



## TURISMO DE VACUNA. PANAMÁ Y SU INICIATIVA “VACUTOUR”, COMO ESTRATEGIA TURÍSTICA DIFERENCIADORA EN AMÉRICA LATINA

*VACUTOURISM. PANAMA AND ITS "VACUTOUR" INITIATIVE AS A DIFFERENTIATING  
TOURISM STRATEGY IN LATIN AMERICA*

**Nelly del Carmen Araya Reyes**

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

[nellydelc.araya@up.ac.pa](mailto:nellydelc.araya@up.ac.pa) <https://orcid.org/0000-0001-9369-0239>

### Resumen

El presente trabajo estudia la estrategia desarrollada por Panamá en lo que respecta al turismo de vacunas. Habiendo sido significativos los efectos de la crisis generada por la Covid-19, y una vez alcanzado óptimos niveles de vacunación entre su población, el país caribeño ha ideado un programa centrado en incentivar la visita de personas que deseen inmunizarse contra el virus, siempre y cuando cumplan con determinados requisitos, entre ellos, alojarse en establecimientos hoteleros autorizados para tal fin por la autoridad sanitaria. A través del trabajo se repasan los efectos generados por la Covid-19 en el sector turístico, la tendencia que representa el turismo de vacunas, el modelo turístico innovador que ha venido desarrollado Panamá en los últimos años, y su estrategia de promoción para el turismo de vacunas. Se finaliza el documento enfatizando la relevancia de la medida no solo en lo que respecta a la paulatina reactivación de la industria turística del país, sino también, en lo que tiene que ver al favorecimiento de su imagen internacional.

**Palabras clave:** Panamá, turismo de vacunas, Covid-19, innovación.

### Abstract

The present work studies the strategy developed by Panama regarding vaccine tourism. Having strongly felt the effects of the crisis generated by Covid-19, and once it reached optimal levels of vaccination among its population, the Caribbean country has devised a program focused on encouraging the visit of people who wish to be immunized against the virus, as long as when they meet certain requirements, including staying in hotel establishments authorized for this purpose by the health authority. Through the work, the effects generated by Covid-19 in the tourism sector, the trend represented by vaccine tourism, the innovative tourism model that Panama has been developing in recent years, and its tourism promotion strategy are reviewed. of vaccines. The document ends by emphasizing the relevance of the measure not only with respect to the gradual reactivation of the country's tourism industry, but also with regard to promoting its international image.

**Keywords:** Panama, vaccine tourism, Covid-19, innovation.



## Introducción

La crisis generada por la Covid- 19 ha provocado un impacto significativo sobre distintos ámbitos –social, cultural, ambiental-, pero uno de los sectores más afectados ha sido el turismo. De acuerdo con las cifras dadas a conocer por la Organización Mundial del Turismo las restricciones sobre los vuelos y la consiguiente caída de la demanda significó una reducción en el número internacional de pasajeros del 74%, y que los destinos turísticos en todo el mundo recibieran alrededor de 1.000 millones de visitantes menos en 2020 (Organización Mundial del Turismo, 2021).

En Panamá, donde la actividad turística ha sido desde siempre uno de los pilares fundamentales de la economía, de enero a diciembre de 2020 el país recibió un 74.1% menos de visitantes internacionales que en el mismo período de 2019. En términos de ingresos turísticos, esta cifra significó 1,115.5 millones de dólares, es decir, un 75,3% menos comparado con 2019 (Autoridad de Turismo de Panamá, 2020).

El impacto de la COVID- 19 no solo ha supuesto una reducción en el número de turistas y, por consiguiente, en los márgenes de ganancias de las empresas, sino que también hizo necesario una adaptación por parte de la industria, que ha tenido que reinventar ciertos procesos como la gestión de nuevos protocolos, la garantía de mayores condiciones de seguridad e higiene, y la generación de renovadas estrategias con el propósito de reconstruir el sector y hacerlo más resiliente (Lalanza, 2020).

Particularmente en el caso de Panamá, si bien la industria turística ha logrado constituirse como una referencia en el “turismo de sol y playa” (World Economic Forum, 2020) el país se encuentra diseñando una nueva estrategia para mantener la competitividad en el mercado internacional,



## Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente

<https://revistasvip.up.ac.pa/index.php/rea>

Fecha de Recepción 01/06/22  
Fecha de Aceptación 06/09/22

atendiendo de forma muy especial a las necesidades de los clientes que reclaman experiencias más personalizadas e individualizadas (Ribas de Pouplana, 2020).

Producto de esta necesidad de adaptación y transformación de la industria turística, tendencia que se ha visto reforzada por efecto de la crisis provocada por la Covid- 19, una de las medidas adoptadas por el Estado panameño ha sido incentivar el turismo de vacunas, una iniciativa surgida en el Estado de la Florida (Estados Unidos), centrada en ofrecer de manera libre y gratuita inmunización a los visitantes internacionales, mientras dure el período de su estadía. Producto de ello, en este trabajo se analiza la promoción del turismo de vacunas adoptada por Panamá, sus propósitos, principales aspectos y características.

