dispuestos-CIDH-Corte-creacion_0_5274972527.html)).

La Organización de Mujeres de Unidas de Bonllik inició en el año 2004, y buscaba dar solución a los problemas de nutrición y alimentación que enfrentaban algunos niños y niñas que asistían a la escuela de la comunidad, mediante la creación de un huerto escolar.

La OMUB ha tenido un proceso de transformación y crecimiento, en el cual ha contado con la ayuda de diferentes organizaciones como la Asociación Coordinadora Indígena y Campesina de Agro-forestería Comunitaria Centroamericana (ACICAFOC) y el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM), bajo el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Fue así como en el 2010 la OMUB logró conseguir un financiamiento a través del Proyecto Binacional de cooperación entre Panamá y Costa Rica para la construcción de una posada turística, la cual nombraron Posada Media Luna. Además, cuentan con un huerto comunitario en el que siembran: pepino, cacao, lechuga, plátano, tomate, culantro y ñame, entre otros cultivos tradicionales.

Los servicios que ofrece la OMUB son: alojamiento, alimentación, excursiones guiadas, experiencias de aprendizaje etnobotánicas y procesos de cultivos del cacao. En la figura 2 se ve el letrero de Bienvenida con el que cuentan actualmente, colocado en las ventanas del restaurante comunitario, que forma parte de La Posada.

**Figura 2**

*Letrero de bienvenida en la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de Letrero de bienvenida en la Posada Media Luna [Fotografía], por Elisa Lasso, 2022.

## **1.2. Problemática.**

En estos últimos 12 años la Organización de Mujeres Unidas de Bonllik ha impulsado el turismo en su comunidad, principalmente ofreciendo hospedaje y alimentación a los turistas, siendo este su principal fuente ingreso junto con los servicios de alimentación.

Enfocándose en esta realidad, la Organización de Mujeres Unidas de Bonllik ha hecho varios cambios, entre ellos está la mejora de las actividades que ofrecen a sus visitantes a través de la creación de alianzas con comunidades aledañas y la creación y mejora de las experiencias que ellos mismos ejecutan y ofrecen a sus visitantes.

Estos servicios son promocionados a través de los canales de promoción con los que cuenta: página web, Instagram y Facebook, pero los mismos no cuentan con una buena.

A pesar de los cambios realizados en sus servicios la posada y la promoción realizada en sus redes sociales, no ha logrado contar con los ingresos necesarios para contar con una estabilidad financiera.

Es por eso que se busca hacer un análisis, en su mayor parte, comparativo para identificar las oportunidades de mejora, propiciando el mejoramiento del producto turístico y el empoderamiento de la organización.

### **1.3. Justificación del problema**

La Organización de Mujeres Unidas de Bonllik, quienes operan la Posada Media Luna, ha querido utilizar el turismo, como herramienta para el desarrollo de las socias de la organización y el desarrollo comunitario, pero hasta el momento no lo han logrado.

Es por lo anterior que el análisis comparativo de la realidad turística de Panamá con casos de México y Costa Rica, será una herramienta que ayude a determinar las debilidades y aciertos que han contado dichos países para que de esta manera se logren identificar con mayor facilidad las fallas con las que cuenta la Posada Media Luna que no han podido solventar y poder brindarles recomendaciones tomando como referencia la realidad del turismo comunitario y de las organizaciones con base comunitario en otros países.

### **1.4. Restricciones**

- Poca conectividad de internet en la comunidad. Esto puede dificultar el encuentro virtual con la comunidad para la realización de entrevistas, encuestas y recolección de información.
- Pocos datos estadísticos de turismo de la comunidad de Bonllik.

### **1.5. Objetivo general**

- Analizar el turismo rural comunitario en la actualidad panameña y una valoración del caso La Posada Media Luna con el fin de que obtengan recomendaciones útiles y concretas para la mejor operación de la posada.

## 1.6. Objetivos específicos

- Describir el producto actual del turismo rural comunitario en Panamá para la identificación de fortalezas y debilidades, aplicando una investigación cuantitativa para la obtención de información actualizada y veraz, utilizando fuentes secundarias y primarias como encuestas.
- Lograr una referencia del turismo rural comunitario mediante la recabación de información veraz de casos actuales de México y Costa Rica, utilizando artículos, plataformas digitales e investigaciones para la realización de un análisis comparativo.
- Definir la situación de la oferta en La Posada Media Luna por medio del análisis de la información obtenida de entrevistas a los miembros, y determinando a través de esto posibilidades de mejoras.
- Determinar recomendaciones útiles y concretas para la mejora de la operación de La Posada Media Luna, a través del análisis realizado de la información recolectada de los casos de México y Costa Rica, encuesta realizada a turoperadores, agencia de viaje y plataformas turísticas de Panamá y entrevistas a socios de la OMUB.

## 2. MARCO TEORICO

### 2.1. Marco referencial o institucional

#### 2.1.1. Ubicación geográfica y administración

La comunidad de Bonllik se encuentra ubicada en la República de Panamá, provincia de Bocas del Toro, Comarca Naso Tjër Di. La misma es la última comarca creada en el país, bajo la Ley N°188 del 4 de diciembre del 2020.

Su organización gubernamental se basa en una monarquía, regida por la familia Santana, su figura principal es el rey, actualmente el rey Reynaldo Alexis Santana, figura 3. El ente máximo de administración en la comarca es el Consejo Naso, el mismo está integrado por el rey, presidente, vicepresidente, secretario, subsecretario, fiscal, tesorero y dos vocales, contando con un representante de cada una de las comunidades de la comarca.

**Figura 3**  
*Rey Reynaldo Santana*



*Nota.* Adaptado de Autoridades de la Comarca Naso Tjër Di [Fotografía], por Bayano Digital, 2020 Bayanodigital.com ([https://bayanodigital.com/autoridades-de-la-comarca-naso-tijer-di-desafian-al-gobierno/?fbclid=IwAR0\\_1Juni1ahF43dOK9XWploFZFon8yUAMJf\\_3zUxYY0\\_sdZZhamx8y8DyY](https://bayanodigital.com/autoridades-de-la-comarca-naso-tijer-di-desafian-al-gobierno/?fbclid=IwAR0_1Juni1ahF43dOK9XWploFZFon8yUAMJf_3zUxYY0_sdZZhamx8y8DyY)).



Las principales actividades productivas de la comarca son:

Las actividades agrícolas, cría de animales, caza, pesca y recolección de algunos productos del bosque. Además, realizan algunas artesanías para la venta. Los productos agrícolas tienen como principal destino el consumo de la comunidad, el excedente de productos se destina a la venta, con excepción de las naranjas, el cacao, plátano y el pixbae cuya producción se destina principalmente a la venta. Los principales cultivos se realizan en sistema agroforestal combinando especies arbóreas (laurel y guabo) con cultivos perennes como el banano, plátano, naranja, pixbae, limón, mandarina, aguacate, piña y zapallo. (Programa de Pequeñas Donaciones del FMAM , 2019, p. 09)

La Organización de las Mujeres Unidas de Bonllik para la realización de cualquier proyecto debe solicitar permiso a las autoridades locales y las autoridades comarcales, el consejo Naso.

### ***2.1.2. Antecedentes de la Institución***

La Posada Media Luna es gestionada por la Organización de Mujeres Unidas de Bonllik. Esta organización tuvo sus inicios en el 2004, en ese entonces su objetivo era dar solución a los problemas de nutrición y alimentación que presentaban algunos niños y niñas que asistían a la escuela de Bonllik. En el año 2010 lograron un financiamiento para la construcción de una posada turística (Programa de las Naciones Unidas Panamá, 2021). El objetivo de la posada y del turismo era utilizarlo como una herramienta para lograr el desarrollo de la comunidad, la cual han gestionado y administrado durante estos años con aciertos, retos y aprendizaje.

### **2.1.3. Misión y visión**

#### Misión

Ofrecer un servicio de calidad y confiabilidad a través de la buena atención de nuestro personal debidamente capacitado y rescatar, conservar nuestras tradiciones culturales y promover el desarrollo integral de la familia mediante la participación del turismo sostenible logrando superar la expectativa de nuestros clientes. (Organización de Mujeres Unidas de Bonllik, 2019)

#### Visión

Ser una organización autónoma líder en turismo rural comunitario, reconocido en nuestra región por la confianza y seguridad que le ofrecemos a nuestros clientes asegurando una actividad turística estable contribuyendo el desarrollo sostenible de las comunidades y obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes. (Organización de Mujeres Unidas de Bonllik, 2019)

#### **2.1.4. Datos del emprendimiento**

**Nombre del emprendimiento:** Posada Media Luna

**Dirección:** Comunidad de Bonyic, distrito de Changuinola, Provincia de Bocas del Toro, República de Panamá.

**Fecha de creación:** 2004

**Número de socias:** 12

**Beneficiados directamente:** 14 familias

**Responsable:** Nilka Sánchez

**Teléfono:** +507 6874-4530

**Página web:** <http://posadamedialuna.com/>

**Correo electrónico:** [posadamedialuna@gmail.com](mailto:posadamedialuna@gmail.com)

#### **Redes sociales**

**Facebook:** Hostal Posada Media Luna.

**Instagram:** @posa.damedialuna

#### **2.1.5. Productos que ofrece**

La Posada Media Luna cuenta con una infraestructura tradicional de la región, y este busca brindar comodidad y seguridad en un destino rural, donde los visitantes buscan tener una conexión con la naturaleza y las comunidades. En el servicio de alimentación, la mayoría de los productos que se brindan al visitante son de la huerta comunitaria. Además, la organización procesa el cacao y produce chocolate orgánico en pequeña escala.

La posada cuenta con 5 habitaciones en el primer piso, de los cuales 3 poseen una cama doble y las otras dos habitaciones están equipadas con dos camarotes por habitación. En el segundo nivel se encuentra una habitación compartida con 4 colchonetas individuales, con una capacidad de 16 personas máximo. El costo es de B/15.00 por noche y por persona. La tabla 1 presenta un resumen de los productos y servicios ofrecidos por la Posada Media Luna.

**Tabla 1.**  
*Productos y servicios ofrecidos por la Posada Media Luna*

Producto/servicio	Detalle	Área de prestación de servicios
<b>Alojamiento</b>	Disponen de 5 habitaciones y 12 camas. Poseen con un espacio para guindar hamacas. El coste por noche es de 15.00 dólares. La posada cuenta con baños y duchas compartidas y un espacio del comedor donde hay mesas y conexión para cargar los dispositivos eléctricos.	Cabaña de hospedaje, con una planta baja con una estructura para guindar hamacas y 2 pisos con cuartos.
<b>Alimentación</b>	Comedor abierto para 40 personas, donde ofrecen comida tradicional, la mayoría orgánica, ya que proviene del huerto comunitario.	Comedor y cocina, donde trabajan 2 cocineras y 1 ayudante
<b>Servicio de restaurante</b>	Desayuno: 6.50 dólares Almuerzo: 8.50 dólares Cena: 6.50 dólares	
<b>Excursiones</b>	Cascada, sendero de Las Heliconias, visita al palacio del rey, caminata por la selva y acampar en la montaña. Grupos de 2-5 personas, el costo de las excursiones es de 25.00 a 100.00 dólares por persona.	Acompañados/as por 1 ó 2 guía(s) turístico(s) nativo(s)
<b>Experiencias culturales y tradicionales</b>	Historia de la medialuna, proceso del cacao, uso de las plantas medicinales. 25.00, 30.00 y 50.00 dólares por persona.	Ancestros comunitarios y mujeres que conocen de la sabiduría.

*Nota.* La fuente de la tabla 1 se obtuvo mediante una entrevista a Juan Jiménez, parte de la comunidad de Bonyic.

## **2.2. El Turismo Alternativo**

El turismo a lo largo de los años ha tenido un crecimiento exponencial para algunos países y ciudades, como Italia, España, Estados Unidos, República Dominicana, de la mano de este crecimiento se pueden identificar ventajas y desventajas, una de sus principal ventaja fue el fortalecimiento del sector económico, brindando así mayor cantidad de empleo, y una de sus principal desventaja fue la disconformidad de la comunidad local por las cantidades masivas de visitantes y los efectos que esto tenía tanto en el entorno cultural como el natural.

En una búsqueda de un turismo más responsable, consiente del efecto que éste tiene en los lugares visitados, surge el turismo alternativo, La Secretaría de Turismo de México lo define como “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (2004, p.08). En la figura 4 podemos observar un mapa mental sobre el turismo alternativo, su clasificación según sus tres grandes grupos y su definición de manera abreviada.

Según la Secretaría de Turismo de México, el turismo alternativo se divide en tres grandes grupos:

**Turismo de Aventura:** los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

**Ecoturismo:** los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.

**Turismo rural:** los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.

(Secretaría de Turismo de México, 2004, págs. 9-15)

**Figura 4**  
Mapa del Turismo Alternativo



Nota. Adaptado de Mapa mental sobre el Turismo Alternativo [Infografía], por Elisa Lasso, 2022.

Estos tres tipos de turismo a pesar que busquen ser responsables y cuenten como objetivo preservar el cuidado del entorno natural y cultural del destino turístico, en la práctica no todos operan bajo estos principios, por diferentes motivos, por ejemplo, en el ecoturismo empresas que dicen ser responsables en sus prácticas, utilizan esta etiqueta para captar más turistas, pero realmente no son responsables.

Otras empresas pueden actuar por desconocimiento o falta de herramientas que les ayude a llevar una mejor gestión. Un ejemplo concreto es llevar un grupo grande de turistas de un crucero a una comunidad indígena sobrepasando la capacidad de carga de la misma, hay muchos factores que analizar de este ejemplo, lo más probable es que esta excursión el crucero lo haya coordinado con un operador turístico local, que principalmente él es el primer responsable del exceso de visitantes al mismo tiempo, después está la comunidad quién también lo permite, pero muchas veces por su falta de conocimiento en la capacidad de carga no lo ven como algo negativo, si no como una oportunidad. En base a lo anterior surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Qué experiencia o vivencia se puede llevar el turista en su visita en esta comunidad?
- ¿El operador turístico, le paga un precio adecuado a la comunidad?
- ¿Qué impacto tiene al entorno natural y de la comunidad la presencia de los turistas?

