



Secretaría de Turismo y Entretenimiento

Informe de Mercado Sistema de Inteligencia Turística

Mercado Emisor: Panamá

Período de Análisis: 01/01/2025 – 31/12/2025

Fecha del Informe: 10/03/2026

**Sistema de Inteligencia Turística (SIT)
de Medellín**



Contents

1	Resumen Ejecutivo	3
1.1	Cifras Clave del Período	3
1.2	Estructura del Informe	4
2	Introducción	4
3	Metodología	5
4	Flujos Migratorios	5
4.1	Trayectoria Histórica de Llegadas	6
4.2	Perfil Demográfico	7
4.3	Matriz de Intereses por Ciclo de Vida	8
5	Inteligencia Aérea (Amadeus)	8
5.1	Evolución por Segmento (2022 – 2026)	9
5.2	Perfil de Estadía (Hallazgo Central)	10
5.3	Demanda Futura (6 meses, marzo – agosto 2026)	11
5.4	Benchmarking de Estancia: Panamá entre los Plazos Más Cortos	12
5.5	Conectividad Real: el Corredor Directo Domina	13
5.6	Diferencias entre Vuelo Directo y Conexión	14
6	Inteligencia de Gasto (Credibanco)	14
6.1	Ticket Promedio: muy por encima del promedio internacional	15
6.2	Distribución Espacial: Concentración en El Poblado	16
6.3	Estructura de Categorías: Droguerías y Farmacias como Hallazgo Central	17
6.4	Distribución Detallada por Categoría (Ridges)	19
6.5	Tendencia Temporal: Estabilización con Pico Anual	20
6.6	Calidad del Gasto y Relación Volumen-Facturación (Gráficos no informativos)	20
7	Modelos Estadísticos y Proyecciones	21
7.1	Pronóstico ARIMA(0,1,3) sobre Reservas Amadeus	21
7.2	Pronóstico de Gasto Total (12 meses)	22
7.3	Brecha de Conversión Aérea	23
7.4	Matriz de Correlación de Gasto entre Comunas	24

8	Visualizaciones Premium	25
8.1	Flujos Origen-Destino (Sankey)	25
8.2	Jerarquía de Gasto (Treemap)	26
8.3	Evolución Temporal de Visitantes (Streamgraph)	27
8.4	Perfil Multidimensional (Radar)	28
9	Tablas Estadísticas	29
9.1	Llegadas Anuales y Crecimiento	29
9.2	Ranking de Motivos de Viaje	29
9.3	Benchmark de Estancia Media (Países Comparables)	30
10	Síntesis Estratégica y Recomendaciones	31
10.1	Recomendaciones para la Política Pública Turística	31
11	Notas Metodológicas	32

1 Resumen Ejecutivo

Este documento consolida el desempeño del mercado emisor de **Panamá** hacia Medellín durante el año **2025**. El análisis se sustenta en tres fuentes oficiales que se cruzan deliberadamente: flujos migratorios reales (Migración Colombia), intención de viaje y conectividad aérea (Amadeus GDS) y facturación transaccional con tarjetas emitidas en Panamá (Credibanco). La integración de estas tres capas permite caracterizar al visitante panameño no sólo por su volumen —el más alto de los mercados emisores latinoamericanos hacia Antioquia— sino, sobre todo, por su comportamiento en destino: estancia, distribución territorial del gasto y composición de su cesta de consumo.

1.1 Cifras Clave del Período

Indicadores Principales – Mercado Panameño 2025

- **Total de Visitantes Panameños:** **68.122** llegadas registradas (Migración Colombia, JMC con destino Antioquia), +2,8% frente a 2024.
- **Conectividad directa:** **97,4%** llega por vía directa a JMC (66.109 visitantes).
- **Motivo Predominante:** Vacaciones, Recreo y Ocio con **85,0%** del flujo (57.923 visitantes); “Otro Viajero” aporta un **8,9%** adicional.
- **Estancia:** **51,7% se queda 1–3 días (escapada)**, y solo **14,2% supera los 8 días**.
- **Estancia media:** **6,7 días** (segundo más bajo del benchmark, solo por encima del turismo doméstico).
- **Ticket promedio por transacción:** **\$307.954** COP, frente a \$207.602 del promedio internacional (+48,3%).
- **Concentración del gasto:** Alojamiento 29,2% + **Droguerías y Farmacias 26,1% = 55,3%** del wallet.

 **Lectura Estratégica:****Escapada corta de alto ticket con componente farmacéutico-médico dominante**

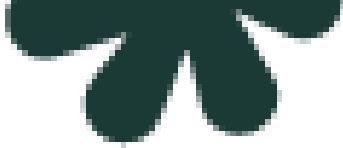
El visitante panameño responde a un patrón radicalmente distinto al de los emisores europeos. *Llega masivamente, se queda poco y gasta concentrado.* Su ticket por transacción supera en cerca del 48% al promedio internacional, pero su estancia es de las más cortas del benchmark. La gran sorpresa estructural es que el **26,1% de su wallet se destina a Droguerías y Farmacias** (frente al 7,4% del promedio extranjero), patrón que combinado con la corta estancia y el ticket alto perfila un **turismo médico-farmacéutico de proximidad**: el panameño viene principalmente a Medellín a comprar medicamentos y a acceder a servicios médicos en una escapada corta de alto valor unitario, ver [4]. La conectividad directa Tocumen – JMC está resuelta (97,4% directo); la política pública debe entonces enfocarse en *capitalizar el flujo existente, no en ampliarlo.*

1.2 Estructura del Informe

El documento se organiza en seis bloques: (i) flujos migratorios y perfil demográfico; (ii) inteligencia aérea con base en Amadeus; (iii) inteligencia de gasto con base en Credibanco; (iv) modelos estadísticos y proyecciones; (v) visualizaciones premium con vistas integradas del mercado; y (vi) tablas estadísticas y notas metodológicas.

2 Introducción

Panamá es, junto con Estados Unidos, uno de los mercados emisores más significativos de Medellín en términos de volumen absoluto. La cercanía geográfica, el hub aeroportuario de Tocumén (Copa Airlines) y los lazos comerciales históricos con Colombia configuran un corredor de alta frecuencia y baja fricción de viaje. Sin embargo, la lectura tradicional del mercado panameño como “vecino que viene de vacaciones” invisibiliza un componente central de su comportamiento real en destino: *el peso desproporcionado de las compras farmacéuticas y de servicios médicos*, que reorienta la conversación de política pública desde el turismo de placer hacia el turismo médico-comercial de proximidad.



El presente informe, elaborado por el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) de Medellín, busca dotar a la Secretaría de Turismo y a sus aliados sectoriales de un diagnóstico cuantitativo robusto que reconozca esta realidad y oriente acciones de captura cualificada del valor que ya genera este mercado.

3 Metodología

El análisis se construye mediante el cruce reproducible de tres bases de datos institucionales:

- **Migración Colombia:** entradas internacionales registradas en el aeropuerto José María Córdova (JMC) con destino Antioquia, filtradas por nacionalidad panameña.
- **Amadeus GDS:** reservas aéreas con destino Medellín (MDE) procesadas como *net bookings*, segmentadas por motivo de viaje y horizonte de anticipación, ver [2].
- **Credibanco:** transacciones con tarjetas emitidas en Panamá y procesadas en establecimientos comerciales de Medellín desde 2024, segmentadas por categoría comercial y comuna de operación.

Nota importante sobre escalas: Migración Colombia registra *entradas efectivas con destino Antioquia*, mientras que Amadeus registra *reservas aéreas* (intención aplicada al sistema GDS) y Credibanco registra *transacciones financieras* con tarjeta panameña. Para el caso de Panamá, las reservas Amadeus subestiman significativamente el flujo real porque una parte importante del tráfico se canaliza directamente por las aerolíneas regionales (Copa Airlines, Avianca) sin pasar por GDS. Esta es una particularidad operativa del mercado que se aborda explícitamente en el bloque de inteligencia aérea.

Las proyecciones se realizan mediante modelos ARIMA con selección automática del ajuste de menor AICc.

4 Flujos Migratorios

4.1 Trayectoria Histórica de Llegadas

Dinámica de Llegadas: PANAMA

Comparativo: ¿Cuántos son ciudadanos vs. cuántos vienen del país?