### Problema de investigación

El turismo se ha transformado en una de las industrias primordiales del comercio internacional, y constituye a su vez una de las principales fuentes de ingresos para los países en vías de desarrollo. Como señala la United Nation World Travel Organization (UNWTO, 2021):

*Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso económico (p.1).*

Este progresivo crecimiento que ha venido sosteniendo la industria turística se ha visto interrumpido y significativamente afectado a consecuencia de la crisis generada por la pandemia de COVID-19, cuyo primer epicentro fue la ciudad china de Wuhan. Según las estimaciones de la



UNWTO (2021) la pérdida para el sector entre empleos directos e indirectos entre los años 2020 y 2021 ascendería a 4 los billones de dólares para la economía mundial.

La necesidad no solo de adaptar y transformar la industria turística, sino también de generar de manera progresiva las condiciones para retomar la “nueva normalidad” ha dado lugar a la gestión de diferentes iniciativas por parte de los Estados, como la promoción de visas especiales para los nómades digitales, la difusión de bonos entre los nacionales tendientes a incentivar el turismo interno, y una tercera estrategia denominada “turismo de vacunas”.

Poniendo el foco sobre esta tercera estrategia, el turismo de vacunas ha sido implementado por algunos destinos (Miami, Dubai, entre otros) para favorecer el flujo turístico, y posteriormente por otras ciudades y países que han ido adaptando su gestión conforme a su situación epidemiológica. Una de las últimas naciones que optado por impulsar esta iniciativa es Panamá, país que se encuentra configurando su modelo de desarrollo turístico sobre la base de sus atractivos naturales, pero también sobre el elemento de la modernidad. En este marco, el trabajo intenta responder al siguiente interrogante ¿Cuál ha sido la estrategia de Panamá en relación con el turismo de vacunas? Objetivo General:

- Conocer la estrategia de Panamá en relación al turismo de vacunas.

Específicos:

- Describir las principales características del turismo de vacunas en Panamá.
- Determinar la incidencia de esta estrategia en la reactivación de la industria turística en el país.
- Identificar cómo se inserta esta estrategia en el marco del proceso de modernización de la industria que está llevando a cabo el Estado panameño.

## Marco teórico

a. COVID- 19: su impacto en el turismo

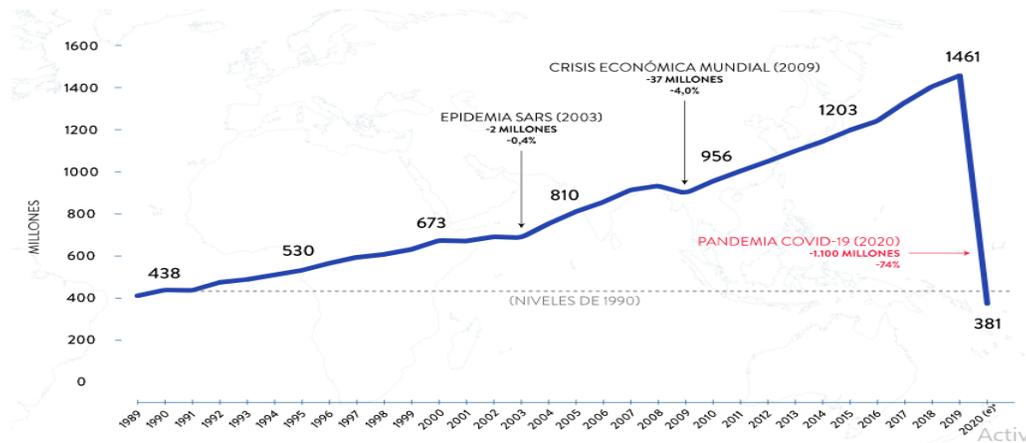


De acuerdo con los datos de la Organización Mundial del Turismo, en 2019 el número de turistas internacionales ascendió a 1,5 mil millones de personas, representando el 10° año consecutivo de crecimiento sostenible. De esta forma, la actividad turística se convirtió en el tercer sector más importante en exportación, representando a su vez un 50% del total de exportación de muchos países en vías de desarrollo (UNWTO, 2021).

En enero de 2020 comenzó la difusión en los medios internacionales del confinamiento de la ciudad china de Wuhan, y tan solo una semana después, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró al brote como una emergencia para la salud pública mundial. Menos de tres meses más tarde (11 de marzo) la organización cambia la categoría a pandemia, y en abril todos los destinos turísticos a nivel mundial implementaron restricciones a la movilidad.