El turismo alternativo, a lo largo de los años, ha perdido el uno de sus objetivos principales, la búsqueda de una alternativa a las consecuencias que el turismo masivo había estado dejando.

Otra de las corrientes que llegó es el turismo sostenible. La Organización Mundial del Turismo define el turismo sostenible como “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.” (2012) Basándose en tres pilares: el pilar social, el pilar ambiental y el pilar económico.

Se define cada uno de estos pilares de la siguiente manera:

Ambiental. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Social. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

Económica. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (Organización Mundial del Turismo , 2012)



El turismo sostenible ha ido marcando una ruta, en la que muchas empresas y destinos turísticos han comenzado a implementar prácticas sostenibles. Pero según La Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo se necesita “restaurar los entornos naturales, y nuestra relación con ellos, así como para garantizar su prosperidad en el futuro y su resiliencia” (2021). Es necesario regenerar los ecosistemas, la biodiversidad, la cultura y las lenguas.

El turismo con enfoque regenerativo busca “trascender la emoción de la anécdota, para transformarlas en experiencias “sensibles-relacionales” que reconecten al ser humano consigo mismo y el ecosistema para de esta manera activar la conciencia del visitante y renovando su cosmovisión” (Socatelli, 2021).

En los últimos años, algunas de las tendencias de viaje están vinculadas con el turismo regenerativo. Según La Universidad Ostelea las tendencias que se visualizaban para 2022 estaban enfocadas a “viajar consciente, educación + vacaciones, el contacto con la naturaleza y el slow travel”. (Ostelea Tourism Managment School, 2021) El visitante busca cada vez más tener una experiencia transformadora en el destino que está visitando y es cada vez más responsable de sus acciones.

### **2.3. Turismo rural comunitario**

El Turismo rural comunitario (TRC) se define como:

Un tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, a través de distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel protagónico en su desarrollo, gestión y control, ofreciendo actividades respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio

de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa. (Cañada, 2015)

El turismo rural comunitario cuenta con una serie de características que lo detallan, según Morera son las siguientes:

(1) Hace oferta integrada: ofrece conjuntamente hospedaje, alimentación y actividades recreativas. (2) Está basado en los recursos autóctonos: Se centra en el uso de recursos atractivos autóctonos, tanto naturales como culturales y agrícolas. (3) La demanda está dominada por los pobladores locales: los habitantes locales son los propietarios de los medios de producción, por lo que son los dueños de los servicios ofertados. (4) Se desarrolla a pequeña escala: Se realiza por medio de empresas medianas y pequeñas, muchas de tipo familiar y poli-productario. (Morera, 2006, p.05)

El turismo rural comunitario se ha utilizado por gobiernos, principalmente de los países en vías de desarrollo como “política de desarrollo y de lucha contra la pobreza y como política ambiental de conservación de los recursos.” (Kieffer, 2019)

El desarrollo del turismo comunitario también ha surgido desde las comunidades, como una oportunidad de obtener ingresos adicionales de las actividades que realizan.

Según Ernesto Cañada las empresas de turismo comunitario han surgido en América Latina por medio de:

- Cooperativas y familias campesinas que buscan ampliar, diversificar y complementar ingresos.
- Comunidades indígenas que realizan actividades complementarias para mejorar su economía y bienestar.
- Organizaciones ambientalistas de carácter comunitario que tratan de generar ingresos para dar sostenibilidad a sus labores de conservación de los recursos naturales.
- Comunidades posconflicto que intentan su reinserción a la vida civil y mantener la memoria.
- Grupos de mujeres que incrementan los recursos con los cuales atienden las necesidades familiares y que, en algunos casos, favorecen su autonomía.
- Pequeños negocios privados articulados asociativamente, que tratan de potenciar y complementar su oferta. (Cañada, 2015)

### ***2.3.1. El turismo rural comunitario y las problemáticas en su desarrollo***

Las empresas de turismo comunitario regularmente tienen un crecimiento paulatino, entre las razones está la falta de capacidades técnicas de gestión, administración de una empresa, de servicio, la falta de servicios básicos como agua, luz, centros de salud, dificultad de acceso a la comunidad, mala conectividad a la red, entre otros.

Además de estas faltas se han identificado ciertas problemáticas que dificulta su crecimiento las cuales se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2***Problemáticas de las empresas de turismo rural comunitario*

<b>Problemáticas</b>
La participación de los miembros comunitarios no es constante con el paso del tiempo. Cuando comienzan a tener dificultades en el desarrollo, ejecución y operación los mismos van renunciando.
Los miembros se van desalentando por los bajos ingresos que perciben. Son pocas las iniciativas que son autosuficientes.
La poca participación de los jóvenes en las actividades turísticas de la comunidad, ha dificultado el relevo generacional en las empresas locales.
Establecer el turismo rural comunitario como única fuente de ingreso y no diversificar.
Las empresas comunitarias no cuentan con los estándares para la comercialización de sus productos a través de turoperadores y agencias de viajes.

*Nota.* Se utilizó como referencia el artículo "Turismo rural comunitario en México: Apuntes para futuras generaciones" de la revista Dimensiones Turísticas, del año 2019.

## **2.4. Situación del turismo rural comunitario en México y Costa Rica**

### **2.4.1. El turismo rural comunitario en México**

México es reconocido por ser uno de los países que lideran la llegada de turistas internacionales. Su principal oferta turística es el turismo de sol y playa, además de este turismo es reconocido por ofrecer turismo de aventura, turismo de negocio, turismo cultural y turismo religioso, entre otros.

En el 2001 la Secretaría de Turismo puso en marcha el Programa Pueblos Mágicos, con el fin de impulsar el desarrollo turístico en localidades del país, que se caracterizan por contar con arquitectura histórica, excepcionales paisajes naturales y tradiciones arraigadas. (Fundación UNAM, 2020). Para esa misma época, finales de la década de los 90's y principio de los 2000, surgen los primeros apoyos

gubernamentales dedicados a financiar infraestructura turística comunitaria dedicada a la creación de restaurantes, cabañas y sendero (Kieffer, turismo rural comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México, 2018)

México actualmente no cuenta con una ley de fomento de turismo rural comunitario. En la Ley General de Turismo, que tuvo su última reforma el 31 de julio de 2019, no especifica sobre las regulaciones del turismo rural comunitario en México.

#### ***2.4.2. Ejemplo de oferta de turismo rural comunitario en México***

Al buscar en Google: “Ir a México turismo rural comunitario” el resultado fue el siguiente:

1. Página Web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario (APTC). En la figura 5 se puede ver la página de inicio de la página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario y en la Figura 6 podemos observar alguno de los productos que ofrece la alianza.

La Alianza está conformada por la red Campeche, la red de Yucatán y la red de Quintana Roo, los cuales son diferentes estados y ciudades de México.

**Figura 5**

*Página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario en México*



*Nota.* Adaptado de Página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario en México [Imagen], por APTC, 2022, Viaja Turismo Comunitario (<https://www.viajaturismocomunitario.com/>).

**Figura 6**

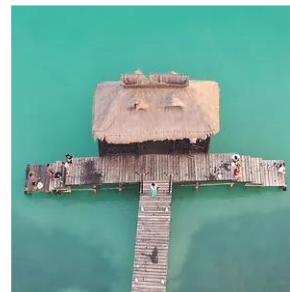
*Ejemplo de oferta de TRC en México*



**CAMPAMENTO YAAX' CHE**



**CENTRO ECOTURÍSTICO CAREY**



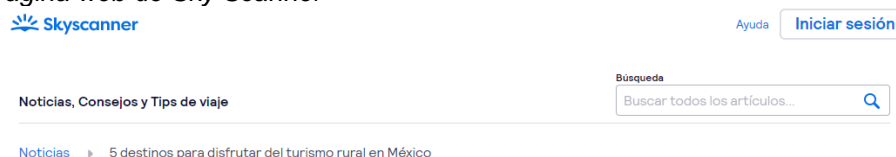
**ISLA DE PÁJAROS**



*Nota.* Adaptado de Página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario en México [Imagen], por APTC, 2022, Viaja Turismo Comunitario (<https://www.viajaturismocomunitario.com/>).

2. Página web de Skycanner. Esta página es un motor de búsqueda global en la que se puede comprar boletos de avión, reservar para el alojamiento y alquilar el auto. Este tipo de páginas, al igual que Booking.com suelen brindar una lista de las actividades, destinos, restaurantes que visitar según la data que obtienen de las personas que navegan por su página, en la figura 7 podemos observar la captura de pantalla de una noticia de la página Skycanner sobre los cinco destinos para disfrutar del turismo rural en México. La figura 8 nos comparte el primero lugar para disfrutar del turismo rural en México, que según esta página web es Oaxaca.

**Figura 7**  
Página web de Sky Scanner



## 5 destinos para disfrutar del turismo rural en México

6th enero 2020 por Paulyna Mérida

*Nota.* Adaptado de Página web de Skyscanner [Imagen], por Skyscanner, 2022, español Skyscanner (<https://www.espanol.skyscanner.com/>).

**Figura 8**  
Ejemplo de oferta de TRC en México

### 1. Disfruta de la cuna del mezcal en Santiago Matatlán, Oaxaca

Matatlán es un pequeño poblado donde la gente vive de la producción del mezcal. Es un pueblo donde la calidez de la gente es única. **Matatlán es la capital mundial del mezcal.**

Hay varios establecimientos que tienen una gran cantidad de diferentes tipos de mezcales de los cuales no son tan fáciles de encontrar.



*Nota.* Adaptado de Página web de Skyscanner [Imagen], por Skyscanner, 2022, español Skyscanner (<https://www.espanol.skyscanner.com/>).

### **2.4.3. El turismo rural comunitario en Costa Rica**

El turismo rural comunitario llega a Costa Rica como una alternativa más de la oferta masiva, principalmente enfocada en el turismo de sol y playa y como una necesidad de las comunidades rurales de generar otras entradas económicas además de las habituales, como la agricultura, pesca y la artesanía. El TRC se desarrolló principalmente desde las organizaciones de base comunitaria con el apoyo financiero y técnico de organismos de Cooperación Internacional y organizaciones no gubernamentales. (Solano, 2006)

Alguno de los actores que han impulsado el desarrollo del TRC en Costa Rica son: el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), el convenio Bilateral de Desarrollo Sostenible Costa Rica-Holanda, el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD-PNUD) y otros donantes, como la Fundación Costa Rica-Canadá y la Agencia de Cooperación Española. (Solano, 2006)

Costa Rica cuenta con una ley de Fomento del Turismo rural comunitario, Ley No.8724 del 17 de julio del 2009, publicada en La Gaceta No.191 del 01 de octubre del 2009.

Según su artículo 1, el objeto de la ley es:

Fomentar la actividad turística de tipo rural comunitario, cuyas siglas serán TRC, por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, conformadas según la Ley de asociaciones, No. 218, y la Ley de asociaciones cooperativas y creación del Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, No. 4179, y sus reformas, con el fin de que las personas habitantes de las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales; además, que



participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, a fin de que les permita una mejor condición de vida. (Ley No.8724, 2009)

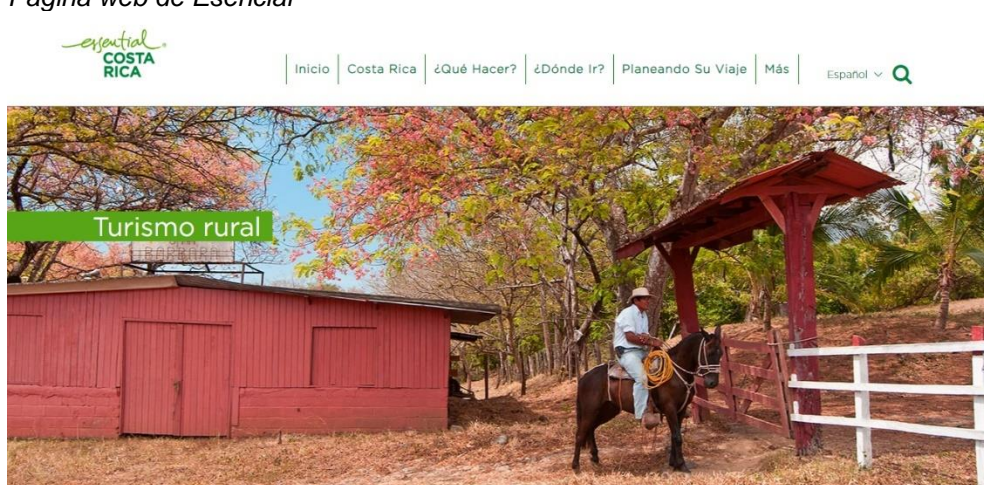
#### **2.4.4. Ejemplo de oferta de turismo rural comunitario en Costa Rica**

Al buscar en Google: “Turismo Comunitario en Costa Rica” dos de las páginas web encontradas fueron Esencial costa rica, figura 9, la cual es la página web de la marca país, la cual se encarga de la promoción y posicionamiento del turismo en Costa Rica. En la figura 10 podemos ver ejemplos de la oferta con la que cuentan en su página web. La segunda página web encontrada fue la del gobierno local de OSA, figura 11, y en la figura 12 se muestran 2 de los productos con los que cuenta la región de OSA.