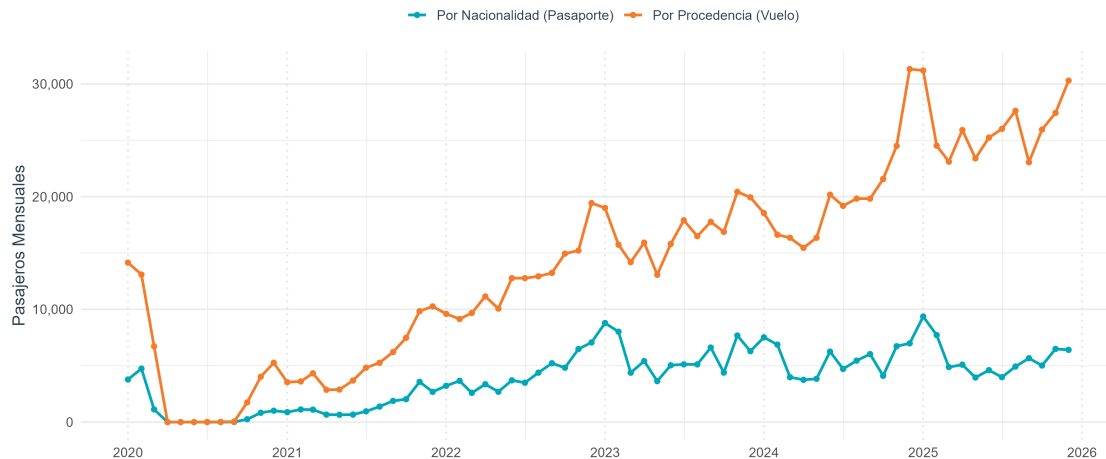


Figure 1: Llegadas mensuales: por nacionalidad (pasaporte panameño) vs. por procedencia (vuelo desde Panamá).

La Figura 1 introduce una distinción fundamental que merece ser hecha al inicio: **la línea naranja de procedencia (vuelo desde Panamá) es sistemáticamente entre tres y cinco veces mayor que la línea azul de nacionalidad panameña**. En 2025, mientras los visitantes con pasaporte panameño oscilan entre 4.000 y 9.000 mensuales, los pasajeros que ingresan a Antioquia en vuelo procedente de Panamá oscilan entre 23.000 y 32.000 mensuales. Esta diferencia documenta el papel del aeropuerto de Tocumén como *hub de transferencia internacional*: por su corredor aéreo pasan no solo panameños sino también visitantes de Estados Unidos, Centroamérica, el Caribe y Europa que conectan vía Panamá Pacífico hacia Medellín. El presente informe se concentra en los **visitantes con nacionalidad panameña** (línea azul, 68.122 en 2025), pero la línea naranja merece señalarse porque condiciona la lectura institucional del corredor aéreo.

4.2 Perfil Demográfico

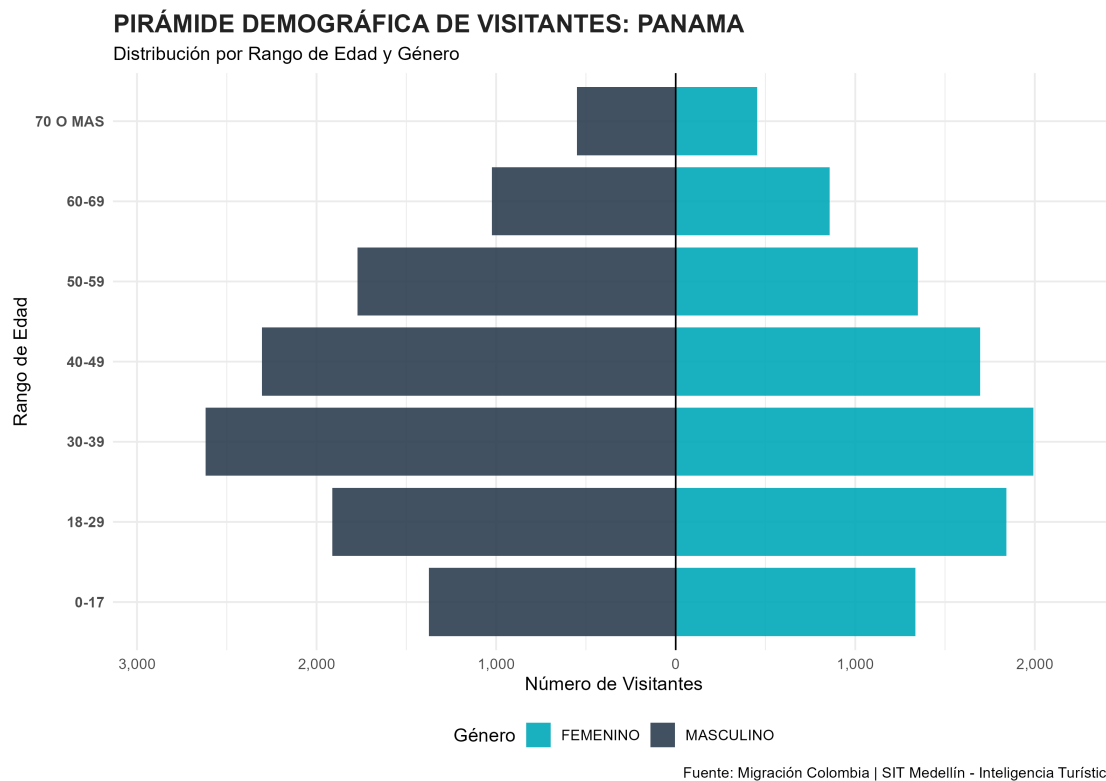


Figure 2: Pirámide demográfica de visitantes panameños, 2025.

La Figura 2 muestra una pirámide con un **pico claro en el rango 30 – 39 años**, seguido por 18 – 29 y 40 – 49. Es un perfil ligeramente más maduro que el del mercado francés (donde el pico estaba en 18 – 29). Además, llama la atención la **presencia significativa del rango 0 – 17 años** (cerca de 2.700 visitantes), un volumen no marginal que sugiere componente de viaje familiar relevante, coherente con la cercanía geográfica y la facilidad operativa del corredor.

En cuanto a la composición de género, el patrón es similar al francés pero menos extremo: **paridad en los rangos 0 – 17 y 18 – 29**, dominancia masculina moderada en 30 – 49 (entre 15% y 30% más hombres que mujeres) y vuelta a la paridad en los rangos seniors. No es un mercado masculinamente sesgado en la magnitud que mostró Francia.

4.3 Matriz de Intereses por Ciclo de Vida

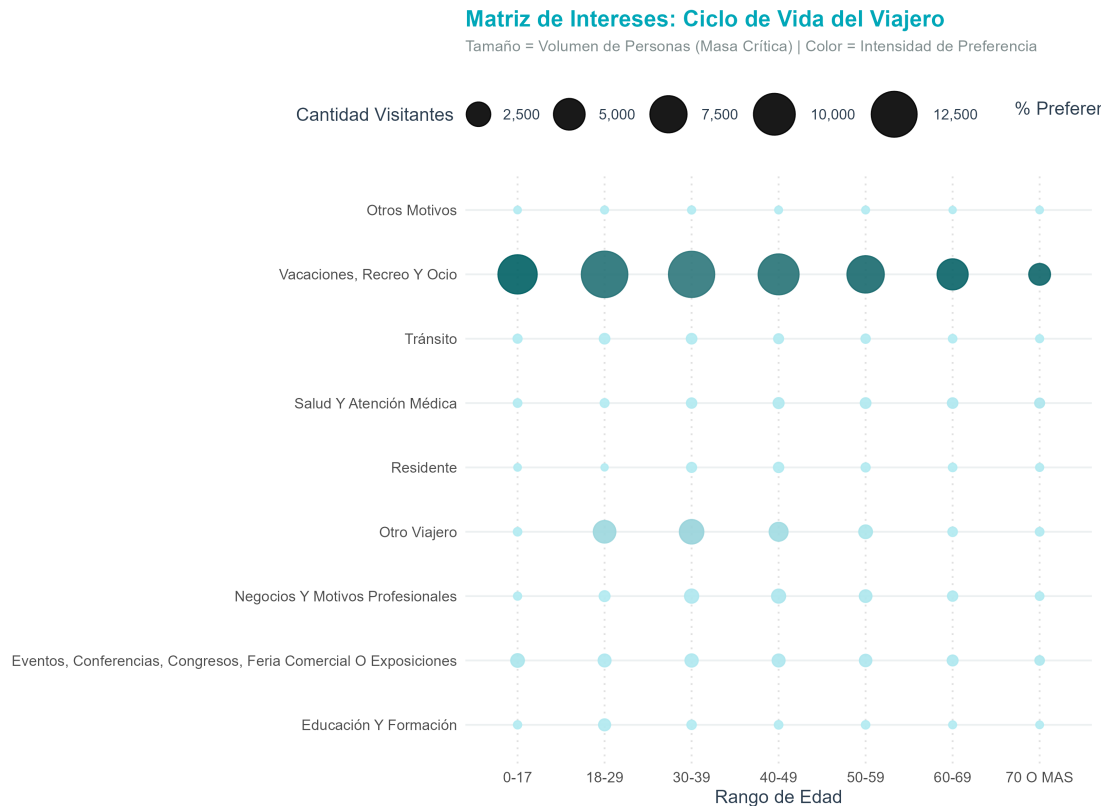


Figure 3: Matriz de motivos de viaje cruzados por rango etário.

La matriz confirma que “Vacaciones, Recreo y Ocio” es la fila con masa crítica visible, con burbujas grandes y de tamaño similar entre los rangos 18 – 29, 30 – 39 y 40 – 49. La presencia de una burbuja en 0 – 17 valida el componente familiar detectado en la pirámide. La categoría “Otro Viajero” —que en Panamá representa el 8,9% del total, más del doble que en otros mercados— aparece con burbujas pequeñas pero perceptibles en 18 – 29 y 30 – 39, sugiriendo perfiles laborales de visita corta no clasificados como negocios formales.