Con un saldo total de casi 1000 millones menos de llegadas internacionales, el 2020 fue considerado como el peor año para la historia del turismo, alcanzando resultados incluso más negativos que tras la crisis económica mundial del año 2009 (Figura 1). De acuerdo con UNWTO (2020):

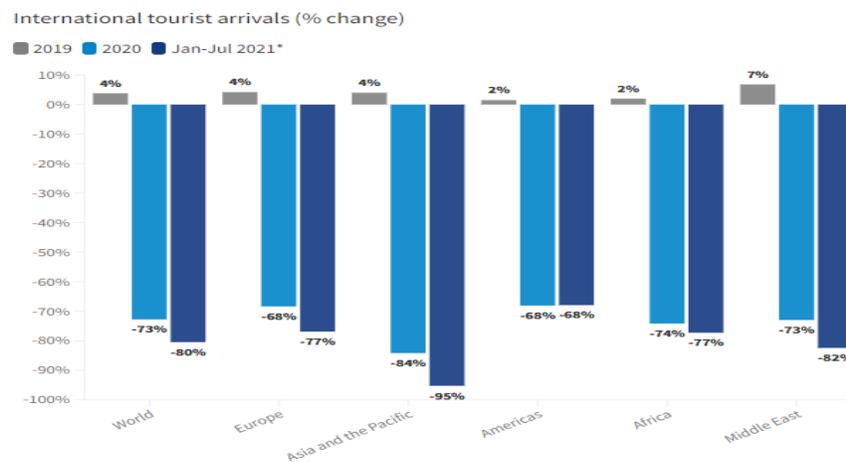
*El turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, según los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Los destinos de todo el mundo recibieron en 2020 mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes. En comparación, el declive registrado durante la crisis económica global de 2009 fue del 4% (p.1).*



**Figura 1.** Llegada de turistas internacionales (millones).

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) enero de 2021.

Según el relevamiento de la UNWTO, si bien la región de Asia- Pacífico fue la primera en sentir los efectos de la pandemia, al tener que imponer las restricciones iniciales de movilidad, como muestra la Figura 2, prontamente todas las regiones del mundo resultaron afectadas, registrando en todos los casos una disminución de los viajeros internacionales superior al 68% comparando enero-julio de 2020 con igual período del año anterior.



**Figura 2.** Arribos de turistas internacionales (medido en porcentajes).

Fuente: World Tourism Organization (Change over 2019 provisional data)



Después de un complejo 2020, el turismo internacional experimentó una leve mejoría entre junio y julio de 2021, especialmente en el continente europeo. Esto fue producto del inicio paulatino de las reaberturas, y una disminución en las restricciones para los viajeros que contaban con esquema de vacunación completo, sumado a los avances científicos generados respecto de la investigación sobre las vacunas.

El inicio de las reaberturas derivó en la gestión de nuevas estrategias pensadas para reactivar la actividad turística, dando lugar a la continuación de algunas tendencias que habían comenzado a impactar en el ámbito del turismo como la utilización de datos e inteligencia, el turismo “bleisure” y, sobre todo, la personalización de la oferta turística, en donde se enmarca el turismo de vacunas (Forbes, 2021).

#### b. Turismo de vacunas: nueva tendencia del sector turístico

En este marco que posibilitó la gestión de nuevas estrategias enfocadas en la reactivación turística, una de las iniciativas fue el turismo de vacunas. Básicamente, un modelo centrado en la promoción de viajes, cuyo único objetivo es que la persona acceda a la vacuna que no dispone en su lugar de residencia.

Uno de los primeros destinos que dio acceso a esta modalidad fue el Estado de la Florida en los Estados Unidos, convirtiéndose en la elección de muchos visitantes, sobre todo, por el hecho de que no se solicitaba a la persona ningún tipo de requisito para certificar residencia en el país. Esto con el objetivo de que nadie fuese discriminado y que, incluso, personas que vivían ilegalmente en el Estado pudiesen ser vacunadas, siempre y cuando cumplieren únicamente con la edad designada (Klempert, 2021).

Debe señalarse que esta medida en primera instancia no fue una acción promocionada y gestionada por el Estado norteamericano, sino una opción elegida por los turistas que contaban con las posibilidades económicas, y que se beneficiaban de los reducidos requisitos que se les solicitaban.



No obstante, hacia fines de 2021 Estados Unidos decidió dar marcha atrás con esta medida (Klempert, 2021).

Además de Miami, otro de los destinos elegidos por los viajeros internacionales de mayor poder adquisitivo para completar su esquema de vacunación fue Dubái, donde incluso se crearon prontamente agencias de viajes que, en este caso, sí ofertaban paquetes que incluían la vacuna, siempre y cuando la persona contase con la edad designada, sin necesidad de ser residente. Con posterioridad, el país asiático optó por rediseñar su estrategia, enfocando estas visas hacia personas que trabajen de manera remota, desde cualquier lugar del mundo y que quisiesen tomar Dubái como su residencia temporal. Las personas con estas visas tienen la posibilidad de acceder a una residencia temporal, contando con la posibilidad de ser parte de las listas para poderse vacunar, aunque en este caso estaríamos hablando de otra clase de viajes y no únicamente de tomar un vuelo para obtener una vacuna y salir del país una vez cumplido con este propósito (Santana, 2021).