##### 1. Página web de Esencial Costa Rica ([www.visitcostarica.com/](http://www.visitcostarica.com/))

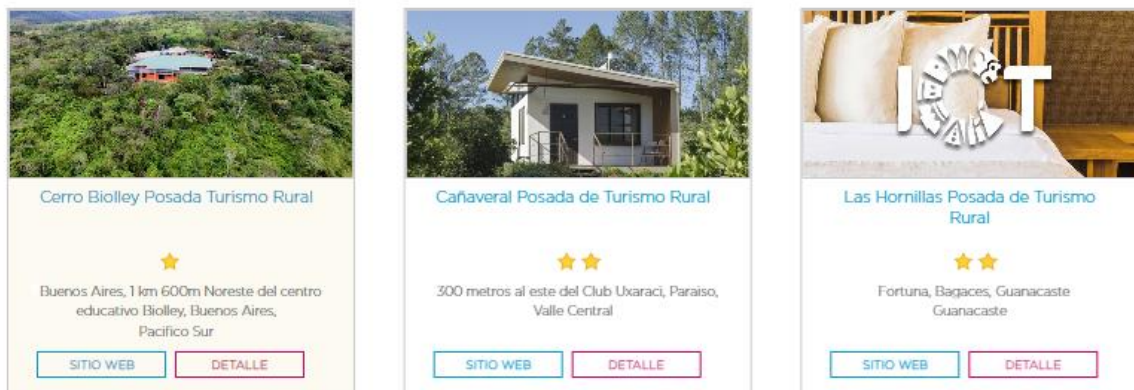
#### **Figura 9**

*Página web de Esencial*



*Nota.* Adaptado de Página web de Esencial Costa Rica [Imagen], por Esencial Costa Rica, 2022, Esencial Costa Rica (<https://www.esencialcostarica.com/>).

**Figura 10**  
Ejemplo de la oferta de TRC en Costa Rica



*Nota.* Adaptado de Página web de Esencial Costa Rica [Imagen], por Esencial Costa Rica, 2022, Esencial Costa Rica (<https://www.esencialcostarica.com/>).

## 2. Página web del Gobierno Local Osa

**Figura 11**  
Página web del Gobierno Local Osa



*Nota.* Adaptado de Página web de Gobierno Local Osa [Imagen], por Gobierno Local Osa, 2022, Turismo Rural Comunitario Gobierno Local Osa (<https://www.gobiernolocalosa.go.cr/turismo/>).

**Figura 12**  
Oferta de TRC en OSA



#### Trapiche Don Carmen

Rancho Quemado **Tour Comunitario/Producto Artesanal**

Consiste en una empresa familiar, que ofrece un trapiche tradicional donde se realiza el proceso artesanal de producción de dulce de caña de azúcar por medio del uso de bueyes, se ofrece el tour cultural sobre el proceso de producción del dulce de caña y la venta de productos como la tapa de dulce, el dulce líquido y el sobao. El negocio existe desde hace 3 años y ofrece un tour sobre la caña de azúcar muy interesante, de 2 horas aproximadamente.

#### Paraíso Jaguarundi

Rancho Quemado **Cocina Tradicional/Cabinas**

La familia Cambronero Castro, ofrecen hospedaje y alimentación, cuentan con 3 cabinas rústicas de madera con baño privado y abanicos, rodeadas de zonas verdes y jardines. La alimentación la ofrecen en un pequeño rancho-cocina, donde la especialidad son platillos saludables preparados a base de hierbas y productos frescos.

*Nota.* Adaptado de Página web de Gobierno Local Osa [Imagen], por Gobierno Local Osa, 2022, Turismo Rural Comunitario Gobierno Local Osa (<https://www.gobiernolocalosa.go.cr/turismo/>).

### 3. MARCO METODOLÓGICO

Este proyecto de investigación tiene como objeto de estudio el caso de La Posada Media Luna, emprendimiento comunitario que se encuentra en la comarca Naso TjërDi, provincia de Bocas del Toro, República de Panamá. Se realizará un análisis cualitativo del desarrollo de la actividad turística de este emprendimiento.

Con tal propósito la investigación se divide en tres momentos: el primer momento busca comparar la realidad del turismo comunitario en Panamá con la de México y Costa Rica, como segundo momento se detallará la oferta actual de turismo comunitario en Panamá y como tercer momento se analizará la situación de la Posada Media Luna, teniendo como referencia lo investigado.

#### 3.1. Fuentes de información

“Las fuentes de información se conciben como todos aquellos objetos que brinden al investigador datos para realizar su trabajo; éstos pueden contenerse en cualquier soporte, por lo que pueden estar manuscritos, impresos, grabados, etcétera” (Olea Franco, 2008, como se citó en Gomez Bastar, 2012, p.45)

##### **Fuentes Primarias:**

“Hacen referencia a la documentación que contiene material nuevo y original, cuya disposición no sigue ningún esquema predeterminado.” (Sancho Pérez, Cabrer Borrás, & García Mesanat, 2001, p.13)

Durante la investigación se utilizarán fuentes de información primaria para ahondar en la información conseguida del turismo comunitario en Panamá y para brindar mayor detalle en el caso de La Posada Media Luna.

**Fuentes Secundaria:**

“La fuente de información secundaria “hace referencia a aquella documentación que contiene material conocido y organizado según un esquema determinado. Las fuentes secundarias son el resultado del desarrollo de las fuentes primarias y de la extracción, condensación u otro tipo de reorganización de la documentación, para hacerla accesible a los usuarios.” (Sancho Pérez, Cabrer Borrás, & García Mesanat, 2001, p.14)

Las fuentes de información secundarias fueron necesarias para

- Contar con información que fundamente los términos y conceptos utilizados en esta investigación
- Poseer una base de información de la comunidad de Bonllik recopilada de informes de proyectos realizados en esta comunidad.
- Recopilar la información existente relacionada a la realidad del turismo comunitario en México, Costa Rica y Panamá y poder realizar un análisis comparativo con la información recopilada.

**3.2. Técnicas de Investigación**

Las técnicas de investigación “son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo. Es decir, obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas.” (Universidad La Concordia , 2020)

Las técnicas de investigación que se utilizarán son las siguientes:

- Búsqueda bibliográfica  
Toda investigación necesita ser fundamentada en conocimiento existente, poseer una base teórica, esta base teórica se obtuvo de fuentes secundarias como: libros de texto, informes realizados del turismo comunitario en México,

Costa Rica y América Latina, informes sobre proyectos realizados en la comunidad de Bonllik, artículos e información extraídos de páginas web.

- Encuesta a través de cuestionarios

El cuestionario consiste en un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir.” (Hernández Sampieri, 2014, p.217)

Una de las clasificaciones de los tipos de encuesta es según su medio, en ellas se encuentran: las encuestas personales, las encuestas telefónicas, las encuestas postales y encuestas por internet.

En esta investigación se utilizó la encuesta por internet. Fue enviada al encuestado mediante un link que daba acceso directo al cuestionario. La página web donde se realizó la encuesta presentaba un resumen de las respuestas obtenidas, lo cual facilitaba su interpretación.

Alguna de las ventajas de realizar las encuestas por internet es el ahorro de tiempo, el bajo coste, que se cuenta con un mayor alcance de personas, su difusión es más fácil.

Se aplicó la encuesta a 10 agencias de viajes, turoperadores y empresas turísticas que promocionen el turismo comunitario en Panamá con el fin de identificar:

- Las características propias de estas empresas
- El perfil del cliente que compra turismo rural comunitario en Panamá
- Su mirada ante la posibilidad de mejora.

Para ello se utilizarán preguntas cerradas que permitan codificar la información para luego llegar a un análisis más objetivo, pero también contará con preguntas abiertas.

- Entrevista

La entrevista “se basa en un diálogo, dirigido por el entrevistador, encaminado a obtener información sobre el tema investigado; el diálogo implica, en este caso, diversos cuestionamientos planteados al entrevistado.” (Gomez Bastar, 2012, p.82)

Se realizarán dos entrevistas a dos representantes de la comunidad, la primera será a Nilka Sánchez, esta entrevista tendrá como fin recoger información relacionada a la historia y los procesos que ha llevado la Organización OMUB en su recorrido trabajando en turismo comunitario. La segunda entrevista se realizará a su hijo Juan Jiménez, con el fin de reconocer desde su mirada las oportunidades, fortalezas y debilidades que cuenta la organización. Serán entrevista semiestructuradas.

- Observación

La observación cualitativa “implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones.” (Hernández Sampieri, 2014, p.399). La observación se estará utilizando durante todo el proceso de la investigación como una fuente subjetiva para la recolección de información.

Se llevó a cabo una visita de campo a la comunidad de Bonllik, que se llevó a cabo a través de una mirada turística para conocer de primera mano el servicio que ofrecen.

### **3.3. Método de Investigación**

En este trabajo de investigación fue necesario aplicar una mezcla de diferentes tipos de investigación, se llevó a cabo una investigación mixta según el lugar y los recursos donde se obtiene la información requerida.

La investigación mixta “es aquella que participa de la naturaleza de la investigación documental y de la investigación de campo.” (Zorrilla, 1993, 43, citado en Grajales G., 2000). Esta parte fue necesaria para obtener una base del turismo rural comunitario, el contexto del TRC en Costa Rica, México y Panamá, conocer la realidad de la Posada Media Luna, ya sea con la ayuda de fuentes secundarias como informes, como de fuentes primarias como visita de campo.

También fue necesario realizar una investigación descriptiva, “los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características” (Grajales G., 2000). Esta fase se realizó de la mano de los miembros de la organización que administra y gestiona la posada, la fuente de información principal fueron las entrevistas y la información brindada fue detallada en cuadros que permiten que se pueda comparar la información fácilmente.

Por último, se realizó un estudio explicativo, el cual “pretende conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre?” (Grajales G., 2000). Esta última fase fue después de analizar la comparación realizada el explicar según lo investigado el contexto actual de la Posada que permitan brindar recomendaciones que sean útiles para el emprendimiento.



## 4. DESARROLLO

### 4.1. Turismo rural comunitario en Panamá

El turismo rural comunitario fue impulsado en Panamá a finales del siglo XX y principios del siglo XXI principalmente con la ayuda de organizaciones de Cooperación Internacional como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo con el Programa de las Pequeñas Donaciones, la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés), entre otras.

También hubo iniciativas desde el sector público como el proyecto “Fortalecimiento del Desarrollo Rural por medio del Agroturismo (PROAGROTUR)”, el mismo fue un acuerdo interinstitucional entre el Ministerio de Ambiente y la Autoridad de Turismo de Panamá, firmado el 13 de abril del 2007, este acuerdo tenía como fin utilizar el agroturismo como una actividad de valor agregado para fincas y granjas a nivel nacional.

El turismo rural en Panamá no se encuentra actualmente regularizado, una de las iniciativas más reciente vinculada con el turismo comunitario es el anteproyecto de ley 292 del 2019 que indica la prioridad del desarrollo de turismo en las comarcas indígenas, este proyecto ley tiene como objetivo “reconocer, proteger, incentivar, valorar, promover y encaminar al desarrollo integral en estas áreas comarcales, a través del fomento del ecoturismo comunitario indígenas procuren su propia gestión de desarrollo, incluido el manejo de destinos turístico locales” (Anteproyecto de Ley 292, 2019).

Actualmente la Fundación Panameña de Turismo Sostenible (APTSO), junto con la Autoridad de Turismo de Panamá, la Fundación NATURA y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, entre otros, se encuentran trabajando desde el 2020 en el proyecto: Alianza Panameña para el Turismo Comunitario (PACTO, por sus siglas en inglés), que buscando ser una “iniciativa de varios años para construir comunidades fuertes y resilientes en Panamá a través del turismo regenerativo.” (Annie Young, 2020)

El proyecto PACTO, en su primera fase, está trabajando con 10 comunidades rurales e indígenas, localizadas cerca de áreas protegidas, zonas de amortiguamiento y territorios indígenas, las mismas se encuentran nombrada en la tabla 3 y en la figura 13 podemos observar el mapa de posicionamiento de se encuentran localizadas las comunidades.

**Tabla 3**  
*Comunidades proyecto PACTO*

#### COMUNIDADES DEL PROYECTO PACTO

Achiote, Colón	Río Cañas, Comarca Ngäbe-Buglé
Bahía Honda, Bocas del Toro	Soloy, Comarca Ngäbe-Buglé
La Pintada, Coclé	Mata Oscuras, Veraguas
Los Santos, Isla Cañas	Santa Fe, Veraguas
Bonllik, Comarca Naso Tjër-Di	Jurutungo, Chiriquí

**Figura 13**  
*Mapa de Comunidades de PACTO*



*Nota.* Adaptado de Fase 1, Comunidades pioneras [Imagen], por Fundación Panameña de Turismo Sostenible, 2021, APTSO (<https://www.aptso.org>).

#### **4.1.1. Fortalezas y debilidades del turismo rural comunitario en Panamá**

El crecimiento del turismo comunitario en Panamá ha sido a través de pequeños avances, el esfuerzo comenzó por medio de los organismos de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales, posterior a esto se comenzó a involucrar los entes gubernamentales. En el proceso que ha tenido el país hay fortalezas y debilidades que se pueden identificar, las cuales se presentan a continuación en la tabla 4.

**Tabla 4**  
*Fortalezas y Debilidades del TRC en Panamá*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las comunidades han comenzado a valorar más el patrimonio natural y cultural presente a su alrededor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El turismo padece de la ausencia de planificación y coordinación concreta a largo plazo por parte del estado, lo</li> </ul>

- Se ha desarrollado una ley que declara como prioridad nacional el fomento y desarrollo del turismo indígena sostenible en los pueblos indígenas. La ley No. 290 del 24 de marzo de 2022
  - Creación redes de organización de turismo comunitario a nivel nacional, con su oferta en línea al público y especial para tour operadores. Red SOSTUR y Red Nacional de Turismo Comunitario.
  - Existencia de organizaciones a nivel nacional que de una u otra forma le han apostado al turismo de bases comunitarias como una forma de mejorar sus ingresos.
  - En comunidades donde el turismo comunitario se ha desarrollado y prosperado se percibe una economía comunitaria más dinámica, donde hay más circulación de dinero, pueden prosperar los emprendimientos locales
- que provoca que el país permanezca rezagado en comparación de países como Colombia y Costa Rica.
- El turismo rural comunitario en sigue sin ser analizado planeado, ni manejado en colaboración y gobernanza.
  - Aquellos grupos comunitarios que deseen operar legalmente deben sacar un permiso de operación de agencia o tour operador que es costoso, engorroso y muchas veces prohibitivo económicamente.
  - La gran mayoría de los proyectos de turismo rural comunitario, una vez terminados, quedan por su cuenta sin ningún tipo de acompañamiento.
  - Conflictos entre miembros de una misma comunidad.
  - No se cuenta con una ley de turismo rural comunidad en Panamá.
  - Las capacitaciones brindadas a las comunidades en ocasiones son puntuales sin haber previamente trabajado en las bases y sin un plan de acompañamiento a largo plazo.