5 Inteligencia Aérea (Amadeus)

5.1 Evolución por Segmento (2022 – 2026)

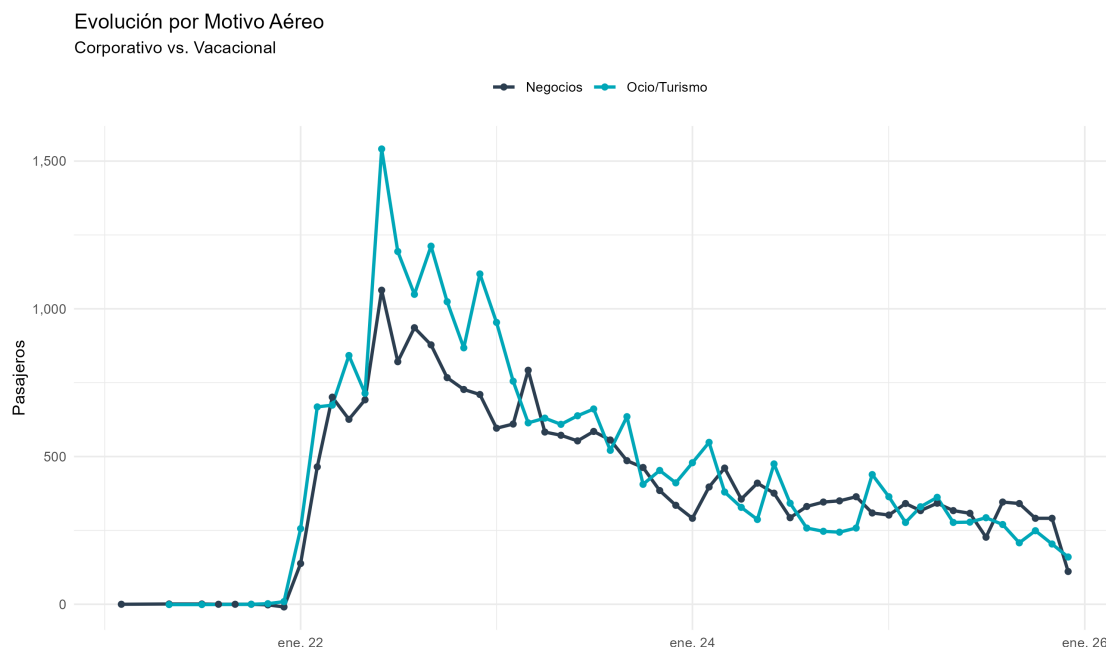


Figure 4: Evolución histórica del segmento Ocio vs. Negocios en reservas hacia Medellín.

La serie de Amadeus muestra tres etapas: (i) explosión post-pandemia con pico cercano a 1.500 reservas mensuales de ocio y 1.100 de negocios a mediados de 2022; (ii) **descenso pronunciado y sostenido** desde mid-2022 hasta finales de 2025; y (iii) convergencia reciente entre los dos segmentos en una banda baja de 200 – 500 reservas mensuales. Es importante destacar dos rasgos diferenciales del mercado panameño frente al francés: **el segmento de negocios pesa mucho más en proporción** (negocios y ocio se alternan en liderazgo en algunos puntos), lo cual es coherente con el peso relativo de eventos/congresos (2,3%) y negocios (1,8%) en el ranking de motivos. La característica más relevante de la serie, sin embargo, es la tendencia decreciente sostenida, que se discute con detalle en la sección de pronósticos.

5.2 Perfil de Estadía (Hallazgo Central)

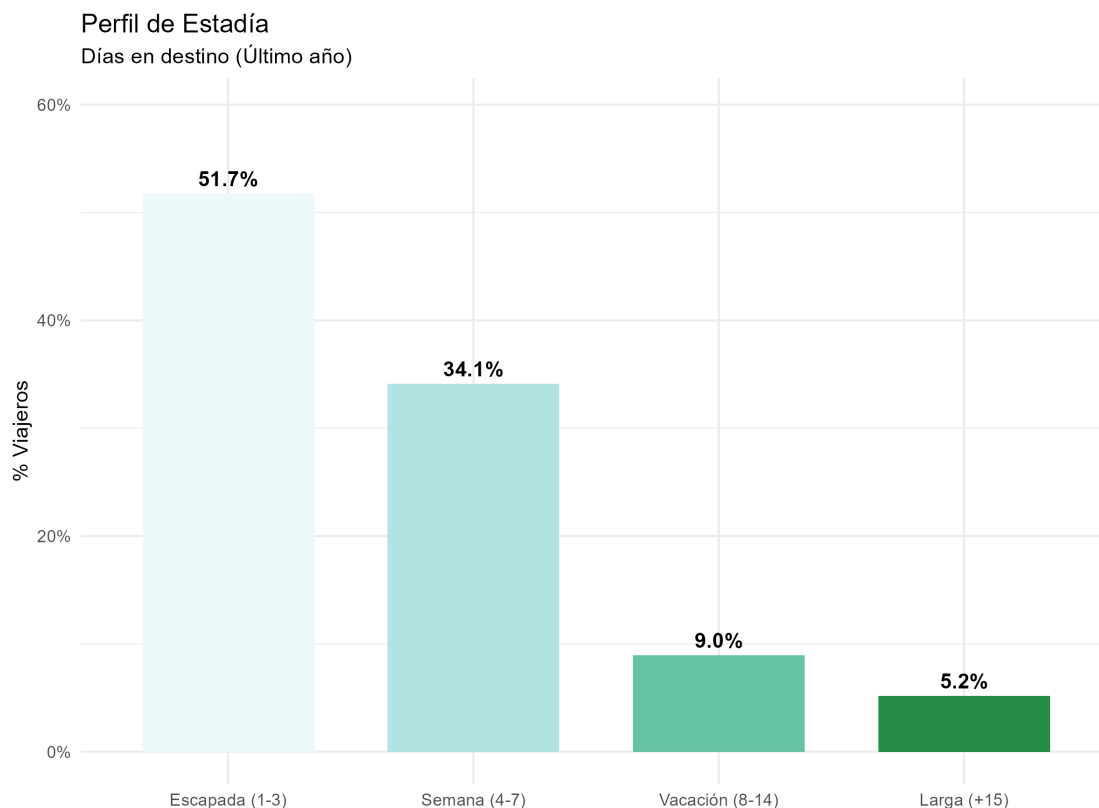


Figure 5: Distribución de la estadía del visitante panameño por categoría de duración.

La Figura 5 es el primer hallazgo estructural del informe y la marca diferenciadora del mercado panameño: **el 51,7% de los visitantes se queda entre 1 y 3 días (escapada) y un 34,1% adicional entre 4 y 7 días (semana)**. Solo el 9,0% extiende la estancia entre 8 y 14 días y un 5,2% supera los 15 días. En conjunto, **más del 85% del mercado panameño se queda una semana o menos**.

Este patrón es *exactamente el inverso del mercado francés*, donde el 84,4% se quedaba 8 días o más. Para Panamá, la lectura operativa es inequívoca: cada visitante representa una ventana corta de oportunidad. El sector hotelero, gastronómico y comercial debe estar preparado para una rotación rápida, con productos diseñados para experiencias condensadas y compras concentradas. La planeación de capacidad debe contemplar un alto *turn-over* en lugar de estancias prolongadas.