Miami y Dubái fueron los dos destinos más mencionados en lo que respecta a turismo de vacunas, y su experiencia nos demuestra que, en principio, esta clase de turismo no era tan simple y sencillo de implementar, por lo que han tenido que reorientar su estrategia. Sin embargo, hay otros destinos que sí han optado por destinar esfuerzos hacia la promoción del turismo de vacunas, siendo un ejemplo de esto el caso de las Islas Vírgenes estadounidenses, situadas en el Mar Caribe (Santana, 2021).

Disponiendo de la suficiente cantidad de vacunas, este territorio caribeño ha impulsado la vacunación de extranjeros, llegando sus autoridades a oficializar que, dado que esta medida no representa un perjuicio para la población en términos sanitarios, resulta una buena opción para atraer visitantes de otros países. En palabras de Angela East, coordinadora y directora del programa del programa contra la COVID-19 en Plessen Healthcare: “¿Que si estamos conscientes del hecho de que las personas buscan vacunarse con nosotros? Sí. Y tenemos para inyectar a todos (...). Te vamos a poner la inyección con el afán de poner la mayor cantidad de inyecciones posible”. (Wenner, 2021, p.5). A esto se debe añadir que este destino presentaba muchas más facilidades de



acceso para los turistas comparado con otros lugares del Caribe en donde se solicitaban cuarentenas estrictas, un requisito imprescindible si lo que se quiere es realizar una promoción efectiva de la actividad turística.

Otro ejemplo de turismo de vacunas lo encontramos en el continente americano, con el caso de Costa Rica, un país en donde casi un 11% de los ingresos turísticos antes de la pandemia derivaban del denominado “turismo médico”. Desde este país ha habido casos de empresas que han ofrecido a los visitantes la posibilidad de contratar paquetes para acceder a la vacuna y luego retornar a su lugar de destino, valiéndose de la larga trayectoria del país como promotor de turismo médico, en donde miles de personas acudían cada año para pagar por un tratamiento que les resultaba mucho más económico en suelo costarricense, que en su país de origen. Aun así, de manera similar a lo que sucedió en el caso de Miami, habiendo transcurrido algunos meses fuentes oficiales del gobierno aseguraron que su intención no era proceder a la vacunación de personas sin residencia que simplemente visitaran el país y retornasen a su lugar de origen con el único propósito de inocularse contra la Covid-19, sino vacunar a la población migrante, tanto regulares como irregulares, así como también a solicitantes de refugio (Wang, 2021).

Siguiendo la línea de Costa Rica, otro país que ha ideado una estrategia similar es la República de Cuba, desde donde sus autoridades han promocionado al país como una de las grandes oportunidades para los viajeros, sin embargo, esta opción al día de hoy todavía no ha podido ser implementada en razón de las dificultades que ha tenido el país centroamericano en la producción de sus propias vacunas (Ramos, 2021).

Considerada como un ejemplo de “la equidad en el acceso a las vacunas COVID-19”, y con la actividad turística representando aproximadamente el 25% del PIB del país, las Islas Maldivas han lanzado el plan “3 V” en referencia a los conceptos de visitar, vacacionar y vacunar, todo en un mismo viaje. Y es que, además, ven la ventaja de que cuando se requieren dos dosis de vacunas, la persona tendría que pasar un tiempo considerable en el destino, ofreciendo la posibilidad de reactivar la economía (Naciones Unidas, 2020).



Pese a los cambios implementados por los países y a las estrategias designadas para vacunar a su propia población, a los no residentes y a los turistas, el turismo de vacunas ha sido una de las principales tendencias en el mundo turístico. De esto último surge otra tendencia, englobada bajo el término de “Vaxication”, que hace referencia al primer viaje después de recibir la vacuna, por lo cual, muchos destinos turísticos globales se encuentran adaptando nuevamente sus medidas para combinar esta necesidad de vacunación que todavía presenta buena parte de la población mundial, con la posibilidad de ofrecer condiciones de viaje seguras y personalizadas a aquellos que ya cuentan con su esquema de vacunación completo.

### c. Panamá: modelo turístico innovador

Como se ha mencionado, la industria turística representa una parte muy significativa de los ingresos de Panamá, superando incluso las ganancias generadas por el canal. Esta situación es el resultado de diferentes circunstancias, principalmente, los grandes atractivos turísticos que presenta el país como resultado de su posición geográfica privilegiada, pero también, gracias a la efectiva promoción que ha hecho de su industria de viajes, las opciones de conectividad tanto a nivel local e internacional, así como una amplia oferta hotelera y la variedad de sus servicios complementarios (Tam, 2014).

Si bien durante la mayor parte del siglo XX la promoción del turismo por parte de Panamá se encontró asociada a la construcción del canal y a la difusión de sus atractivos naturales, hacia finales del siglo el Estado Panameño comenzó a idear una estrategia integral que considerase todos los activos de valor de esta nación centroamericana (Tam, 2014).