*Nota.* Se utilizó como referencia el informe “Análisis del Turismo Comunitario en Panamá 2021” cuyo autor es, Christian Gernez.




#### 4.1.2. **Agencias de viaje, turoperadoras y plataformas nacionales que comercializan TRC en Panamá**

Algunas plataformas nacionales, agencias de viaje y turoperadoras que comercializan el turismo rural comunitario en Panamá junto con los productos y servicios que ofrecen se mencionan en la tabla 5.

**Tabla 5**  
*Tour-operadoras y agencias de viaje de Panamá*

EMPRESA	PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN
<p><b>El Trip de Jenny</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de aventura, cultural, gastronómico y de sol y playa.</li> <li>• En su página web ofrece giras de un día. Organiza de manera personificada paquetes de viaje.</li> <li>• Las giras son principalmente en ciudad de Panamá, Colón y regiones cercanas.</li> </ul>
<p><b>Azuero Adventure</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de aventura: cascadas, senderismo, cabalgatas, avistamiento de ballena; y turismo de voluntariado</li> <li>• Ofrece giras de un día y paquetes.</li> <li>• Se enfocan en la región de Azuero, abarca la provincia de Los Santos, Herrera y Veraguas</li> </ul>
<p><b>VaPues</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de aventura, sol y playa de lujo y de relajación, senderismo, turismo cultural y agroturismo.</li> <li>• En su página web ofrece actividades y hospedaje por destino.</li> <li>• Cuenta con itinerarios destacados que son paquetes específicos.</li> <li>• Abarca la mayoría de las provincias del país.</li> </ul>

<p><b>ISTMO</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece turismo de aventura, cultural, gastronómico y turismo rural comunitario e indígena.</li> <li>• Ofrecen giras de un día trabajando en conjunto con comarcas Indígenas y rurales que enfocan en sol y playa, aventura y cultural.</li> <li>• Sus paquetes se conocen como “Responsible Experiences”</li> </ul>
<p><b>Panamá al Natural</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece turismo de aventura, cultural, city tours, giras educativas y agroturismo.</li> <li>• Ofrece giras de un día y paquetes que abarcan gran parte del país, desde la ciudad hasta las montañas y playas.</li> </ul>
<p><b>Cloud Forest Tours</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de aventura, cultural, avistamiento de aves, agroturismo.</li> <li>• Ofrece paquetes de experiencias turísticas.</li> <li>• Enfocado en la región de Chiriquí.</li> <li>• Trabaja de la mano con las comunidades alguna de las giras y actividades que ofrece.</li> </ul>
<p><b>Panamakare</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principalmente: turismo de aventura: senderismo, cascadas y parapentes.</li> <li>• Ofrece principalmente giras de un solo día.</li> <li>• Cuentan con alrededor de 40 tours.</li> <li>• Suelen trabajar con los guías de la comunidad que están certificados.</li> <li>• Cuenta con giras con fechas definidas.</li> </ul>
<p><b>ECOATI</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giras establecidas con fechas definidas.</li> <li>• Principalmente a destinos de sol y playa y montañas, enfocadas en turismo de aventura y turismo indígena.</li> <li>• Cuentan con una gira de turismo de aventura que está enfocada a vivir una experiencia conectando con la naturaleza.</li> </ul>

<p><b>Isthmian Adventure</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfocados en ofrecer paquetes privados, especializados y sostenibles.</li> <li>• Turismo de aventura, cultural, ecoturismo y turismo deportivo.</li> <li>• Ofrece destinos en diferentes áreas del país como Chiriquí, Darién, Bocas del Toro y Comarca Guna Yala.</li> <li>• Cuenta con paquetes de varios días y actividades de uno solo.</li> <li>• Trabaja de la mano con las comunidades alguna de las giras y actividades que ofrece.</li> </ul>
<p><b>Pacific Adventure Tours</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las giras y paquetes que ofrecen son en la región de Azuero, abarca las provincias de Los Santos y Herrera y parte de Veraguas.</li> <li>• Ofrece paquetes turísticos y actividades de un solo día, enfocados en el turismo de aventura, sol y playa, avistamiento, deportivo. Involucra a las comunidades en los destinos.</li> </ul>
<p><b>Isla Cañas Tours</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece turismo de sol y playa, avistamiento de ballenas, giras nocturnas y enfocadas en la conservación.</li> <li>• Su principal destino es la región de Azuero, que abarca las provincias de Los Santos y Herrera.</li> <li>• Trabaja de la mano con las comunidades alguna de las giras y actividades que ofrece.</li> </ul>

*Nota.* La información sobre los productos y servicios que ofrecen las turoperadoras y sus logos fue recopilado de la página web de cada una de ellas.

#### **4.1.3. Encuesta a Tour-operadora, agencias de viaje y plataformas turísticas en Panamá**

Se realizó una encuesta a 10 turoperadoras, agencias de viaje y plataformas turísticas que comercializan turismo rural comunitario en Panamá.

La encuesta fue la herramienta de investigación mediante el cual se obtuvo todos los datos a través de un cuestionario. El mismo fue conformado por 12 preguntas, de las cuales seis son preguntas cerradas y seis preguntas son abiertas. Las preguntas estaban enfocadas a conocer la empresa, el perfil del turista que le compra a las empresas turismo rural comunitario y las oportunidades de mejoras que ven cada una de los sujetos entrevistados.

#### **Análisis de los resultados de la encuesta**

Con la información recolectada de la encuesta se puede concluir:

- El 60% de las empresas entrevistadas cuentan con 6 años o menos de haber comenzado a vender productos de TRC y un 40% cuenta con 10, 15 o 20 años de venderlo. Una de las empresas que cuenta con 15 años es VaPues, una empresa que comenzó en Nicaragua y después contó con una sede en Panamá, pero que desde sus inicios buscó brindar y ejercer un turismo sostenible que trabaja con comunidades y guías locales. Isla Cañas Tours y Pacific Adventure Tours con 10 y 15 años respectivamente son empresas que son impulsadas por actores comunitarios.
- Un 70% de los encuestados comercializa el TRC a nivel internacional y nacional, el 30% restante lo vende o a nivel nacional, 20%, o a nivel internacional, 10%.



- Los turistas internacionales provienen en su mayoría de Estados Unidos (60%), Europa (50%) siendo Reino Unido y España dos de los países que hicieron mención y de Latinoamérica un 10%.
- La forma como viajan usualmente es en grupos, siendo la respuesta más popular con un 80%, en familia con un 70% y en pareja con un 60%. En su mayoría (90%) el/la visitante suele ser adulto. Según su género suelen viajar más mujeres que hombres y el turista cuenta con una escolaridad universitaria.
- Los aspectos y características del TRC que consideran son más atractivos tienen que ver con los elementos socio culturales de la comunidad y que se brinda una experiencia auténtica.
- Oportunidades de mejora están enfocadas a capacitaciones, apoyo en infraestructura en las comunidades, vinculación de los productos de TRC con la empresa privada y una mejor organización, principalmente en el área gubernamental.

## 4.2. Comparación del turismo rural comunitario en México y Costa Rica

**Tabla 6**

*Cuadro comparativo del TRC en México y Costa Rica*

<b>RUBRO</b>	<b>MÉXICO</b>	<b>COSTA RICA</b>
<b>Legislación</b>	México actualmente no cuenta con una ley de fomento de turismo rural comunitario. En la Ley General de Turismo, la cual su última reforma publicada fue el 31 de julio de 2019, no incluye las regulaciones del turismo rural comunitario en México.	Costa Rica cuenta con una Ley de Fomento del turismo rural comunitario Ley No.8724 del 17 de julio del 2009, publicada en La Gaceta No.191 del 01 de octubre del 2009.
<b>Financiación</b>	17 instituciones, a través de 57 programas, de los cuales 24 evidencian apoyos económicos, participaron en la inversión pública para el desarrollo del TRC entre los años 2006 y 2012.  Proyectos gubernamentales de la mano de la cooperación internacional.	Algunas de las diferentes organizaciones que han tenido un papel importante en el desarrollo del turismo rural comunitario en Costa Rica son: Fondo Mundial para la Naturaleza, Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD/GEF, Agencia Española de Cooperación Internacional y Asociación del Corredor Biológico Talamanca Caribe
<b>Casos de éxito de TRC</b>	Pueblos mancomunados de Oaxaca Las grutas en Hidalgo El Valle del Mezquital	Nacientes Palmichal Posada Cerro Biolley, ASOMOBI
<b>Factores de éxito</b>	Los beneficios residen sobre todo en el proceso de su construcción y todo lo que conlleva a nivel de organización comunitaria y de procesos internos.  Son pocas las iniciativas que son realmente autosuficientes y que han logrado convertirse en proyectos económicos consolidados.	Respuesta a la necesidad de diversificar las actividades productivas en un medio con limitaciones para la producción agropecuaria.  Organizaciones ambientalistas y de conservación que ven en el turismo la oportunidad de generar un ingreso económico basado en el recurso natural que están protegiendo.

	El TRC ha influenciado el fortalecimiento y mejora de las infraestructuras de la comunidad.	Medio para fortalecer la autoestima, al brindar oportunidades de formación a las mujeres de una comunidad generando ingresos para ellas y sus familias.
<b>Debilidades</b>	<p>Varias comunidades que incursionaron en el tema turístico no han logrado despegar.</p> <p>Ingresos económicos bajos. La mayoría de los proyectos de TRC siguen dependiendo del apoyo gubernamental.</p> <p>La comunidad se va desalentando al pasar de los años.</p> <p>Necesidad de capacitación, promoción y comercialización de este tipo de turismo.</p>	<p>Limitado acceso a fuentes de financiamiento sostenible.</p> <p>Desarrollo débil de la capacidad empresarial local y otros temas relacionados al TRC.</p> <p>Necesidad de fortalecer las plataformas de comercialización y venta existentes y sensibilizar a los turoperadores para que integren ese tipo de turismo a sus ofertas.</p> <p>Falta de rigurosidad en el seguimiento a la calidad de los servicios.</p>

*Nota.* Se utilizó como referencia el artículo “El Turismo Comunitario en Costa Rica” de Cardín Pedrosa, M. y el artículo “Turismo rural comunitario en México: Apuntes para futuras investigaciones” Kieffer, M.

### 4.3. Entrevistas actores Comunitarios OMUB

Se realizarán dos entrevistas como fuente de información primaria, se detallará e el nombre del entrevistado y una breve descripción de los mismos en la tabla 7.

**Tabla 7**

*Entrevistados de OMUB*

<b>Nombre del entrevistado</b>	<b>Descripción</b>
<i>Nilka Sánchez</i>	Años de estar en la organización: 30 años Cargo actual: Tesorera
<i>Juan Jiménez</i>	Años de estar en la organización: 10 años Cargo actual: Apoyo en gestión de proyectos

#### 4.3.1. Entrevista a Nilka S.

- **¿Cuál fue la motivación para comenzar a realizar turismo en la organización?**

Nosotras (las mujeres de la Organización de Mujeres Unidad de Bonllik - OMUB) comenzamos trabajando en la escuela, durante la época escolar, fortaleciendo el tema de la alimentación de los niños. Al transcurrir de los años a mi mama, la Sra. Isabel, figura 14, se le ocurrió seguir trabajando en los meses de vacaciones escolares, fue ahí donde empezó el grupo (OMUB), nos organizamos las mujeres. En ese momento éramos alrededor de 30 madres de familia las que trabajábamos, pero muchas de ellas se cansaron a mitad de camino.

**Figura 14***Sra. Isabel, fundadora de OMUB*

*Nota.* Adaptado de Desafíos y liderazgo: mujeres Naso Tjër Di [Fotografía], por Naciones Unidas Panamá, 2021, PNUD (<https://panama.un.org/es/167094-desafios-y-liderazgo-mujeres-naso-tjer-di-se-reinventan-frente-la-crisis>).

Continuamos trabajando fortaleciendo la alimentación y nutrición de los niños de la comunidad, hasta que en un momento se comenzó a realizar turismo en el centro Wetso<sup>1</sup>, que se encontraba ubicado frente a la comunidad. Algunos de los visitantes llegaban a la comunidad perdidos pensando que era Wetso. En ese momento nace la idea de organizarnos para ofrecer hospedaje. Actualmente en la organización somos 13 mujeres y un varón.

- **¿Con qué aliados han contado y de qué forma los han apoyado?**  
(consistencia del apoyo)

Trabajando en el turismo, surgió la posibilidad de realizar un proyecto Binacional, conocimos de mismo por medio del Ministerio de Ambiente (MiAmbiente). Ellos nos apoyaron en la creación de nuestra personería Jurídica que se gestionó con el Ministerio de Desarrollo, gracias a esto conseguimos nuestro primer financiamiento con el proyecto Binacional, que tuvo el fin de construir nuestra cabaña.

Los proyectos en la organización han sido constantes, nos ha ido bien. Luego del proyecto Binacional, tuvimos unos con el Programa de Pequeñas

---

<sup>1</sup> El centro Wetso era el antiguo Panajungla, finca que fue el centro de entrenamiento militar del gobierno panameño. En este lugar contaban con sederos.

Donaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PPD), figura 15, luego con ACICAFOC, figura 16, y actualmente estamos llevando uno con la Fundación Panameña de Turismo Sostenible (APTSO) a través del Proyecto PACTO y otro del PPD.