5.3 Demanda Futura (6 meses, marzo – agosto 2026)

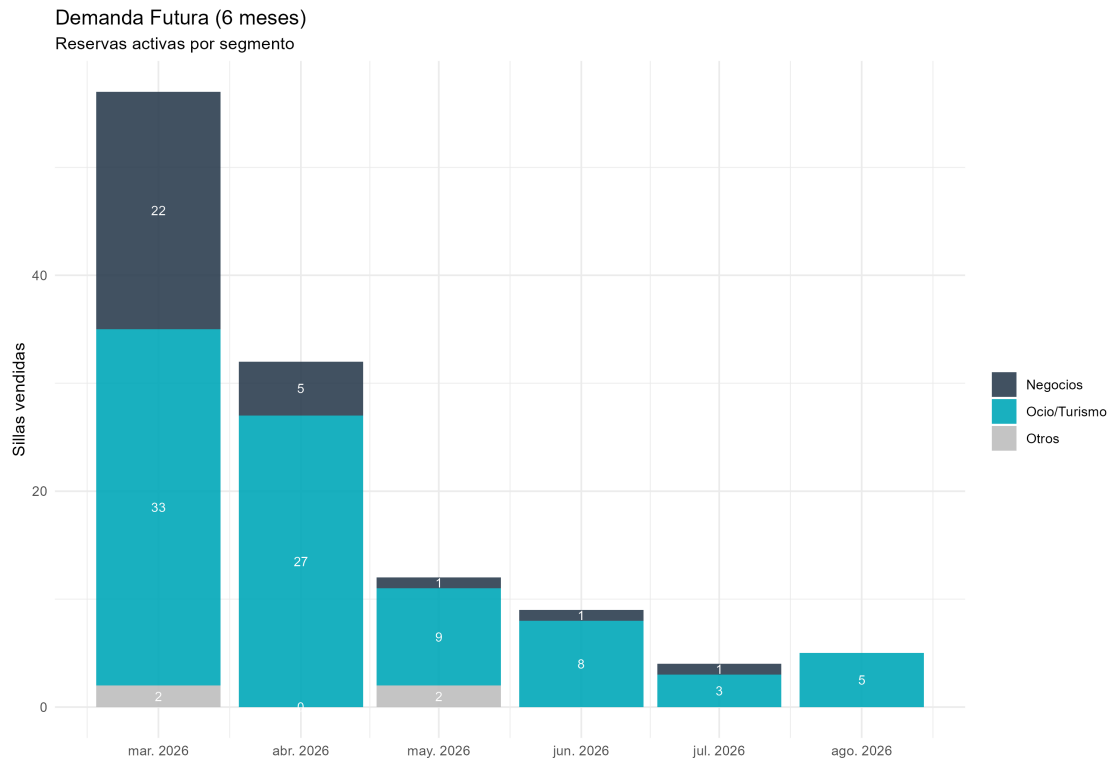


Figure 6: Reservas activas detectadas por segmento, horizonte 6 meses.

La visibilidad anticipada muestra una concentración en **marzo 2026 (57 reservas detectadas: 33 de ocio, 22 de negocios y 2 otros)**, con descenso pronunciado en abril (32) y volumen muy bajo desde mayo en adelante (entre 4 y 12 reservas mensuales). Vale la pena destacar que en marzo, el segmento de negocios representa el 39% de las reservas detectadas: una proporción alta que confirma el componente corporativo del mercado panameño. La baja visibilidad anticipada para los meses posteriores no debe leerse como caída real esperada: como en otros mercados latinoamericanos, los panameños reservan con poca antelación dado el bajo costo de la fricción de viaje (2 horas en vuelo directo).

5.4 Benchmarking de Estancia: Panamá entre los Plazos Más Cortos

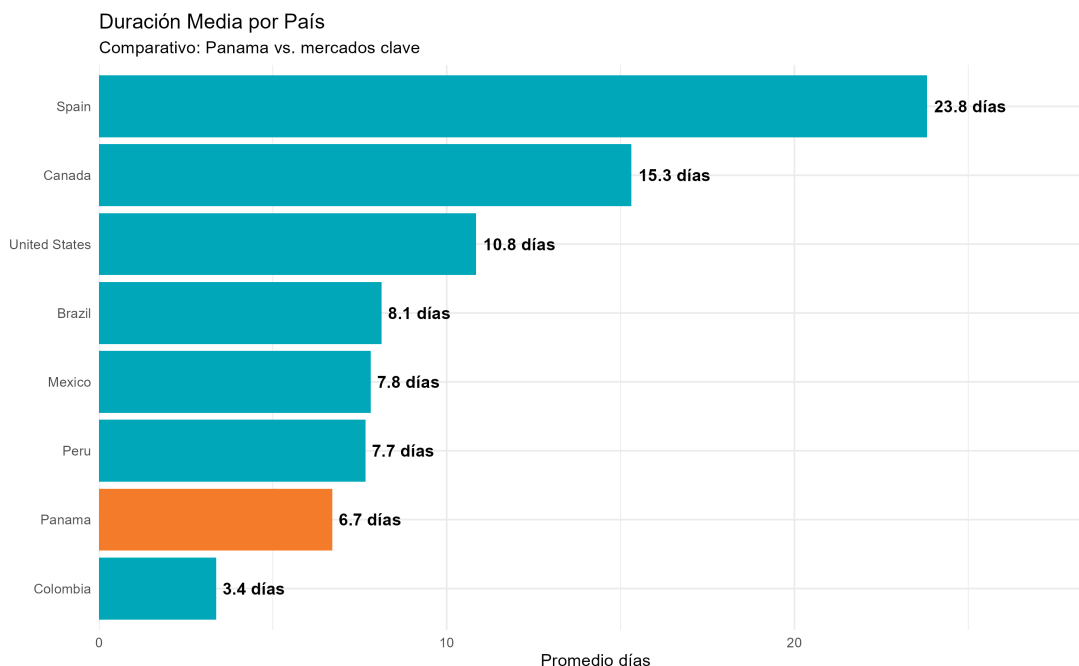


Figure 7: Estancia media por país emisor en Medellín. Panamá marcado en color destacado.

El benchmark posiciona explícitamente a Panamá como un mercado de **6,7 días de estancia media**, el segundo más bajo de la tabla, solo por encima del turismo doméstico colombiano (3,4 días). Por contraste, España lidera con 23,8 días, Canadá con 15,3 y Estados Unidos con 10,8. Panamá se ubica en el bloque de los emisores latinoamericanos cercanos: por debajo de Perú (7,7), México (7,8) y Brasil (8,1). Esta posición estructural del corredor Panamá – Medellín como ruta de *escapada regional* es coherente con la cercanía geográfica, la frecuencia de vuelos directos y la preferencia cultural por viajes cortos repetidos antes que estancias prolongadas.

5.5 Conectividad Real: el Corredor Directo Domina

Conectividad Real: ¿Cómo llega el visitante de PANAMA ?

Visitantes cuyo destino final es Antioquia (Últimos 12 meses)

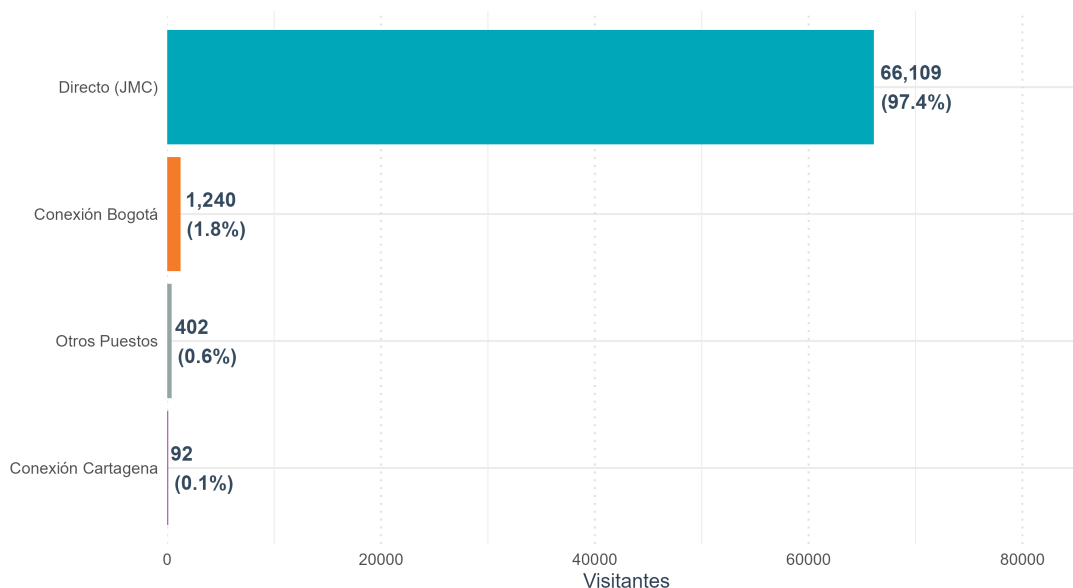


Figure 8: Distribución de visitantes panameños según vía de ingreso a Antioquia.

La Figura 8 cuantifica con precisión lo que la geografía hace evidente: **el 97,4% de los visitantes panameños (66.109 personas) llega directamente al aeropuerto JMC** sin escalas intermedias. La conexión vía Bogotá aporta 1.240 visitantes (1,8%), Otros Puestos 402 (0,6%) y la conexión por Cartagena solo 92 (0,1%). Esta es una diferencia estructural fundamental respecto al mercado francés, donde la conectividad indirecta era el principal cuello de botella. **Para Panamá, la conectividad ya está resuelta:** el reto de política pública no es atraer más flujo, sino capitalizar mejor el que ya existe.