Como parte de esta reconfiguración en la estrategia turística, el Estado panameño ha sentado las bases de un modelo “innovador”, intentando posicionar a Panamá como un destino único e idóneo para que los visitantes vivan experiencias únicas y transformadoras, sobre la base de tres pilares: turismo activo, turismo cultural, y más recientemente, ha comenzado a incursionar en el turismo médico. Como señala Valdés (2020) ...“*el turismo de salud es un fenómeno global que está tomando auge en América Latina debido a los precios moderados y a la cercanía de los países. Se*



*estima que el volumen de pacientes y acompañantes ha crecido de un 25% a un 30% anual y en los ingresos económicos ha aumentado en un 40%” (p.3).*

En este marco, Panamá ha realizado una importante inversión en tecnología, infraestructura y acreditación, con el propósito de surgir como un líder en la materia en el mediano y largo plazo. Respaldo esta iniciativa se encuentra el hecho de que la ciudad de Panamá cuenta con instituciones e infraestructura hospitalaria de primer nivel, equipadas con una muy buena maquinaria, cumpliendo además con todos los estándares de salud de EE.UU. y Canadá (Health-Tourism, 2020).

Dentro de lo que es turismo médico, el país caribeño ofrece una amplia gama de servicios y procedimientos como cirugía plástica y/o estética, tratamientos dentales, ortopédicos, oncológicos y oftalmológicos a los turistas, quienes se benefician de los precios más bajos (Tabla 1) y de la calidad de estos servicios. Aún más importante, esto contribuye a la transmisión de la imagen de un país con atractivos naturales, con un patrimonio cultural único, pero también moderno y abierto al progreso, por lo que merece la pena ser visitado.

**Tabla 1**

Costo de los tratamientos médicos (Estados Unidos y Panamá).

Procedimiento	Estados Unidos	Panamá	Ahorro promedio
Angioplastia con stent	USD 19.000- USD 21.000	USD 10.000- USD 15.000	25%- 47%
Marcapasos	USD 4.000- USD 6.000	USD 1.500- USD 2.300	50%- 60%
Bypass gástrico con laparoscópico	USD 24.000- USD 26.000	USD 14.000- USD 16.000	35%- 40%
Reemplazo de cadera	USD 19.000- USD 21.000	USD 11.000- USD 13.000	35%- 40%
Liposucción	USD 4.000- USD 6.500	USD 2.500- USD 4.400	30%- 35%
Cirugía de nariz (rinoplastia)	USD 4.000- USD 6.000	USD 1.500- USD 2.000	55%- 65%
Inseminación intrauterina	USD 1.000- USD 2.000	USD 800- USD 900	20%- 55%
Fertilización in vitro	USD 9.000- USD 18.000	USD 4.000- USD 6.000	55%- 70%
Implante dental	USD 2.000- USD 2.500	USD 900- USD 1.100	55%- 60%
Cirugía periodontal	USD 1.000- USD 2.000	USD 450- USD 550	55%-75%

Fuente: Health Tourism (2020).

A esto debe añadirse la creciente especialización que la industria médica panameña ha desarrollado en algunos campos específicos como, por ejemplo, el tratamiento con células madre, para la



fertilidad, determinados tratamientos genéticos, etc., dando cuenta de la importancia que el país centroamericano otorga a la investigación científica, y a la posibilidad de ofrecer sus servicios como una marca registrada de la nación.

Tomando como referencia el estudio de Tam, (2014) el desarrollo del modelo basado en el turismo médico de Panamá ha logrado conseguir las siguientes ventajas, que son, precisamente, las que terminan por generar una atracción hacia los extranjeros que desean visitar y realizar alguna intervención en el país:

## Cuadro 1

Ventajas de los tratamientos médicos en Panamá.

<b>Especialistas médicos que fueron capacitados en Estados Unidos</b>	Los hospitales panameños se caracterizan por brindar una atención de alta calidad, disponiendo de profesionales de primer nivel, que, en muchos casos, han realizado programas de especialización en los Estados Unidos.
<b>Cumplimiento de estándares estadounidenses y canadienses</b>	Los medicamentos, las técnicas y los procedimientos siguen los estándares y convenciones de los EE. UU. y Panamá.
<b>Idioma inglés</b>	Tanto los médicos como buena parte del personal de salud dominan correctamente el idioma inglés.
<b>Ciudad de Panamá</b>	La ciudad de Panamá aparece como uno de los destinos más modernos y seguros de Centroamérica.
<b>Moneda</b>	La moneda oficial de Panamá es el dólar estadounidense, lo cual otorga facilidad en las transacciones y en las operaciones comerciales.

**Fuente:** adaptado de Tam (2014).

Este creciente desarrollo ha venido acompañado por un importante progreso en lo que respecta a la apertura de nuevas rutas, vuelos directos, y difusión de opciones “llave en mano” para aquel turista preocupado por su estado de salud. De la misma manera, son cada vez más frecuentes los paquetes que ofertan servicios personalizados, asegurándose que la persona disponga de todas sus



necesidades cubiertas, servicios de consejería, transporte hacia y desde su alojamiento, visitas a los hospitales, citas médicas, así como la asistencia postoperatoria.