### Figura 15

*Proyecto de la OMUB con ACICAFOC*



*Nota.* Adaptado de Ecoturismo étnico Naso [Fotografía], por ACICAFOC, 2018, ACICAFOC (<https://www.acicafo.org/proyecto/ecoturismo-etnico-naso-omub/>).

- **¿Cuál cree usted que son las ventajas y desventajas de trabajar con los proyectos?**

La ventaja que nosotros tenemos de trabajar con esos proyectos es que se aprende bastante. Una desventaja de los proyectos es que anteriormente a nosotros nos escribían los proyectos, y nos firmaban los informes financieros que entregábamos, a pesar de que el trabajo lo realizamos nosotras se nos cobró por la firma de la verificación, sentimos que eso es injusto. Ahora gracias a que los jóvenes de la comunidad están más capacitados nosotros podemos entregar esos informes de manera directa.

- **¿Cuáles han sido los principales retos en el área del turismo durante el tiempo que tienen ejerciéndolo?**

Uno de los principales retos en turismo es la falta de hablar inglés, es nuestro principal reto, ya que nos llegan turistas que solo hablan inglés, pero hemos encontrado mecanismos para poder hablar con ellos.

Otros retos son la falta de manejo de las redes sociales para promocionar y lograr que lleguen visitantes. Solo hay una persona en la comunidad que sabe manejar las redes; y la forma de organización, el liderazgo y administración. Muchas veces nosotros pensamos y escuchamos más la voz de las personas que vienen de afuera, pero nos cuesta mucho escucharnos entre nosotros mismos porque todos quieren ser líderes.

- **¿Cuál fue su experiencia durante y después de la pandemia en cuanto al turismo?**

Antes de la pandemia se tenía agendado grupos grandes durante el transcurso del año, pero cuando llegó la pandemia, esto no fue posible. Pero como organización como ya habíamos empezado trabajando proyectos de la agricultura y artesanías, en la pandemia eso nos ayudó.

Ahora, después de la pandemia, las visitas no vienen en grupos grandes y contamos con menos visita. Pero hemos aprendido que no hay que depender solo de turismo. Nosotras involucramos el turismo y la agricultura para mantener el sustento de la familia. En la figura 16 y figura 17 podemos ver fotografías del proyecto llevado a cabo con el PPD, que buscaba fortalecer la seguridad alimentaria de la comunidad de Bonllik por medio de huertas comunitarias.

Después de la pandemia han llegado turistas, principalmente familias que buscan un descanso y un compartir en familiar.

**Figura 16**  
*Socias de OMUB*



*Nota.* Adaptado de Desafíos y liderazgo: mujeres Naso Tjër Di [Fotografía], por Naciones Unidas Panamá, 2021, PNUD (<https://panama.un.org/es/167094-desafios-y-liderazgo-mujeres-naso-tjer-di-se-reinventan-frente-la-crisis>).

**Figura 17**  
*Proyecto de huertos junto con PPD durante la pandemia*



*Nota.* Adaptado de Desafíos y liderazgo: mujeres Naso Tjër Di [Fotografía], por Naciones Unidas Panamá, 2021, PNUD (<https://panama.un.org/es/167094-desafios-y-liderazgo-mujeres-naso-tjer-di-se-reinventan-frente-la-crisis>).



#### **4.3.2. Entrevista a Juan Jiménez**

- **¿Cómo iniciaste en la organización?**

Mis inicios en la organización fueron dirigiendo el grupo de danza de niños, a partir de ese momento me fui involucrando en las diversas actividades que ofrece la organización, ya que es una organización familiar.

La educación en el colegio y actualmente en la universidad me ha permitido aplicar esos conocimientos que ya tengo en beneficio de la organización, y ha sido muy productivo.

Después del grupo de danza, me involucré apoyando a la organización en el tema de la gestión de proyectos con otras organizaciones y ha sido una de las mejores experiencias.

- **¿Cuáles han sido los principales retos en el área del turismo durante el tiempo que tienen ejerciéndolo?**

Uno de los mayores retos que me ha tocado vivir dentro de la organización es que primeramente cuando nos involucramos en el tema de turismo comunitario hay que tener claro que no nos hacemos millonarios con él, pero este nos permite mejorar nuestras condiciones de vida y mejorar la economía de la comunidad donde desarrollamos la actividad turística.

Otro reto es que, por ser el turismo comunitario, un turismo que no lo visita mucha gente en Panamá hemos tenido que ir innovando, ajustar diversos servicios o productos que ya teníamos para poder llegar a turistas de diferentes edades, dirigirnos a turistas que viajan solos, parejas, grupos de estudiantes de universidades o colegios, el diversificar nuestros productos y servicios para llevar a cabo la actividad turística para beneficio de la comunidad.

Cuando uno organiza o lidera alguna de las actividades, muchas veces vamos a tener la presión del grupo y pero debemos tener control de uno mismo para poder ser el soporte y guía de la comunidad. Los retos dentro de la organización también están enfocados en esa presión, a veces ocurre que en la organización algunas personas dan ideas que a lo mejor no son las mejores, pero cuando otra persona, uno de los líderes, comparte una mejor idea, se toman actitudes de no hacerlo porque no fue la persona que lo propuso. Como indígenas muchas veces nos pasa que nos dejamos influenciar de las ideas de afuera y eso no es siempre lo mejor para la organización.

La comunidad de Bonllik suele reunirse de manera periódica para la toma de decisión de actividades en conjunto o actividades que la comunidad se vea involucrada, para el llamado a la acción de determinados temas, entre otros. En la figura 18 se puede observar una reunión de la comunidad de Bonllik en el restaurante comunitario.

**Figura 18**

*Reunión de la comunidad en el restaurante de la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de proyecto PACTO [Fotografía], por Fundación Panameña de Turismo Sostenible, 2020, APTSO.

- **¿Qué visión tienes de OMUB y de la Posada Media Luna?**

Implementar diversas iniciativas que han funcionado en otros lugares que se han dedicado al turismo comunitario de manera positiva y replicarlo con las condiciones que nos brinda la comunidad de Bonllik. Veo a nuestra organización liderando todo lo que tiene que ver con el turismo en la Comarca Naso, por ser la organización de experiencia, esto nos permite liderar, donde todas las organizaciones puedan encontrar un aliado para poder innovar, poder crecer y sobre todo para mejorar las condiciones económicas y sociales de nuestra comarca.

- **¿Cómo vendes la Posada Media Luna?**

Primero vender nuestros productos y servicios turísticos de la Posada Media Luna siempre ha sido como algo nuevo para las personas. Converso con la persona para que conozcan nuestro pueblo indígena e introduzco en ese momento el tema de los productos turísticos que ofrecemos nosotros como organización y que deben venir a conocerla. Lo promociono como el viaje que va a cambiar su vida, porque vienen a vivir una experiencia de turismo comunitario regenerativo que le permite conectarse con él mismo, ya que no van a tener acceso a internet, van a tener tiempo para uno mismo y pueden contribuir con actividades del medio ambiente.

Yo vendo La Posada Media Luna como el viaje que va a cambiar la vida de las personas de manera positiva, porque al salir de la comunidad los turistas cuentan con mayor conocimiento sobre el cuidado de la tierra, de los pueblos indígenas y sus creencias que nos hacen únicos que están muy relacionado nuestros valores ancestrales, nuestra identidad.

De manera tecnológica lo vendemos por medio de afiches, videos, post para las redes sociales.

- **Principal método de comercialización**

Generalmente los visitantes que nos llegan extranjeros, nos contactan por la página web, figura 19, por libros de destinos y por una página web donde los turistas contactan experiencias de lugares visitados. Los turistas nacionales nos contactan por Instagram, figura 20; Facebook, figura 21, o por WhatsApp por referencias de turistas que ya nos han visitado o nos conocen.

**Figura 19**

*Cuenta de Instagram de la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de Hostal Posada Media Luna Bonyic [Imagen], por OMUB, 2022, Posada Media Luna (<https://www.instagram.com/posa.damedialuna/>)

**Figura 20**

*Página web de la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de Hostal Posada Media Luna Bonyic [Imagen], por OMUB, 2022, Posada Media Luna (<https://posadamedialuna.com/>)

**Figura 21**  
*Cuenta de Facebook de la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de Hostal Posada Media Luna Bonyic [Imagen], por OMUB, 2022, Posada Media Luna  
(<https://www.facebook.com/people/Hostal-Posada-Media-Luna-Bonyic/100068863950782/>)

## 5. CONCLUSIONES

- En Panamá el turismo rural comunitario comenzó aproximadamente hace 20 años, con el apoyo de organismos de cooperación internacional como el PNUD con su programa PPD, JICA y USAID, entre otros. El crecimiento y desarrollo del TRC en el país sigue siendo en su mayoría por estos entes. Pero en estos últimos cinco años se han realizado proyectos como PACTO que buscan integrar las entidades gubernamentales, ONG's y al sector privado.
- Que el desarrollo del TRC fuese impulsado en Panamá principalmente por los organismos de cooperación internacional y que no se hayan involucrado ni el sector privado ni el gobierno puede ser una de las posibles causas que los proyectos de turismo rural comunitario se estanquen y se ralentice su crecimiento.
- No existe una estructura de acompañamiento en el proceso de aprendizaje para las empresas de TRC, ya que a que las ONG's y los organismos de Cooperación Internacional trabajan por proyectos, que suelen durar entre 1 a 2 años y al terminar este periodo las comunidades quedan solas nuevamente, aprendiendo en el camino. En el caso de la Posada Media Luna han logrado llevar a cabo varios proyectos con los que han aprendido, pero aún no han logrado ser autosuficientes financieramente.
- Al realizar la investigación y posterior comparación del TRC en Costa Rica y México se pudo identificar lo siguiente
  - Al buscar en internet los productos de turismo rural comunitario de ambos países entre los resultados de página web salió la página web de Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario en México y la página web del Gobierno Local de la Península de OSA, Costa Rica enfocada en turismo rural comunitario. Ambos sitios web no promocionan solamente una comunidad, sino un conjunto de

actividades, servicios y productos de una región. Esto brinda mayor facilidad al turista de encontrar la información de TRC en una sola página y es más probable que vea las actividades que se ofrecen.

- Costa Rica, a diferencia de Panamá y México, cuenta con una Ley de Fomento de Turismo Rural Comunitario, que les brinda determinada estructura y reglamentación a todos los emprendimientos comunitarios.
- Para las empresas comunitarias es difícil acceder a créditos y/o financiamiento. Son muchas las empresas que siguen dependiendo del apoyo de entes externos como el gobierno y organismos de cooperación internacional.
- Tanto en Panamá, como en México y Costa Rica, se identificó que una de las principales necesidades para lograr el fortalecimiento del TRC es el apoyo en capacitación y en la promoción y comercialización de sus productos.
- Las oportunidades de mejora destacadas por las agencias de viaje y turoperadora a través de la encuesta están enfocadas en capacitaciones, apoyo en infraestructura en las comunidades, vinculación de los productos de TRC con la empresa privada y una mejor organización, principalmente en el área gubernamental.
- Las Posada Media Luna no ha logrado su sostenibilidad, la principal causa identificada es la dificultad del trabajo en equipo debido a los intereses personales, el poder los conflictos internos, esto repercute en todas las áreas de operación de la empresa ya que el éxito de un buen trabajo es la suma de muchos trabajos pequeños bien ejecutados que se complementan.
- La sostenibilidad financiera tampoco se ha logrado, ya que no pueden sostener las operaciones de la posada con sus ingresos. Esto se debe a que no ha logrado vender sus productos y servicios turísticos directamente a las agencias de viaje y turoperadoras nacionales, actualmente se dirige al cliente

final, el visitante; no cuentan con una buena gestión de sus redes sociales, ni con la información actualizada en la página web; y que se han acostumbrada a contar con proyectos de organizaciones no gubernamentales, lo cual hace que estén acomodados y que no busquen opciones para crecer y hacer que las cosas funcionen.

### **RECOMENDACIONES**

- Panamá requiere de una ley de turismo rural comunitario que brinde la superestructura para lograr el trabajo en gobernanza de la empresa privada, las organizaciones no gubernamentales y las instituciones estatales para que de esta manera se pueda dar continuidad y acompañamiento a los proyectos comunitarios.
- La Organización OMUB como administradora de La Posada Media Luna debe trabajar en la unión de sus integrantes a través del fortalecimiento de sus habilidades blandas. Con el fin de disminuir los problemas internos que pudiesen tener, evitar los conflictos y los intereses personales, que a veces dificulta la toma de decisiones y trabajo en equipo.
- La Posada Media Luna, con ayuda de otros actores, debe garantizar la calidad de los servicios que ofrece, específicamente asegurándose de la responsabilidad ante este compromiso, la seguridad y la hospitalidad de los visitantes.
- Una vez cuentan con un servicio de calidad deben buscar conectar con agencias de viaje, turoperadoras nacionales, hoteles de la zona, que cuenten con el perfil de turista que la posada tiene y quiere para lograr alianzas para la promoción y comercialización de sus productos.
- La posada necesita un plan de promoción a través del aprovechamiento de las herramientas con las que ya cuentan: las redes sociales, su página web y WhatsApp siendo estas un portal actualizado e ilustrativo de sus servicios.