5.6 Diferencias entre Vuelo Directo y Conexión

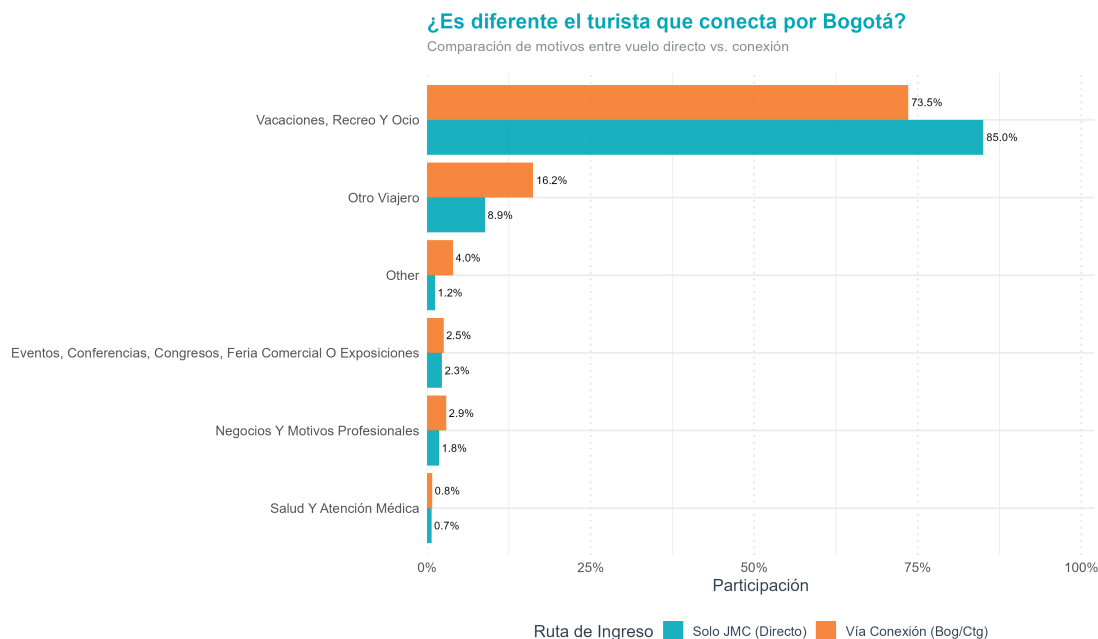


Figure 9: Composición de motivos de viaje según vía de ingreso.

Aunque el flujo por conexión es marginal en volumen, su composición por motivo es interesante: el visitante directo es más vacacional (85,0% vs. 73,5%), mientras que el visitante vía conexión muestra mayor diversidad: “Otro Viajero” sube de 8,9% a 16,2%, “Negocios” de 1,8% a 2,9% y “Other” de 1,2% a 4,0%. La hipótesis razonable es que quien hace conexión por Bogotá combina el viaje a Medellín con otras gestiones en Colombia, configurando un perfil multimotivo. La proporción de salud y atención médica es prácticamente igual en ambas rutas (0,7% directo, 0,8% conexión), lo que sugiere que el componente médico-farmacéutico no depende de la vía de ingreso.

6 Inteligencia de Gasto (Credibanco)

6.1 Ticket Promedio: muy por encima del promedio internacional

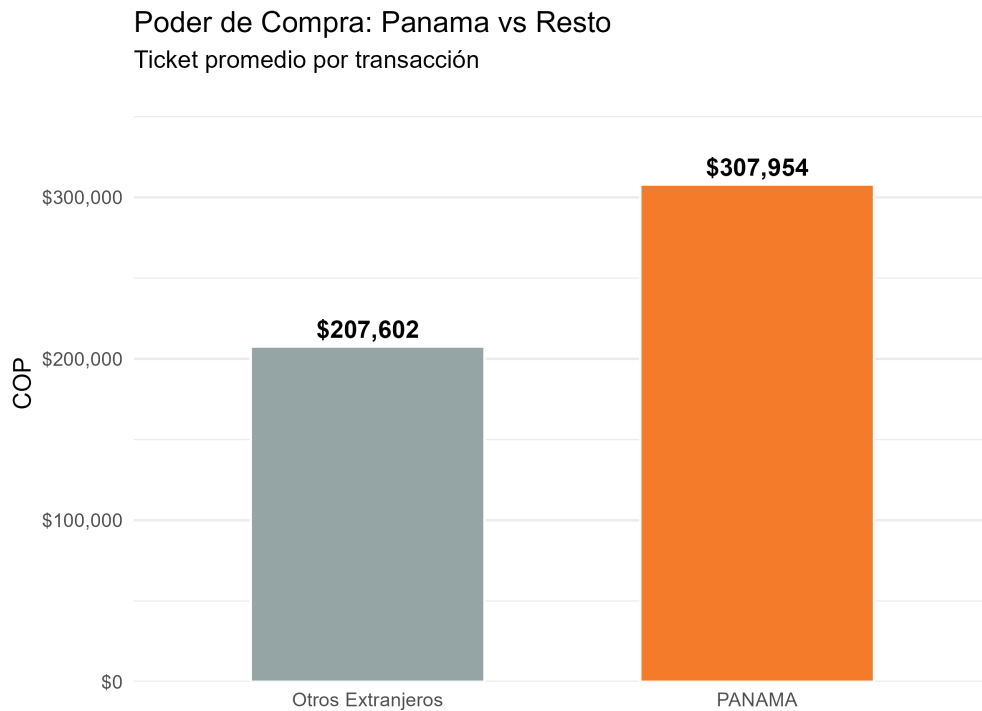


Figure 10: Ticket promedio por transacción: Panamá vs. Otros Extranjeros.

La Figura 10 establece la primera dimensión diferenciadora del consumo panameño en Medellín. El ticket promedio por transacción es de **\$307.954 COP**, frente a **\$207.602** del promedio del resto de extranjeros: un **48,3% mayor**. Este es el espejo invertido del mercado francés (donde el ticket era 14,7% menor que el promedio): el panameño efectivamente *realiza compras de mayor valor unitario*, lo cual es coherente con un perfil de visita corta donde cada operación debe condensar valor. La interpretación combinada con la estancia corta (Figura 5) configura un perfil de **escapada de alto ticket**: pocas operaciones pero de monto significativo, típico del visitante regional con poder adquisitivo que condensa su gasto en pocos días.

6.2 Distribución Espacial: Concentración en El Poblado

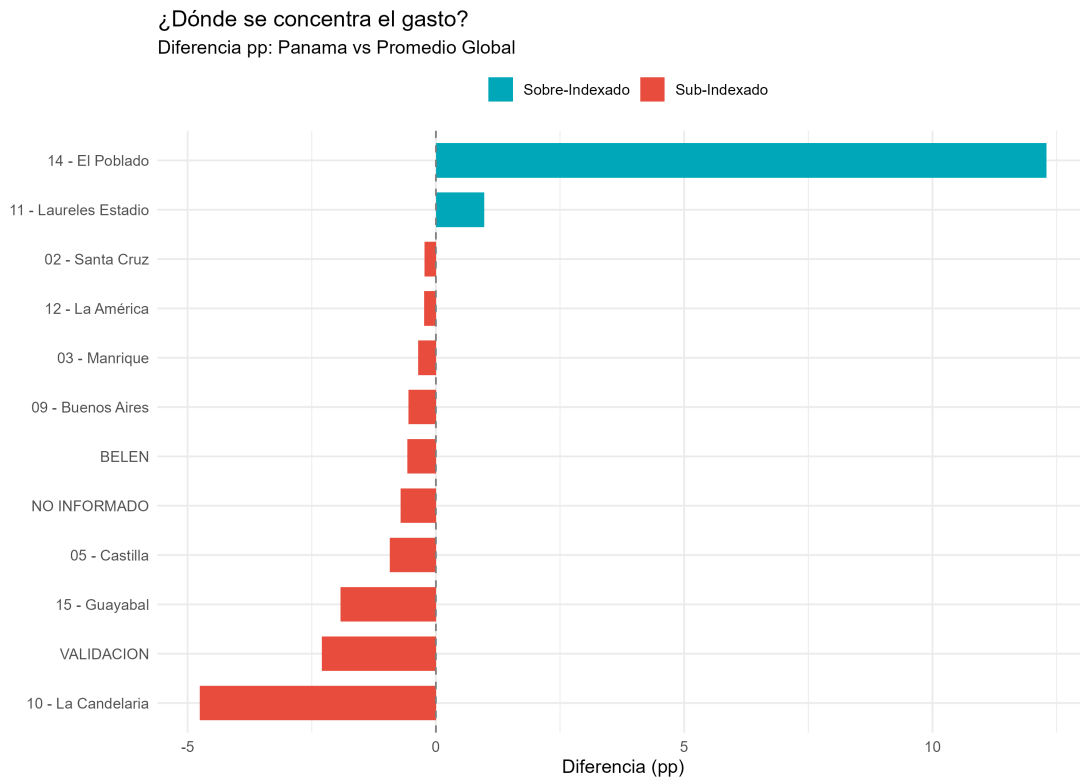


Figure 11: Sobre/sub-indexación del gasto panameño por comuna, en puntos porcentuales frente al promedio internacional.

El visitante panameño muestra una clara orientación hacia las zonas turísticas tradicionales: **El Poblado se sobre-indexa en aproximadamente +12,5 pp** y Laureles-Estadio en +1 pp. Es el único binomio con sobre-indexación relevante. En todas las demás comunas el panameño gasta menos que el promedio internacional, con sub-indexaciones notables en **La Candelaria (-5,0 pp)**, Validación (-2,3), Guayabal (-2,0) y Castilla (-1,0).