Si bien como se ha señalado el turismo médico es una de las últimas tendencias que conforman el modelo turístico innovador de Panamá, debe subrayarse que esta opción no invalida las demás, por el contrario, en algunas ocasiones los viajeros optan por combinar distintas alternativas, por ejemplo, optando en primer lugar por realizar “turismo de sol y playa” y luego, una vez que conocen y adquieren contactos, retornan con la intención de realizarse algún tipo de procedimiento.

## **Materiales y métodos**

El presente trabajo descriptivo se conforma, principalmente, de los siguientes apartados: una primera parte en donde se describe el impacto de la pandemia de COVID-19, los antecedentes del turismo de vacunas, y la estrategia de gestión desarrollada por Panamá en este sentido. Se finaliza el análisis de los apartados realizando una síntesis de los aspectos más importantes en relación con el tema, señalando las proyecciones previstas para el modelo panameño.

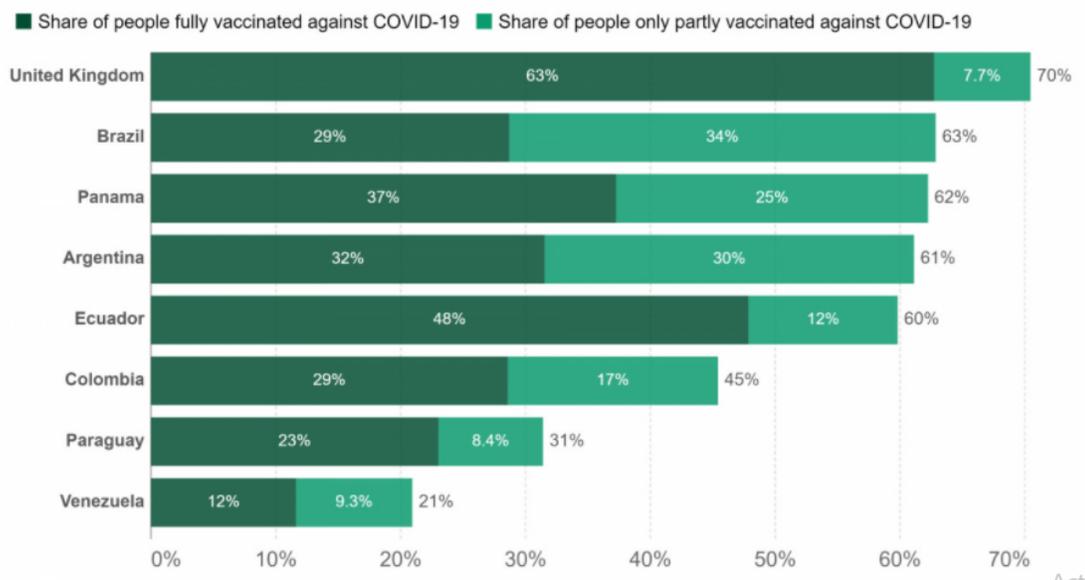
La selección de la bibliografía se realizó con base en buscadores especializados (Google Académico, Google Books, Scopus, Web of Science), así como en artículos, y textos vinculados con el tema de estudio. La descripción de los apartados se llevó a cabo mediante el examen, valoración y reinterpretación de las fuentes, y en los conocimientos adquiridos en nuestra formación académica.

A partir de lo expuesto, se procede a la triangulación de los datos a través del examen y de la comparación de la información obtenida en distintos momentos, contribuyendo a la generación de aportes teóricos sobre el tema, favoreciendo a su vez la formación de nuevas miradas y perspectivas en relación al turismo y, en particular, desde el punto de vista de la estrategia diseñada por el Estado panameño.

## Resultados y discusión

En el marco de lo que hemos señalado en el apartado anterior, vinculado a la generación de un modelo turístico innovador, y como producto de la crisis sanitaria mundial originada por la COVID-19, en octubre 2021 el Estado panameño ha desarrollado una nueva estrategia centrada en ofrecer la vacuna de manera gratuita a aquellos que visiten el país con el objetivo de reactivar el turismo (Sena, 2021).

Esta iniciativa tomó impulso en agosto de 2021 luego de haber suministrado 4.620.752 dosis de vacunas Pfizer y AstraZeneca desde el inicio del programa de vacunación contra la Covid-19 iniciado el 20 de enero de 2021, contando en ese entonces con un 62% de la población vacunada con al menos una dosis, por encima de varios países de América Latina (Figura 3).