- Las capacitaciones que se proponen para la organización OMUB y las organizaciones turísticas que trabajan de la mano con ellas son: idioma (principalmente inglés), administración, trabajo en equipo, finanzas y gastronomía, entre otros. Estas capacitaciones deben estar bajo el paraguas de figuras que garanticen el acompañamiento de las comunidades, ya que sin el mismo es muy difícil completar el ciclo del aprendizaje.
- Se debe incluir a los y las jóvenes y adultos mayores de la comunidad en las actividades socio-culturales y turísticas, con el fin de empoderarlos y contar con otra perspectiva de la posada.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cañada, E. (2015). La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 160.
- Cardín Pedrosa, M. (2007). *EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN COSTA RICA*.
- Fundación UNAM . (2020). *Pueblos Mágicos: historia y tradición* . Obtenido de Fundación UNAM Web site: <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/pueblos-magicos-historia-y-tradicion/#:~:text=En%202001%2C%20la%20Secretar%C3%ADa%20de,pa isajes%20naturales%20y%20tradiciones%20arraigadas>.
- Gernez, C. (2021). *Análisis del Turismo Comunitario en Panamá*. Panamá.
- Gomez Bastar, S. (2012). *Metodología de la Investigación* . México: Red Tercer Milenio.
- Grajales G., T. (2000). *Tipos de investigación*.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: McGRAW-HILL.
- Kieffer, M. (2018). Turismo rural comunitario y organización colectiva: un enfoque comparativo en México. *PASOS*, 433.
- Kieffer, M. (2019). Turismo rural comunitario en México: Apuntes para futuras investigaciones. *Dimensiones Turísticas*, 44.
- Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *AMBIENTCO*, 5.
- Olea Franco, P. (2008). *Manual de Técnicas de Investigación Documental*.
- Organización de Mujeres Unidas de Bonllik. (12 de julio de 2019). *Misión: Posada Media Luna*. Obtenido de Posadamedialuna.com: <http://posadamedialuna.com/index.php/hotel/mision>
- Organización Mundial del Turismo . (2012). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de UNWTO.ORG: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/#:~:text=%C2%ABE%20turismo%20que%20tiene%20plenamente,y%20de%20las%20comunidades%20anfitrionas.%C2%BB>
- Orgnización de Mujeres Unidas de Bonllik. (12 de julio de 2019). *Visión: Posada Media Luna* . Obtenido de Posadamedialuna.com: <http://posadamedialuna.com/index.php/hotel/vision>
- Ostelea Tourism Managment School. (30 de Noviembre de 2021). *Blog Turismo*. Obtenido de Ostelea.com: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Programa de las Naciones Unidas Panamá. (21 de Diciembre de 2021). *Historias: Desafíos y liderazgo: mujeres Naso Tjër Di se reinventan frente a la crisis*. Obtenido de Naciones Unidas Panama: <https://panama.un.org/es/167094-desafios-y-liderazgo-mujeres-naso-tjer-di-se-reinventan-frente-la-crisis>
- Programa de Pequeñas Donaciones del FMAM . (2019). *La Casa Naso de las plantas medicinales*. Panamá.

- Sancho Pérez, A., Cabrer Borrás, B., & García Mesanat, G. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Secretaría de Turismo de México. (2004). *Como desarrollar un proyecto de Ecoturismo*. Ciudad de México: SECTUR.
- Socatelli, M. (2021). *Fundamento del Desarrollo Regenerativo y el Turismo regenerativo*. Costa Rica : UCI.
- Solano, L. (2006). Turismo rural comunitario en Costa Rica. *AMBIENTCO*, 9-10.
- Universidad La Concordia . (28 de Julio de 2020). *Conoce 4 técnicas de investigación que son ideales para universitarios* . Obtenido de Universidadlaconcordia.edu.mx:  
<https://universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,conocimiento%20para%20resolver%20nuestras%20preguntas.>

## ANEXOS

### Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

Nombre y apellidos: Elisa Lasso Falcón  
 Lugar de residencia: Panamá, Panamá  
 Institución: Fundación Panameña de Turismo Sostenible  
 Cargo / puesto: Asistente de proyecto

<b>Información principal y autorización del PFG</b>	
<b>Fecha:</b> 15 de junio de 2022	<b>Nombre del proyecto:</b> Análisis del turismo rural comunitario en la actualidad en Panamá y una valoración del caso de La Posada Media Luna
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> 20 de junio de 2022	<b>Fecha tentativa de finalización:</b> 20 de septiembre 2022
<b>Tipo de PFG: (tesina)</b>	
<b>Objetivos del proyecto:</b>	
<p><b>Objetivo General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar el turismo rural comunitario en la actualidad panameña y una valoración del caso La Posada Media Luna para brindar recomendaciones útiles y concretas a sus administradoras.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comparar la realidad del turismo rural comunitario en los países de la región con el fin de obtener una referencia del mismo.</li> <li>- Describir la oferta del turismo rural comunitario en Panamá para enmarcar su estado operativo.</li> <li>- Definir la situación del turismo rural comunitario en La Posada Media Luna con el fin de identificar sus debilidades y fortalezas.</li> </ul>	

**Descripción del producto:**

El análisis del turismo rural comunitario en Panamá busca evaluar la situación actual de este tipo de turismo en el país, pero además se utilizara como referencia el caso de La Posada Media Luna, microempresa gestionada por la Organización de Mujeres de Unidas de Bonyic (OMUB), organización de base comunitaria (OBC), ubicada en la comunidad de Bonyic, Comarca Naso, provincia de Bocas del Toro, República de Panamá.

Esta organización tuvo sus inicios en el año 2004, y buscaba dar solución a los problemas de nutrición y alimentación que presentaban algunos niños y niñas que asistían a la escuela de Bonyic, mediante la creación de un huerto escolar.

La OMUB ha tenido un proceso de transformación y crecimiento, donde han contado con la ayuda de diferentes organizaciones como la Asociación Coordinadora Indígena y Campesina de Agro-forestería Comunitaria Centroamericana y el Programa de Pequeñas Donaciones del Fondo mundial para el Ambiente, bajo el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Fue así como en el 2010 OMUB logra conseguir un financiamiento a través del Proyecto Binacional de cooperación entre Panamá y Costa Rica para la construcción de la posada turística.

El análisis busca generar recomendaciones específicas tomando como base la recolección de datos, la comparación y el análisis para que La Posada Media Luna por medio de las sugerencias puedan tomar decisiones que ayuden a la mejorara de sus operaciones.

El desarrollo del proyecto estará conformado por las tres partes:

La primera parte será comparar la realidad del turismo rural comunitario tomando como referencias documentación de países de la región.

La segunda parte será validar el término, turismo rural comunitario, en la oferta de las agencias de viaje, tour operadoras y otros medios que se encuentran en el país.

Por último se analizará el caso de la Posada Media Luna, sus procesos, sus errores y sus aciertos y teniendo como base toda la información recolectada se brindarán recomendaciones para atacar sus debilidades.

**Necesidad del proyecto:**

En estos últimos 12 años la Organización de Mujeres Unidas de Bonyic ha impulsado el turismo en su comunidad, principalmente ofreciendo hospedaje a los turistas, este es su principal ingreso con los servicios de alimentación. En este proceso de crecimiento descubrieron que no solo deben brindar hospedaje, sino experiencias, tanto en cada uno de los pasos que el huésped tenga que hacer en su estadía en la posada, como en sus servicios complementarios, como lo son la comida y las actividades que se ofrecen. Enfocándose en esta realidad, la Organización de Mujeres Unidas de Bonyic han hecho varios cambios, entre ellos está la mejora de las actividades que ofrecen a sus visitantes a través de la creación de alianzas con comunidades vecinas, como Rancho Quemado, quienes ofrecen principalmente actividades de turismo de aventura como: senderismo,

interpretación de la naturaleza y acampar; y la creación y mejorar las experiencias que ellos mismos ejecutaban y ofrecían visitantes, como: taller de cacao, actos culturales y tradicionales de la cultura Naso, preparación del café, confección de artesanías, pesca artesanal, entre otras.

A pesar de los cambios realizados a nivel de su oferta y que poseen con buenos canales de promoción, como la página web y redes sociales como Instagram, no han logrado un desarrollo favorable.

Es por eso que se busca hacer un análisis, en su mayor parte, comparativo para identificar Oportunidades de mejora, propiciando el mejoramiento del producto turístico y el empoderamiento de la Organización.

#### **Justificación de impacto del proyecto:**

La Organización de Mujeres Unidas de Bonyic, quienes gestionan la Posada Media Luna, quieren utilizar el turismo, cada vez más, como herramienta para el desarrollo de las y los miembros de la organización y el desarrollo comunitario. Reconocen que deben estar en un constante crecimiento para poder lograr este desarrollo.

Es por esto que el análisis comparativo de la realidad turística de Panamá será una herramienta que ayude a identificar las debilidades con las que cuentan que no han podido atacar durante este tiempo. Lo más probable es que en esa búsqueda se encuentren debilidades y fallas que sean fáciles y difíciles de abordar, pero se necesitará dar recomendaciones puntuales, que las ayude a generar nuevas vías y medios para atraer a más visitantes responsables a la comunidad.



#### **Restricciones:**

- Poca conectividad de internet en la comunidad.
- Pocos datos estadísticos de turismo de la comunidad de Bonyic
- Desconocimiento de cómo se utilizan aparatos como el celular o la computadora, principalmente de los adultos mayores.

#### **Entregables:**

Documento final:

- Parte Introductoria
- Introducción
- Marco Teórico
- Marco Metodológico
- Estrategia de mercadeo
- Conclusiones

<b>Identificación de grupos de interés:</b> Cliente(s) directo(s): - Organización de Mujeres Unidas De Bonyic y comunidad de Bonyic Cliente(s) indirecto(s): - Agencias de viaje panameñas - Tour operadoras panameñas - Fundación Panameña de Turismo Sostenible	
<b>Aprobado por (Tutor):</b>  Laura Arguedas Ruiz	<b>Firma:</b> LAURA ARGUEDAS RUIZ (FIRMA)  Digitally signed by LAURA ARGUEDAS RUIZ (FIRMA) Date: 2022.06.20 14:30:25 -06'00'
<b>Estudiante:</b> Elisa Lasso	<b>Firma:</b> 

### Anexo 2: Cronograma de trabajo

MES	SEMANA	META
Julio	5-9	Estructura, planeación
	10-17	Estructura, introducción y Marco teórico
	18-24	Marco Teórico - entrega a la profe
	25-31	Marco Metodológico
Agosto	1-7	Trabajo en el Capítulo II
Septiembre	29-4	Solicitud de prórroga
	5-11	Entrega del capítulo I y II
	12-18	Trabajo en capítulo III - Búsqueda de información sobre agencias de viaje y turoperadoras de turismo comunitario en Panamá.
	19-25	
	26 - 2	Análisis de la información de los capítulos I, II y III para el capítulo IV
Octubre	3 - 9	Envío de correos a posibles lectores Encuesta a tour operadores y agencias de viaje de Turismo Comunitario en Panamá
	10 - 16	Confirmación de Lectora Entrevista a miembros de la posada Media Luna
	17 - 23	Entrega de capítulo III y IV para revisión
	24 - 30	Trabajo en las conclusiones, recomendaciones según el análisis de la información recolectada
Noviembre	31 - 4	Envío del capítulo V para revisión
	5	Último día para entregar a la Universidad



### Anexo 3: Respuesta de la encuesta realizada a Tour-operadora, agencias de viaje y plataformas turísticas en Panamá

- Nombre de la empresa
  - Cloudforest Travel Panama**
  - El Trip de Jenny**
  - Pacific Adventure Tours**
  - Panamá Adventure Travel**
  - Vapues Travel**
  - ISLA CAÑAS TOURS**
  - Accento Incentives**
  - Isthmian adventures**
  - Responsible Experience By Istmo**
  - Azuero Adventures**

La tabla 8 y la tabla 9 son preguntas enfocadas a conocer más sobre la empresa a la cual se le está aplicando la encuesta.

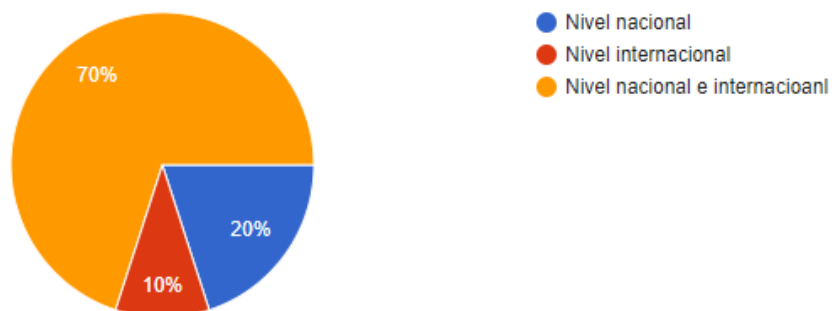
- **Tabla 8**

*¿Cuántos años tiene la empresa vendiendo turismo rural comunitario?*

<i>Años</i>	<i>1 año</i>	<i>4 años</i>	<i>5 años</i>	<i>6 años</i>	<i>10 años</i>	<i>15 años</i>	<i>20 años</i>
<i># de empresas</i>	2	2	1	1	1	2	1
<i>Porcentaje</i>	20%	20%	10%	10%	10%	20%	10%

- **Tabla 9**

*El turismo rural comunitario lo vende a...*



### **Perfil de su cliente de turismo rural comunitario**

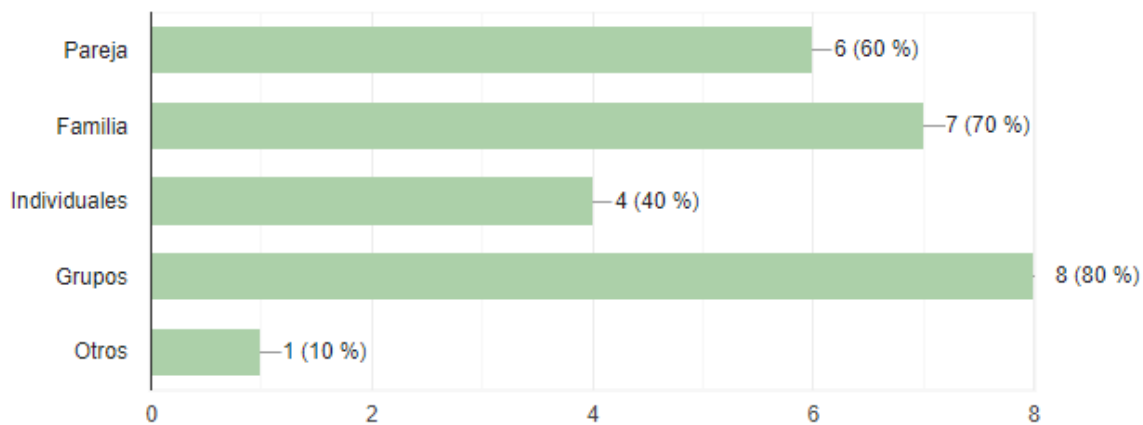
Las siguientes preguntas se utilizaron para identificar el perfil del cliente de turismo rural comunitario en Panamá, las mismas abarcan de la tabla 10 a la tabla 16.