A diferencia del mercado francés, que sobre-indexaba marginalmente en Buenos Aires (+2,7 pp) sugiriendo curiosidad cultural, **el panameño no muestra ninguna sobre-indexación en barrios alternativos**. Se mueve dentro del binomio Poblado-Laureles, típico circuito turístico consolidado. Esto es coherente con un perfil de visita corta y conocida: el panameño llega a los lugares donde sabe encontrar oferta confiable, sin tiempo ni interés por explorar zonas no tradicionales.

6.3 Estructura de Categorías: Droguerías y Farmacias como Hal-lazgo Central

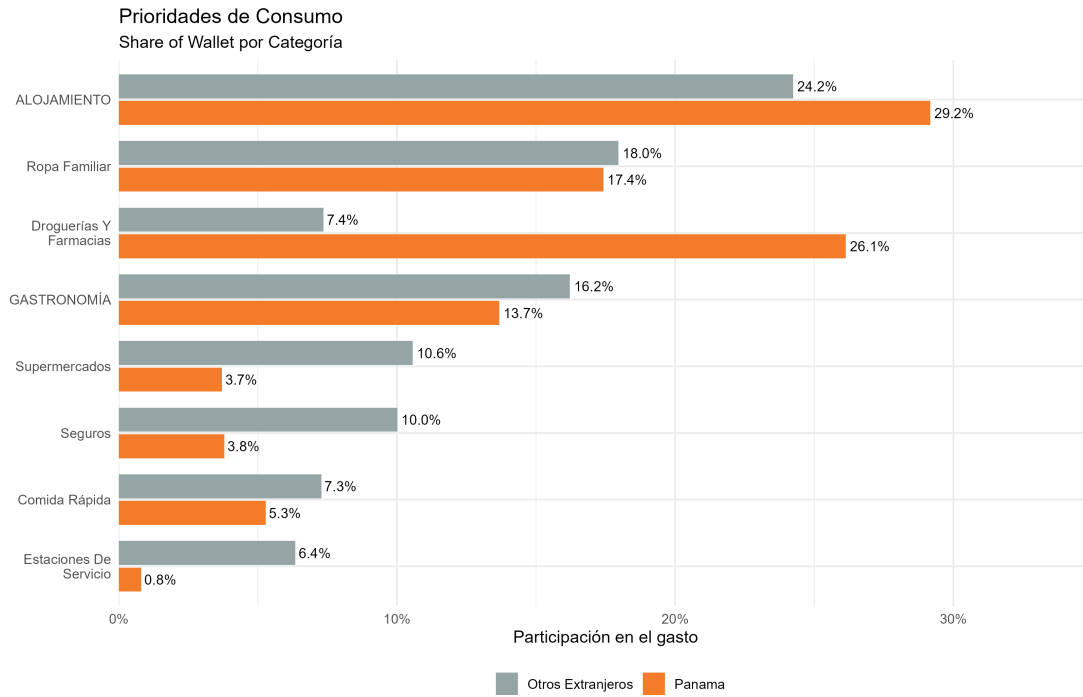


Figure 12: Share of wallet por categoría: Panamá vs. Otros Extranjeros.

La Figura 12 contiene **el hallazgo más relevante de política pública de todo el informe**. El visitante panameño destina el **26,1% de su gasto a Droguerías y Farmacias**, frente a apenas 7,4% del promedio internacional: una sobre-indexación de **3,5 veces**. Esta categoría, sumada a Alojamiento (29,2%), absorbe el 55,3% del wallet panameño.

El cuadro completo de comparaciones es el siguiente:

- **Alojamiento:** 29,2% (Panamá) vs. 24,2% (Otros). Sobre-indexado moderadamente.
- **Droguerías y Farmacias:** **26,1% vs. 7,4%**. Sobre-indexado masivamente ($\times 3,5$).
- **Ropa Familiar:** 17,4% vs. 18,0%. Prácticamente igual.
- **Gastronomía:** 13,7% vs. 16,2%. Ligeramente sub-indexada.

- **Comida Rápida:** 5,3% vs. 7,3%. Sub-indexada.
- **Supermercados:** 3,7% vs. 10,6%. Fuertemente sub-indexada.
- **Seguros:** 3,8% vs. 10,0%. Fuertemente sub-indexada.
- **Estaciones de Servicio:** 0,8% vs. 6,4%. Casi ausente.

La lectura es contundente: **Panamá no es un mercado vacacional puro**. Su huella de gasto perfila un **turismo de compras farmacéuticas y servicios médicos** con componente vacacional complementario. El visitante prioriza alojamiento (donde se hospeda), farmacias (lo que viene a comprar) y vestuario (compras complementarias). No tiene tiempo ni interés por la vida cotidiana de larga estancia (supermercados, estaciones de servicio, seguros), que solo aparece en perfiles de visita prolongada.

Es importante notar la divergencia entre el motivo de viaje declarado (“Salud y Atención Médica” apenas 0,7% del flujo) y el comportamiento real de gasto (26,1% en farmacias). Esto es típico cuando el motivo formal de declaración en migración es “ocio” pero el propósito real combina varias gestiones, incluyendo la médico-comercial. **El gasto, no el motivo declarado, es el indicador más confiable del comportamiento real.**

6.4 Distribución Detallada por Categoría (Ridges)

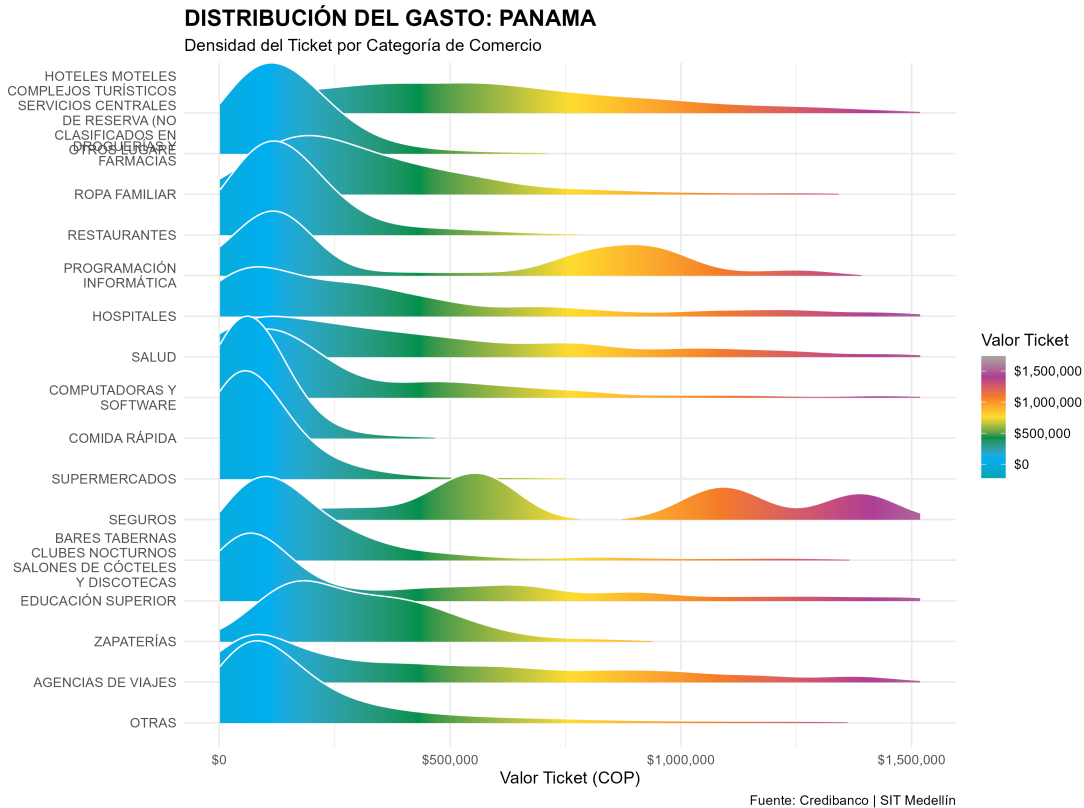


Figure 13: Densidad del valor del ticket por categoría comercial.

El ridges plot añade textura al hallazgo farmacéutico. Es revelador que *Droguerías y Farmacias*, pese a representar el 26% del wallet, presenta una distribución concentrada en valores bajos: muchas transacciones de tickets relativamente pequeños. En cambio, *Hospitales* y *Salud* muestran colas largas hacia tickets altos (hasta \$1,5M COP), perfilando un comportamiento bipartito:

- **Compras farmacéuticas:** alta frecuencia, ticket modesto (múltiples visitas a droguerías).
- **Servicios hospitalarios y de salud:** baja frecuencia, ticket alto (consultas, exámenes, procedimientos).

Además aparecen distribuciones bimodales en *Programación Informática*, *Seguros* y *Educación Superior*, sugiriendo segmentos minoritarios pero de alto valor: visi-

tantes que combinan el viaje con compras tecnológicas, contrataciones de seguros o pagos universitarios.