**Figura 3.** Porcentaje de personas vacunadas contra la COVID-19.

**Fuente:** Our World in Data (2021).



## Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente

<https://revistasvip.up.ac.pa/index.php/rea>

Fecha de Recepción 01/06/22  
Fecha de Aceptación 06/09/22

De esta forma, el 1 de octubre de 2021 se dio inicio al programa “Vacutour”, a través del cual se ofrece la posibilidad a los turistas de ser inmunizados contra la Covid-19 de manera gratuita en el territorio, bajo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Al momento de recibir la vacuna contra el Covid-19 la persona debe tener al menos 18 años.
- La vacuna suministrada por el Estado panameño será la del laboratorio AstraZeneca (2 dosis)
- Aquellos visitantes que tengan la intención de iniciar el proceso de vacunación en Panamá deberán tramitar su estadía en hoteles especialmente designados para el programa.
- Para aquellos visitantes que en los últimos 15 días hayan transitado por países considerados en riesgo se prevé una cuarentena obligatoria de 3 días, cuyo costo deberá ser cubierto íntegramente por el viajero.
- Una vez finalizada la cuarentena, los turistas deberán someterse a una prueba de Covid-19, a los efectos de finalizar dicho confinamiento.
- En caso de que la prueba anterior resultase positiva, el turista deberá iniciar una nueva cuarentena por el plazo de 14 días, cuyo costo deberá ser cubierto en su totalidad por la persona.

A través del cumplimiento de estos requisitos, el objetivo de Panamá es la presentación de una iniciativa diferenciadora en América Latina y el Caribe, a través de la cual se logre la reactivación del turismo y la economía, fuertemente afectados por la pandemia. En palabras de Luis Francisco Sucre, ministro de salud de Panamá, esta se trata de una iniciativa que *“apoya al mundo entero, a las poblaciones y a los turistas que quieran venir y no estén vacunados como una manera de vacunar”* (Swiss info, 2021, p.3).

Se debe recordar el rol fundamental que desempeña la industria turística en el desarrollo económico de Panamá, llegando a aportar unos 4.500 millones de dólares antes de la pandemia. Es por esta razón que, una vez alcanzado un porcentaje significativo de residentes vacunados, el país



## Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente

<https://revistasvip.up.ac.pa/index.php/rea>

Fecha de Recepción 01/06/22  
Fecha de Aceptación 06/09/22

centroamericano ha configurado una estrategia tendiente a reactivar la economía de manera ordenada y paulatina (Swiss info, 2021). De acuerdo con las estimaciones dadas a conocer por las entidades turísticas, esta iniciativa podría significar un ingreso que superaría los 125 millones de dólares, favoreciendo a su vez a la recuperación de más de 100.000 puestos de trabajo, entre empleos directos e indirectos.

En respaldo de esta iniciativa, Panamá ha ideado toda una estrecha red de colaboración público-privada tendiente no solo a garantizar una estadía placentera por parte del turista, sino también, la promoción de una estrategia centrada en que el viajero que ha arribado al país buscando acceder a una solución de tipo instrumental como es aplicarse una vacuna sea capaz también de descubrir las diferentes opciones que ofrece el modelo turístico panameño, favoreciendo su interés por querer volver a visitar el destino en un futuro cercano.

Siguiendo la línea del párrafo anterior, debe decirse que, si bien Panamá ha centrado su estrategia en el turismo de vacunas, observamos de igual manera que la Cámara de Comercio del país no ha dejado de trabajar sobre un planteamiento integral del modelo turístico panameño. Como señala José Ramón Icaza, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Panamá: *“Desde Promtur Panamá se unen los esfuerzos del sector público y privado para posicionar a Panamá como destino de clase mundial con el principal objetivo de incrementar la cantidad de turistas que ingresan al país”* (Notiamérica, 2021, p.8)

En definitiva, se observa que el país centroamericano ha concedido un rol destacado a su plan de turismo de vacunas en lo que respecta a la reactivación de la industria turística. De la misma manera, se evidencia el propósito por parte de los organismos oficiales por gestionar una estrategia globalizadora, que ponga en valor todos los atractivos de la nación centroamericana.

#### 4. Conclusiones

El principal objetivo de este trabajo ha sido conocer la estrategia de Panamá en relación con el turismo de vacunas. En tal sentido, se ha podido determinar que el país caribeño desde hace algunos



## Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente

<https://revistasvip.up.ac.pa/index.php/rea>

*Fecha de Recepción 01/06/22*  
*Fecha de Aceptación 06/09/22*

años ha venido desarrollando un modelo turístico integral, promocionándose como destino “de sol y playa” pero incorporando también el componente de lo cultural, y más recientemente, tratando de posicionarse como un destino moderno, de referencia para la realización de tratamientos médicos de calidad, y a costes muchos más accesibles que en otros países.

En este marco de modernización y adaptación de la industria turística panameña, una vez alcanzados niveles óptimos de vacunación en su propia población, las autoridades del país han decidido lanzar el programa “Vacutour”, pensado para permitir la vacunación de personas mayores de 18 años que cumplan con una serie de requisitos, entre ellos, alojarse en hoteles especialmente diseñados para el cumplimiento de este programa. A través de esta iniciativa, Panamá se ha propuesto comenzar con la reactivación de la industria turística, severamente afectada en razón de las duras restricciones sufridas por la pandemia.

De acuerdo con las primeras estimaciones de las cámaras empresariales, en los primeros meses de iniciada la propuesta, esto podría traducirse en ganancias por más de 125 millones de dólares, pero aún más importante, también podría significar la reactivación de más de 100.000 empleos, considerándose tanto trabajos directos como indirectos (Pinzón, 2021).