- **Tabla 10**

*País de procedencia (País de procedencia de la mayoría de sus clientes que compran TRC)*

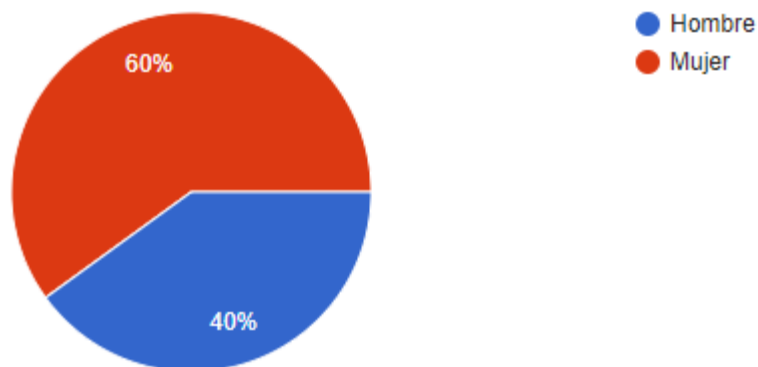
<i>País</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>Reino Unido</i>	<i>España</i>	<i>Europa</i>	<i>Latinoamérica</i>
<i>Cantidad</i>	6	1	1	1	1
<i>Porcentaje</i>	60%	10%	10%	30%	10%

**Tabla 11**  
*¿Cómo viajan?*



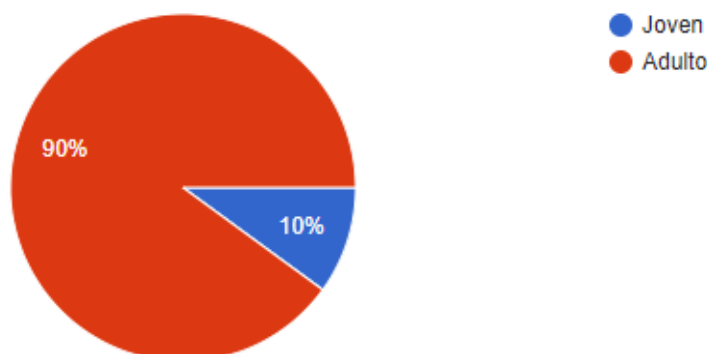
La tabla 10 y la tabla 11 presentan características socio-demográficas de los clientes.

- **Tabla 12**  
*Su cliente suele ser en su mayoría (género)*



**Tabla 13**

*Su cliente suele ser en su mayoría (grupo etario)*

**Tabla 14**

*¿Cuáles aspectos o características del turismo rural considera usted son los mayores atractivos para el turista?*

- *La cultura e idiosincrasia de las comunidades.*
  - *Los pueblos originarios, su forma de vida y la naturaleza de Panamá.*
  - *La riqueza natural de las comunidades y su cultura, incluyendo la gastronomía.*
  - *Playas, montañas y contacto con la naturaleza y otras personas de diferentes culturas.*
  - *Elemento socio-cultural.*
  - *El contacto con la comunidad y la sostenibilidad.*
  - *Son mayormente atractivos la cultura rural y visita a lugares de interés.*
  - *Experiencias vivenciales. No gustan de lo mal empaquetado.*
  - *Cultura y experiencias únicas nativas locales.*
  - *Autenticidad de la experiencia.*
-

**Tabla 15**

*El turista que selecciona turismo rural en su mayoría tienen escolaridad*

**Tabla 16**

*Otros rasgos del perfil del cliente que considere importante*

Son visitantes comprometidos con converger con otras culturas y aprender de las mismas. Les gustan las experiencias con las comunidades, lo natural y no artificial.

Son amantes de la aventura y naturaleza	Importante mejorar la calidad y servicio de las comunidades
Interés cultural, Nómada- Millennial	Nuestra clientela es altamente educada y viajada.

Por último, los turoperadores, agencias de viaje y plataformas digitales quienes realizaron la encuesta compartieron las oportunidades de mejora, resumidos en la tabla 17, que ellos observan del turismo rural comunitario en Panamá desde su realidad.

- **Tabla 17**

*¿Cuáles considera usted sean oportunidades de mejora para el turismo rural comunitario en Panamá?*

- Infraestructura para productos autóctonos.
  - Accesos, promoción y capacitación a nuestras comunidades para que presten un servicio de más alta calidad. Manejo de desechos y gestión ambiental.
  - Que los turoperadores de Panamá, aprendan a apreciar y venderlo como un producto turístico deseable para los turistas.
  - La calidad en la atención al cliente y personal calificado y apto.
  - Articulación de oferta, capacitaciones, infraestructura.
  - Enfocar en el aprendizaje del idioma inglés, impulsar proyectos de promoción turística en las comunidades.
  - Una oportunidad de mejora sería cumplir con infraestructura básica, como baños, buen manejo de los desechos y guías de sitio.
  - Una mejor organización de su desarrollo. Se desperdician muchos fondos haciendo estudios una y otra vez y repitiendo temáticas que ya han hecho muchas veces.
  - Más apoyo de las Autoridades y la Empresa privada.
  - Acceso a recursos para personas que quieren montar sus negocios en cumplimiento con las reglamentaciones del gobierno. El proceso de conseguir la licenciatura y estar en regla no es posible para muchas personas de comunidades rurales.
-

## Anexo 4: Ley 188 del 4 de diciembre del 2020, que crea la comarca Naso Tjër Di

No. 29170-A

Gaceta Oficial Digital, lunes 07 de diciembre de 2020

1

LEY 188  
De 4 de diciembre de 2020

### Que crea la comarca Naso Tjër Di

#### Capítulo I Creación y Delimitación

**Artículo 1.** Se crea la comarca Naso Tjër Di, que constituye una división política especial, segregada del distrito de Changuinola, provincia de Bocas del Toro, que tendrá un área total de delimitación de 160,616 hectáreas, de las cuales 125,141 hectáreas pertenecen al Parque Internacional La Amistad y 21,722 hectáreas pertenecen al Bosque Protector Palo Seco, ambas áreas protegidas quedan dentro de la comarca Naso Tjër Di en los límites siguientes:

Desde un punto ubicado en la parte noreste del cerro Namu-Uoki en los límites internacionales entre la República de Costa Rica y la República de Panamá con coordenadas UTM 1048000.00mN y 287450.00mE, se sigue línea recta en dirección noreste hasta donde dicha línea toca las aguas del río Skuit, punto con coordenadas UTM 1049600.55mN y 295470.88mE, que sirve como límite del Parque La Amistad, se sigue este punto aguas arriba hasta una distancia de 6.7 kilómetros, donde le vierte sus aguas al brazo de una quebrada sin nombre con coordenadas UTM 1044835.00mN y 295994.00mE en el margen derecho a una altitud aproximada de 480m; desde este punto, se sigue línea recta imaginaria a una distancia aproximada de 800m, se continúa línea recta imaginaria a una distancia aproximada de 1.6 kilómetros, con rumbo sureste a 85° pasando por la cota 1,037m hasta su intersección con una quebrada sin nombre a un punto con coordenadas UTM 1043681.89mN y 299130.98mE, a una altura aproximada de 660m, se sigue aguas abajo hasta confluir con el brazo principal de una quebrada sin nombre, que es el primer afluente de importancia en el margen derecho del río Yorkin a un punto con coordenadas UTM 1044534.52mN y 300599.89mE, se continúa a una distancia aproximada de 1.8 kilómetros aguas arriba hasta una confluencia con una quebrada sin nombre con coordenadas UTM 1043337.39mN y 300380.10mE a 600m de altitud, se sigue la curva 600m hasta las coordenadas UTM 1043452.00mN y 301129.00mE; desde este punto, se continúa por el filo en dirección noreste hasta llegar a un punto con coordenadas UTM 1043452.00mN y 301129.00mE; desde este punto, se continúa por el filo en dirección noreste hasta llegar a un punto con coordenadas UTM 1043700.00mN y 302225.00mE, se continúa por el filo en dirección sureste hasta un punto con coordenadas UTM 1043725.00mN y 301375.00mE, se continúa por todo el filo mencionado hasta llegar a un punto con coordenadas UTM 1043250.00mN y 303900.00mE, se sigue el mencionado filo hasta llegar a un punto donde la quebrada Shwlong diwa (quebrada Zapallo) deja sus aguas al río Bromli en un punto con coordenadas UTM 1043750.00mN y 305340.00mE; desde este punto, se sigue hasta encontrar al camino real, se sigue en dirección noreste hasta llegar a un punto con coordenadas UTM 1045020.09mN y 306391.84mE, se continúa por este camino en dirección noreste donde la quebrada Cacao deja sus aguas en el río Snury a un punto con coordenadas UTM 1045625.02mN y 306823.00mE, se sigue el camino real en dirección noreste hasta llegar a una elevación o cota de 356m con coordenadas UTM 1045989.18mN y 307299.93mE, se



continúa este río aguas arriba hasta el brazo más al sur; desde este punto, se sigue línea recta en dirección sur hasta tocar los límites internacionales entre Costa Rica y la República de Panamá; desde este punto, se sigue por toda la cordillera en dirección noroeste pasando por cerro Echandí, punto que sirve de límite internacional entre la República de Costa Rica y la República de Panamá, se continúa por el límite internacional línea recta en dirección norte hasta llegar al punto de inicio con coordenadas UTM 104800.00mN y 287450.00mE.

**Artículo 2.** La comarca Naso Tjër Di tendrá como cabecera a la comunidad de Sieyic en la ribera del río Teribe, donde es la sede del rey naso y de su pueblo.

**Artículo 3.** Se crea el corregimiento de San San Drui, que comprende las comunidades de San San Drui, Tigra, Alto Solón, Peña Blanca, Loma Bandera y San San; y el corregimiento Bonyik, que comprende las comunidades de Rancho Quemado, Bonquin, Sodí, Santa Rosa, Tres Piedras, Bonyik y Dos Concejales.

**Artículo 4.** Se crea el distrito especial Naso Tjër Di, que comprende los corregimientos de Teribe, San San Drui, Bonyik y Dos Concejales.

## Capítulo II

### Régimen de la Propiedad de la Tierra

**Artículo 5.** Las tierras ubicadas dentro del territorio Naso Tjër Di son propiedad colectiva del pueblo naso tjër di, que las administrará, poseerá sus derechos de manera perpetua y usufructuará, con el fin de lograr su bienestar económico, social, cultural y político de acuerdo con lo establecido en el artículo 127 de la Constitución Política de la República de Panamá.

**Artículo 6.** Los títulos de propiedad y los derechos posesorios registrados ante la Autoridad Nacional de Administración de Tierras (antigua Reforma Agraria), adquiridos previo a la vigencia de esta Ley, deberán ser reconocidos y respetados por las autoridades tradicionales y nacionales.

**Artículo 7.** Los modos de uso, usufructo, transmisión, posesión, tenencia y distribución de las tierras entre los miembros del pueblo naso se realizarán de acuerdo con sus costumbres y tradiciones y se reglamentará en la Carta Orgánica.

Se exceptúan de este artículo los títulos y derechos posesorios existentes antes de la entrada en la vigencia de la presente Ley.

**Artículo 8.** El traspaso de los derechos posesorios y otros previamente adquiridos dentro de la comarca Naso podrá realizarse siempre que se ofrezca en opción preferencial a la comarca Naso. Para tales efectos, la oferta deberá dirigirse al Consejo General Naso, que tendrá noventa días, prorrogables por igual término, para aceptarla o rechazarla. De no





hacerse uso de este derecho de primera opción de compra, el oferente estará facultado para vender a terceros por un precio no inferior al ofrecido a la comarca.

### **Capítulo III** Gobierno y Administración

**Artículo 9.** El Estado reconoce el régimen de gobierno y administración tradicional de la comarca naso, conformado por el Consejo General Naso, que tendrá como máxima autoridad al rey naso y su suplente.

Las funciones y atribuciones, formas de elección, funcionamiento y todo lo relativo a estos organismos serán reglamentados en la Carta Orgánica.

**Artículo 10.** El rey naso contará con un vocero de la comarca ante el Gobierno Nacional y las autoridades públicas y privadas, quien será elegido conforme a lo establecido en la Carta Orgánica, a la costumbre y a la tradición naso.

**Artículo 11.** El Consejo General Naso es un organismo de consenso, consulta, coordinación y administración de la comarca y estará integrado por el rey naso y los delegados electos por cada comunidad, y contará con una Junta Directiva.

**Artículo 12.** La asamblea del pueblo naso es un organismo de expresión y decisión de la comarca y la conforman todos los miembros del pueblo naso. Las atribuciones, facultades y competencias de la asamblea del pueblo naso serán reguladas en la Carta Orgánica.

**Artículo 13.** La asamblea del pueblo naso se reunirá una vez al año y extraordinariamente, cuando sea convocada por el Consejo General en coordinación con el rey.

**Artículo 14.** En la comarca funcionará, además del Consejo General Naso, el Consejo Municipal Naso Tjër Di, que promoverá, coordinará y conciliará las actividades que promuevan el desarrollo integral de la comarca Naso Tjër Di y, a su vez, servirá como órgano de consulta de acuerdo con la Constitución Política.

### **Capítulo IV** Administración de Justicia

**Artículo 15.** La Administración de Justicia en la comarca Naso se ejercerá, sin contrariar la Constitución Política de la República y las leyes nacionales, de acuerdo con la competencia y jurisdicción.