6.5 Tendencia Temporal: Estabilización con Pico Anual

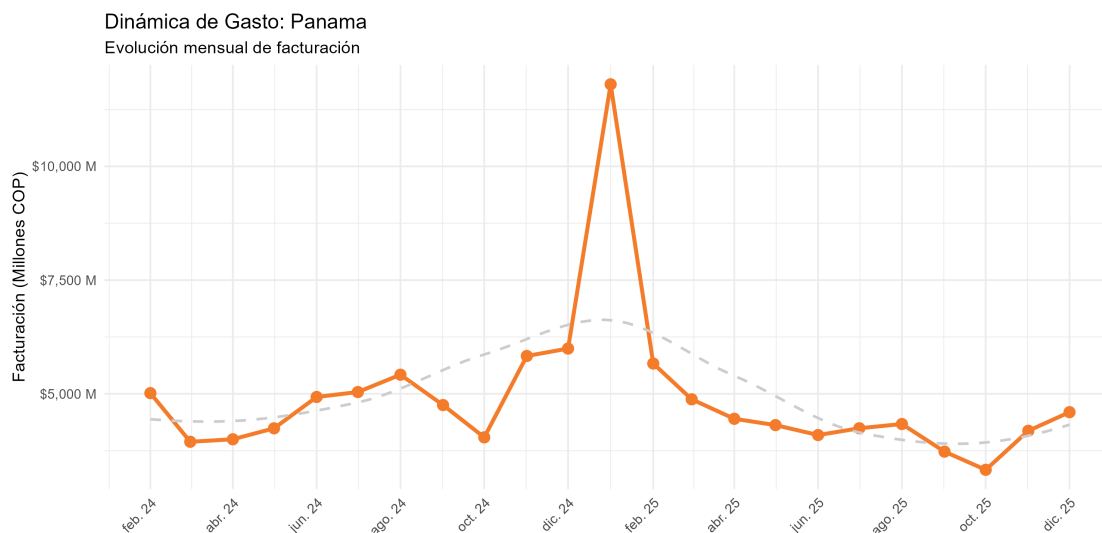


Figure 14: Evolución mensual de la facturación con origen Panamá.

La serie cubre febrero 2024 – diciembre 2025 y revela un comportamiento **mayoritariamente estable con un pico anual atípico**. La facturación mensual oscila en una banda relativamente estrecha entre \$3.500M y \$6.000M COP, con valor típico cercano a \$4.500M COP. Sobre esta banda destaca un **máximo anómalo en enero 2025 cercano a \$11.500M COP** (más del doble del valor típico), seguido de retorno rápido a la banda. El año 2025 muestra una tendencia de leve descenso desde el pico de enero hasta un mínimo en octubre (\$3.500M), con recuperación parcial hacia diciembre. La estacionalidad bimodal observada en otros mercados (verano boreal + decembrina) no se manifiesta con la misma claridad en Panamá: el pico de enero es estructural, pero no hay un segundo pico equivalente en julio-agosto.

6.6 Calidad del Gasto y Relación Volumen-Facturación (Gráficos no informativos)

Dos gráficos del paquete de inteligencia de gasto (Calidad del Gasto y Relación Volumen-Facturación) presentan limitaciones técnicas en su renderizado para el

mercado panameño: las series aparecen vacías o con valores en cero, lo que no permite extracción confiable de conclusiones. Se reporta esta limitación con honestidad técnica y se recomienda revisar el pipeline de cómputo para subsanar el cruce entre las fuentes Migración Colombia y Credibanco para este mercado en versiones posteriores del informe.

7 Modelos Estadísticos y Proyecciones

7.1 Pronóstico ARIMA(0,1,3) sobre Reservas Amadeus

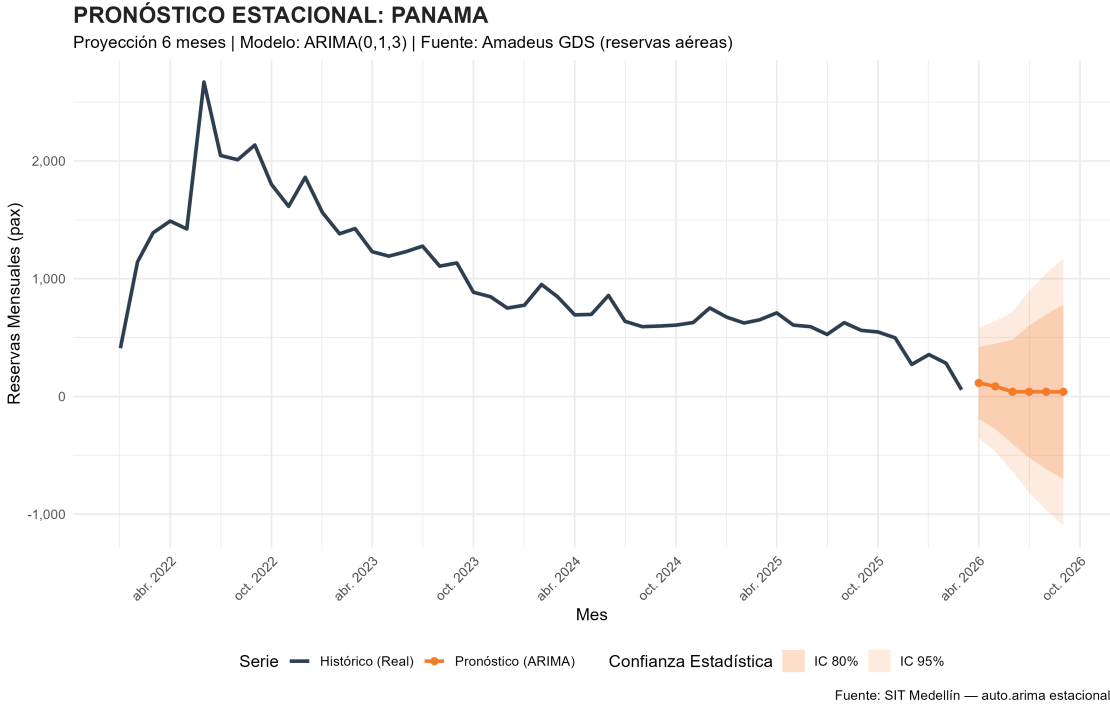


Figure 15: Pronóstico de reservas mensuales (Amadeus GDS), horizonte 6 meses.

El modelo ARIMA(0,1,3) —no estacional, con tres términos de medias móviles— ajusta una serie histórica que muestra **declive estructural** desde mid-2022. El pico se ubicó en la primera mitad de 2022 (~2.700 reservas mensuales), seguido por descenso continuo hasta valores inferiores a 100 reservas en diciembre de 2025. La proyección para los seis meses siguientes oscila en torno a **50 – 100 reservas mensuales**, con bandas de confianza al 95% extremadamente amplias (de aproximadamente -1.000 a +1.000 reservas).

Sin embargo, este pronóstico debe leerse con la debida cautela técnica. La tabla anual de Migración Colombia muestra que las llegadas reales han sido estables o crecientes (66.252 en 2024 y 68.122 en 2025), mientras que la serie Amadeus cae sostenidamente. La conclusión más razonable es que **la caída de Amadeus refleja migración de canal de reserva más que caída real de demanda**: los visitantes panameños cada vez compran más por canales directos (web de Copa Airlines, Avianca, agencias locales) sin pasar por GDS. En consecuencia, el indicador Amadeus es cada vez menos representativo del flujo real para este mercado, y el dato robusto sigue siendo el de Migración Colombia.

7.2 Pronóstico de Gasto Total (12 meses)

Gasto total — Pronóstico 12 meses (ARIMA)

ADF $p=0.637$ | KPSS $p=0.01$ | Ljung-Box(12) $p=0.051$

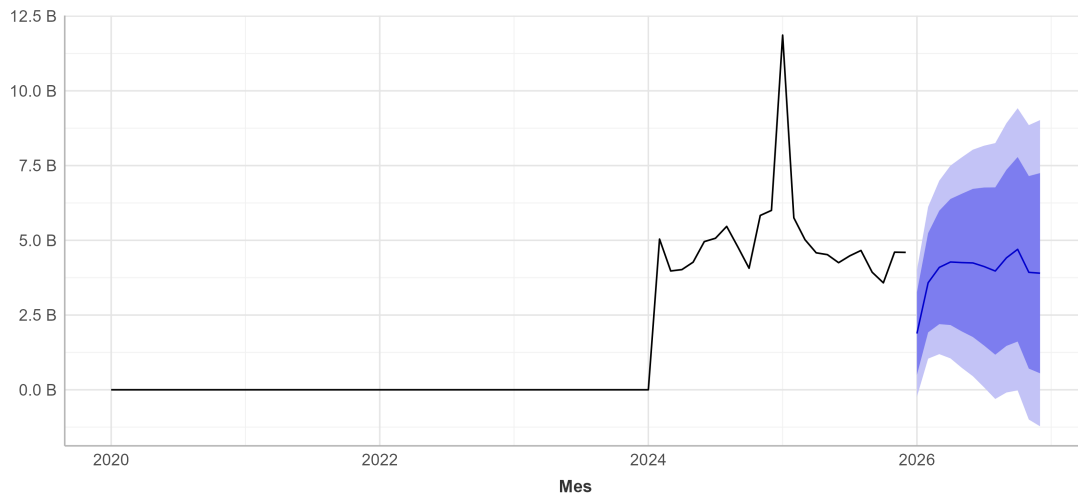


Figure 16: Pronóstico de gasto total a 12 meses, modelo ARIMA con diagnósticos de estacionariedad.