Pensado como estrategia en el largo plazo, las proyecciones también indican que, paulatinamente, estamos convergiendo a un porcentaje cada vez más elevado de personas vacunadas a nivel mundial, lo cual nos hace suponer una caída de la demanda de estos servicios en el tiempo. No obstante, se debe subrayar que el objetivo del Estado panameño con esta medida no es solo generar las condiciones iniciales para posibilitar una reactivación de la actividad de manera paulatina, sino un tema que subyace de fondo que es, favorecer la imagen internacional de Panamá, como destino de naturaleza, amigable con el turista, moderno, innovador, y que se mantiene a la vanguardia de las tendencias internacionales para brindar siempre las mejores condiciones a los viajeros que deseen descubrir este territorio caribeño.



## Referencias bibliográficas

- Autoridad de Turismo de Panamá, (2020). Análisis del Desempeño Turísticos. Reporte de enero a diciembre 2020. Disponible: <https://www.atp.gob.pa/wp-content/uploads/2021/04/Reporte-desempen%CC%83o.pdf>
- Forbes, (2021). Bleisure: la combinación perfecta entre trabajo y placer. Disponible: <https://www.forbes.com.mx/brand-voice/ad-bleisure-combinacion-perfecta-entre-trabajo-y-placer/>
- Health Tourism, (2020). Turismo médico a Panamá. Disponible: <https://es.health-tourism.com/medical-tourism-panama/>
- Klempert, R. (2021). ¿Turismo de vacunas? La Florida muy cerca de los niveles prepandémicos. Disponible: [https://www.hosteltur.com/lat/146080\\_turismo-de-vacunas-la-florida-muy-cerca-de-los-niveles-prepandemicos.html](https://www.hosteltur.com/lat/146080_turismo-de-vacunas-la-florida-muy-cerca-de-los-niveles-prepandemicos.html)
- Lalanza, S.M. (2020). Claves para entender el turismo pos- COVID- 19. Disponible: [https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/InformeOBS\\_Claves%20para%20entender%20el%20turismo%20pos-COVID-19.pdf](https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/InformeOBS_Claves%20para%20entender%20el%20turismo%20pos-COVID-19.pdf)
- Naciones Unidas (2020). Maldivas da un ejemplo de la “equidad en el acceso a las vacunas COVID-19”. Disponible: <https://news.un.org/es/story/2021/05/1491552>
- Notiamérica, (2021). Panamá. - Panamá prevé una recuperación “importante” del sector turístico a partir de 2022. Disponible: <https://www.notimerica.com/economia/noticia-panama-panama-preve-recuperacion-importante-sector-turistico-partir-2022-20210520150027.html>
- Ribas de Pouplana, J. (2020). Las tendencias del turismo pos- COVID-19. *Tecnohotel: Revista Profesional para la Hostelería y la Restauración*, 485, 30-31.
- Ramos, E. (2021). Vacuna COVID-19 Cuba, turismo, migrantes. Disponible: <https://news.un.org/es/story/2021/06/1493902>
- Santana, M. (2021). ¿Qué países ofrecen la vacuna a turistas que vayan de vacaciones? Disponible: [https://www.hosteltur.com/143654\\_que-paises-ofrecen-la-vacuna-a-turistas-que-vayan-de-vacaciones.html](https://www.hosteltur.com/143654_que-paises-ofrecen-la-vacuna-a-turistas-que-vayan-de-vacaciones.html)
- Sena, G. (2021). Panamá: vacunación gratuita para turistas generaría ingresos por más de USD 120 millones. Disponible: <https://www.aviacionline.com/2021/09/panama-vacunacion-gratuita-para-turistas-generaria-ingresos-por-mas-de-usd-120-millones/>
- Tam, N. (2014). Turismo en Panamá: un modelo más sostenible e incluyente. Centro Nacional de Competitividad (CNC).



## Revista Científica Especializada en Educación y Ambiente

<https://revistasvip.up.ac.pa/index.php/rea>

*Fecha de Recepción 01/06/22*  
*Fecha de Aceptación 06/09/22*

United Nation World Travel Organization, (2021) Las vacunas y la reapertura de las fronteras impulsan la recuperación del turismo. Disponible: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Valdés, Y. (2020). Panamá apuesta a turismo médico para atraer viajeros. Disponible: <https://www.panamaamerica.com.pa/economia/panama-apuesta-turismo-medico-para-atraer-viajeros-1155421>

Wang, F. (2021). ¿Florecerá el turismo de vacunas en Latinoamérica?. Disponible: <https://www.dw.com/es/florece%C3%A1-el-turismo-de-vacunas-en-latinoam%C3%A9rica/a-56922297>

Wenner, M. (2021). Las Islas Vírgenes de EE.UU. se convierten en un destino del turismo de vacunas. Disponible: <https://www.nytimes.com/es/2021/03/29/espanol/turismo-vacunas.html>