**Artículo 16.** Las autoridades administrativas para efecto de sus decisiones coordinarán con las autoridades tradicionales de la comarca Naso.

## Anexo 5: La ley No. 290 del 24 de marzo de 2022, Que declara prioridad nacional el fomento y desarrollo del turismo indígena sostenible y dicta otras disposiciones.

De *24* de *marzo* LEY *290* de 2022

**Que declara prioridad nacional el fomento y desarrollo del turismo indígena sostenible y dicta otras disposiciones**

LA ASAMBLEA NACIONAL

DECRETA:

### Capítulo I

Disposiciones Generales

**Artículo 1.** Se declara prioridad nacional el fomento y desarrollo del turismo indígena sostenible en los pueblos indígenas, comunidades y regiones con potencial turístico.

**Artículo 2.** Esta Ley tiene por objeto reconocer, proteger, incentivar, valorar, promover y encaminar el desarrollo integral de los pueblos indígenas, a través del fomento del turismo indígena sostenible, a fin de procurar su propia gestión de desarrollo, incluidos el manejo de destinos turísticos locales, su planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible.

Además, tendrá los propósitos siguientes:

1. Dar uso óptimo a los recursos naturales como parte de los elementos fundamentales del desarrollo turístico, garantizando la conservación de estos y la sostenibilidad de la diversidad biológica.
2. Establecer e implementar estrategias y políticas en materia económica, social y ambiental que guiarán el desarrollo turístico en los pueblos indígenas con base en el Plan Maestro de Turismo Sostenible.
3. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades indígenas, así como conservar su legado y su patrimonio natural y cultural.
4. Fomentar actividades económicas viables que generen nuevas fuentes de ingreso.
5. Promover el turismo indígena sostenible que represente una experiencia significativa para los visitantes.
6. Fortalecer a las comunidades indígenas para el desarrollo de las condiciones mínimas necesarias para la atracción turística.
7. Fomentar la identificación de atractivos turísticos en los pueblos indígenas, mediante diagnósticos comunitarios participativos.
8. Impulsar, mediante el consenso, la elaboración e implementación de códigos de ética de turismo indígena sostenible, tanto para los prestadores de servicios turísticos como para los visitantes y los miembros de la comunidad.

**Artículo 3.** Para los efectos de la presente Ley, los siguientes términos se entenderán así:

1. *Autoridad tradicional.* Representante de un pueblo indígena, elegido de acuerdo con el procedimiento tradicional.



2. *Pueblo indígena*. Colectividades humanas que descienden de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenecía el país desde la época de la conquista, de la colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales, lingüísticas y políticas.
3. *Indígenas*. Población originaria del territorio que habita desde tiempos milenarios y que mantiene organizaciones tradicionales con rasgos culturales propios de cada grupo en cuanto a su forma de vida, costumbres, tradiciones, lenguas, religión y cosmovisión.
4. *Turismo indígena sostenible*. Actividad recreativa y planificada de forma responsable, con el propósito de conocer la cultura, la cosmovisión, la historia natural y tradiciones, así como de vivir una experiencia auténtica en y con los pueblos indígenas, que crea nuevas oportunidades de ingresos a nivel local, promueve el desarrollo sostenible y contribuye a la conservación de la naturaleza y el patrimonio cultural de los pueblos indígenas.
5. *Guía de turismo*. Profesional encargado de orientar a los turistas durante su estadía y que ha sido certificado para el ejercicio de la actividad por parte de la Autoridad de Turismo de Panamá.
6. *Incentivos*. Mecanismos que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario.
7. *Patrimonio cultural*. Los monumentos, obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, así como elementos o esculturas de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.
8. *Patrimonio natural*. Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

**Artículo 4.** La Autoridad de Turismo de Panamá y las autoridades tradicionales coordinarán para adoptar las medidas necesarias para la adecuada aplicación del desarrollo del turismo indígena sostenible en comunidades y regiones con potencial turístico.

**Artículo 5.** La Autoridad de Turismo de Panamá y las autoridades tradicionales, dentro de sus atribuciones, promoverán la preservación, el fortalecimiento y la difusión de la cultura indígena, como atractivo turístico. Asimismo, apoyarán la creatividad artesanal y artística de los pueblos indígenas y la comercialización de sus productos.

**Artículo 6.** Las autoridades tradicionales, junto con la Autoridad de Turismo de Panamá, coordinarán jornadas de capacitación y formación en las comunidades con las instituciones vinculadas a esta materia.

**Artículo 7.** Las autoridades tradicionales serán las encargadas de coordinar y fomentar la actividad turística indígena sostenible de sus regiones. Las entidades públicas correspondientes promocionarán, incentivarán y crearán las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo rural comunitario.



**Artículo 8.** Con el fin de preservar y valorar las expresiones genuinas del patrimonio cultural comunitario, las autoridades tradicionales podrán gestionar y desarrollar programas en alianza con organismos privados, entidades públicas y organizaciones sin fines de lucro y de cooperación internacional.

### **Capítulo II**

#### **Cultura, Historia y Pueblos Indígenas**

**Artículo 9.** La cultura histórica de los pueblos indígenas constituirá aspectos que serán promovidos y desarrollados por el turismo indígena sostenible por ser parte integrante de la idiosincrasia de una población.

**Artículo 10.** Se reconoce la medicina tradicional de los pueblos indígenas como forma de expresión de la cosmovisión de estos pueblos.

**Artículo 11.** El Ministerio de Cultura promoverá y desarrollará, directamente con las autoridades tradicionales, las actividades destinadas a difundir y estimular la cultura, así como la promoción de la historia y de los pueblos indígenas en el territorio nacional.

**Artículo 12.** El turismo indígena sostenible debe prevenir el deterioro y la destrucción de los sitios sagrados y toda manifestación tangible e intangible de su modo de vida y su cosmovisión.

### **Capítulo III**

#### **Competencia de las Autoridades de Turismo de Panamá**

**Artículo 13.** La Autoridad de Turismo de Panamá, como órgano rector de la actividad turística en el país, tendrá las siguientes competencias en relación con el turismo indígena sostenible:

1. Elaborar, en coordinación con las comunidades, el Plan Estratégico de Turismo Indígena Sostenible de cada comunidad que realice actividad turística.
2. Otorgar el permiso de alojamiento público turístico a quienes cumplan con los requisitos establecidos por la Autoridad de Turismo de Panamá.
3. Asesorar a las personas naturales o jurídicas que realicen actividades de turismo indígena sostenible para el cumplimiento de los procesos correspondientes a la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
4. Destinar el recurso humano y económico necesario para el desarrollo del turismo indígena comunitario sostenible.
5. Promover a nivel nacional e internacional las experiencias de turismo indígena sostenible.
6. Establecer las condiciones necesarias para desarrollar el turismo indígena sostenible.
7. Garantizar el cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley.



**Artículo 14.** La Autoridad de Turismo de Panamá, junto con las autoridades tradicionales de la República, diseñará el Plan Estratégico de Turismo Indígena Sostenible, que incluirá una visión, una misión y sus objetivos.

#### **Capítulo IV** Incentivos

**Artículo 15.** El Estado creará las facilidades para préstamos blandos y promoverá el apoyo de las instituciones vinculadas al desarrollo de la micro y pequeña empresa, a fin de que estas comunidades puedan lograr su propio desarrollo y el objeto de la presente Ley.

**Artículo 16.** Podrán acogerse a los beneficios e incentivos de la presente Ley las personas naturales o jurídicas que realicen actividades de turismo indígena sostenible.

#### **Capítulo V** Disposiciones Finales

**Artículo 17.** Se crea el Registro de Turismo Rural Comunitario.

**Artículo 18.** El Sistema Estatal de Radio y Televisión brindará espacios para la promoción, divulgación y sensibilización del turismo indígena sostenible a nivel nacional.

**Artículo 19.** En los procesos de consulta y participación establecidos en la ley, se respetarán los estilos de discusión y toma de decisiones de cada una de las comunidades involucradas, garantizando que los pueblos indígenas puedan expresar libremente su opinión.

**Artículo 20.** La presente Ley será reglamentada por el Órgano Ejecutivo a través de la Autoridad de Turismo de Panamá.

**Artículo 21.** Esta Ley comenzará a regir el día siguiente al de su promulgación.

#### **COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Proyecto 243 de 2019 aprobado en tercer debate en el Palacio Justo Arosemena, ciudad de Panamá, a los veintisiete días del mes de enero del año dos mil veintidós.

El Presidente,

  
Crispiano Adames Navarro

El Secretario General,

  
Quibían T. Panay G.

## Anexo 6: Encuesta realizada

### Encuesta a turoperadoras de Turismo Rural Comunitario en Panamá

La siguiente encuesta será utilizada únicamente como una fuente primaria de investigación para mi Trabajo Final de Graduación (PFG) enfocado en el tema "*Análisis del Turismo Rural Comunitario en la actualidad en Panamá y una valoración del caso de la Posada Media Luna*" de la Maestría en Gestión de Turismo Sostenible.

Muchas gracias por su colaboración.

- Elisa Lasso

\*Obligatorio

1. Nombre de la empresa \*

---

2. ¿Cuántos años tiene la empresa vendiendo Turismo Rural Comunitario? \*

---

3. El Turismo Rural Comunitario lo vende a: \*

Marca solo un óvalo.

- Nivel nacional
- Nivel internacional
- Nivel nacional e internacioanl

Perfil de su cliente de Turismo Rural Comunitario

Las siguientes preguntas serán para identificar el perfil del cliente de turismo rural comunitario en Panamá.

4. País de procedencia \*

País de procedencia de la mayoría de sus clientes que compran TRC.

---

5. ¿Cómo viajan? \*

Selecciona todos los que correspondan.

- Pareja
- Familia
- Individuales
- Grupos
- Otros

Características sociodemográficas

6. Su cliente suele ser en su mayoría \*

*Marca solo un óvalo.*

Hombre

Mujer

7. Su cliente suele ser en su mayoría \*

*Marca solo un óvalo.*

Joven

Adulto

8. ¿Cuáles aspectos o características del turismo rural considera usted son los mayormente atractivos para el turista? \*

---

9. El turista que selecciona turismo rural en su mayoría tienen escolaridad \*

*Marca solo un óvalo.*

Universitaria

Secundaria

Primaria

Ninguna

Otro

10. Otros rasgos del perfil del cliente que considere importante

---

Oportunidades de mejora del Turismo Rural Comunitario en Panamá

11. ¿Cuáles considera usted sean oportunidades de mejora para el Turismo Rural Comunitario en Panamá? \*

---

---

---

---

---

## Anexo 7: Fotos

**Figura 22**

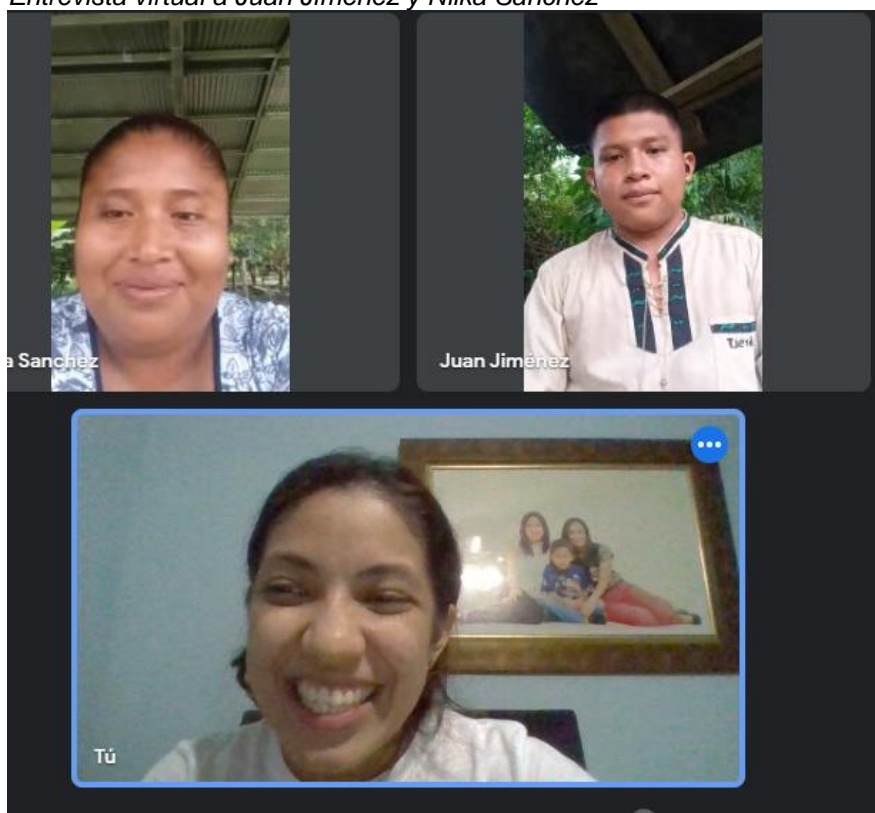
*Logo de la Posada Media Luna*



*Nota.* Adaptado de Logo Posada Media Luna [Logotipo], por OMUB, 2015, Facebook de Posada Media Luna (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100068863950782>).

**Figura 23**

*Entrevista virtual a Juan Jiménez y Nilka Sánchez*



*Nota.* Adaptado de Entrevista socia y voluntario de la Posada Media Luna [Imagen], por Elisa Lasso, 2022.



**Figura 24**

*Tienda comunitaria, Comarca Naso Tjër-Di*



*Nota.* Adaptado de Tienda comunitaria [Fotografía], por Elisa Lasso, 2022.

**Figura 25**

*Puerto en el Río Tjër-Di (Teribe)*



*Nota.* Adaptado de Puerto en el Río Tjër-Di [Fotografía], por Elisa Lasso, 2022.

**Figura 26**  
*Río Tjër-Di, Comarca Naso*



*Nota.* Adaptado de Río Tjër-Di [Fotografía], por Elisa Lasso, 2022.