El modelo proyecta un gasto mensual típico de **\$4.000 – \$4.500 millones COP** para los próximos 12 meses, manteniendo la banda observada en 2025. Los diagnósticos estadísticos del título del gráfico (ADF $p = 0,637$, KPSS $p = 0,010$, Ljung-Box(12) $p = 0,051$) confirman que la serie no es estacionaria (razón por la cual el modelo aplica diferenciación) y que los residuos no muestran autocorrelación significativa al nivel del 5% (Ljung-Box marginalmente significativo). Las bandas de confianza al 95% son amplias (de aproximadamente \$0 a \$9.000M), lo que limita la fortaleza de las afirmaciones puntuales. La lectura prudente es: **el mercado mantendrá un nivel**

de gasto comparable al observado, sin señales de crecimiento estructural ni de colapso.

7.3 Brecha de Conversión Aérea

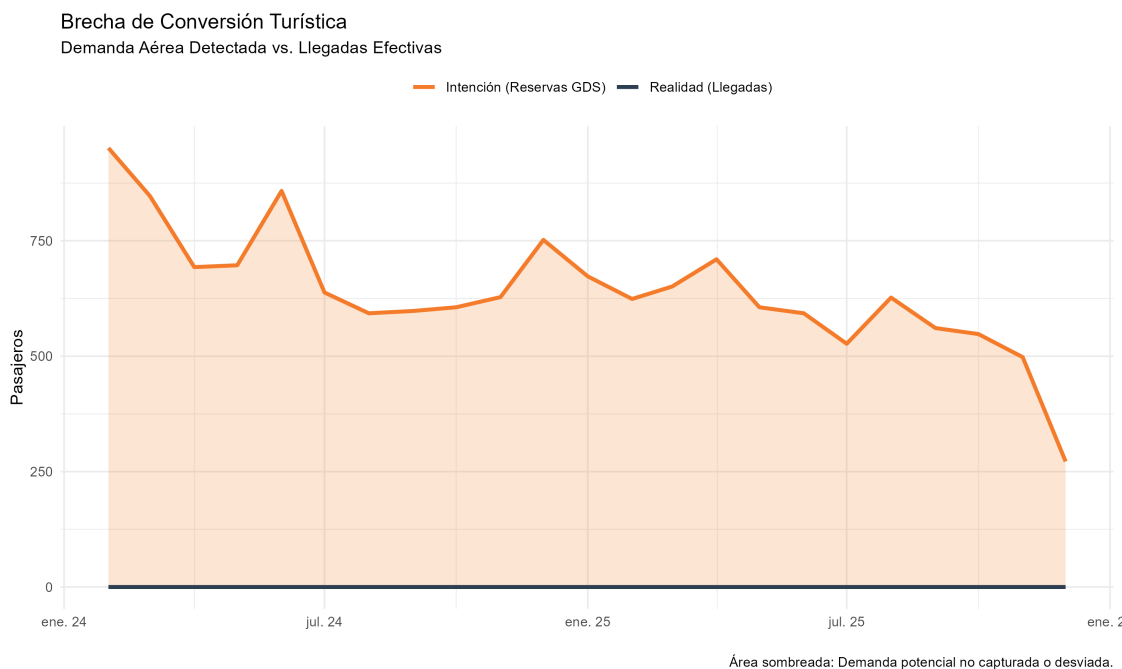


Figure 17: Brecha entre demanda aérea detectada en GDS y Llegadas efectivas.

La Figura 17 debe interpretarse con prudencia para Panamá. La línea naranja (intención/reservas GDS) oscila entre 270 y 950 pasajeros mensuales, con tendencia descendente. La línea oscura aparece casi pegada al eje X. **Sin embargo, los datos de Migración Colombia indican llegadas reales del orden de 5.700 mensuales** (68.122 anuales / 12), valor que estaría muy por encima de la escala graficada. Esto refuerza el diagnóstico de la sección anterior: **Amadeus subestima sistemáticamente al mercado panameño**. A diferencia del mercado francés —donde la brecha era estructural y representaba demanda no capturada—, en Panamá la brecha aparente es un artefacto del canal de reserva. El indicador adecuado para dimensionar este mercado es Migración Colombia, no Amadeus.

7.4 Matriz de Correlación de Gasto entre Comunas

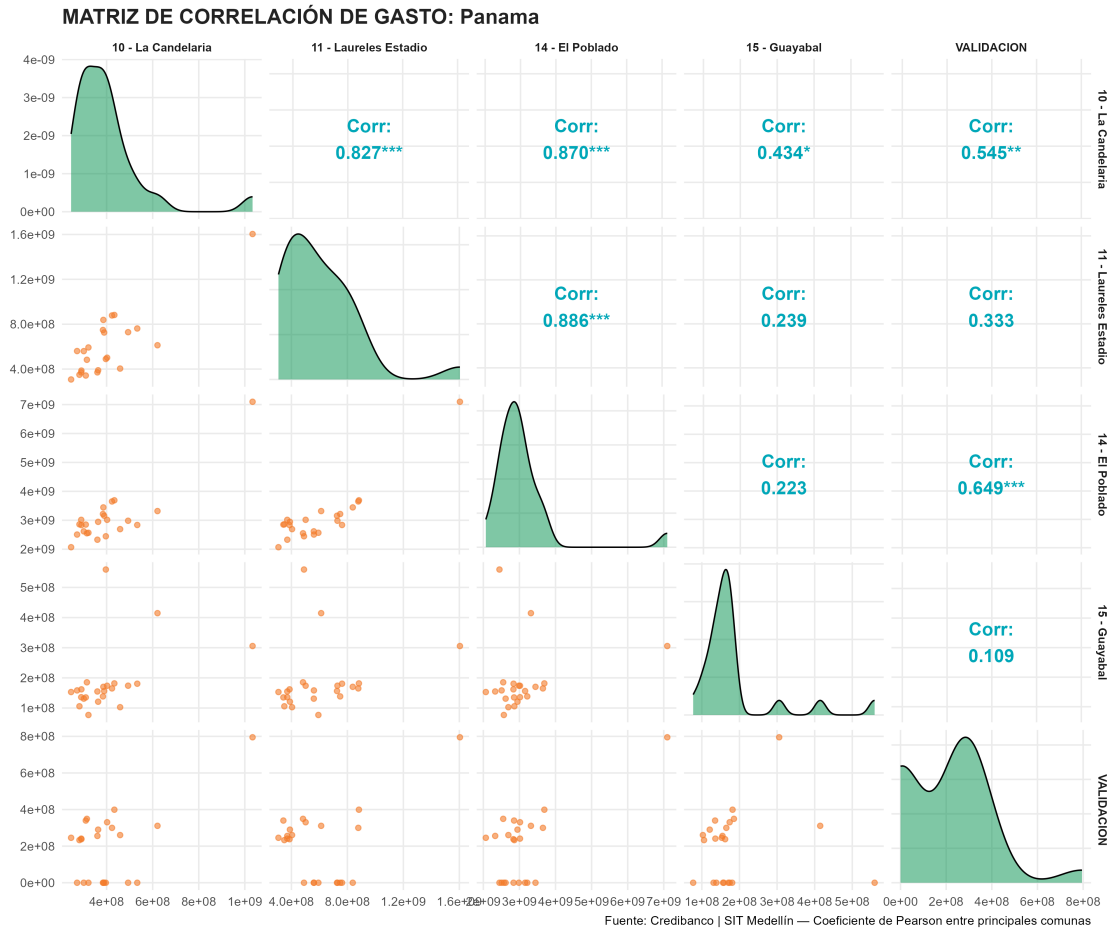


Figure 18: Matriz de correlación de Pearson del gasto mensual entre comunas principales.

Las correlaciones de las series mensuales de gasto del visitante panameño entre comunas turísticas tradicionales son altas y estadísticamente significativas: La Candelaria ↔ El Poblado ($r = 0,870^{***}$), Laureles Estadio ↔ El Poblado ($r = 0,886^{***}$) y La Candelaria ↔ Laureles Estadio ($r = 0,827^{***}$). Estas tres comunas **se mueven como un bloque sincronizado**: cuando una tiene un buen mes, las otras también. Las correlaciones con comunas no tradicionales (Guayabal, Validación) son sustancialmente más bajas y muchas no significativas, lo que confirma que el flujo panameño opera dentro del circuito consolidado. Para el lado escalar, las distribuciones diagonales muestran que El Poblado está en un orden de magnitud distinto (\$2 – 3 mil millones de COP mensuales) frente a las otras dos comunas (\$0,4 – 1,2

mil millones).

8 Visualizaciones Premium

8.1 Flujos Origen-Destino (Sankey)

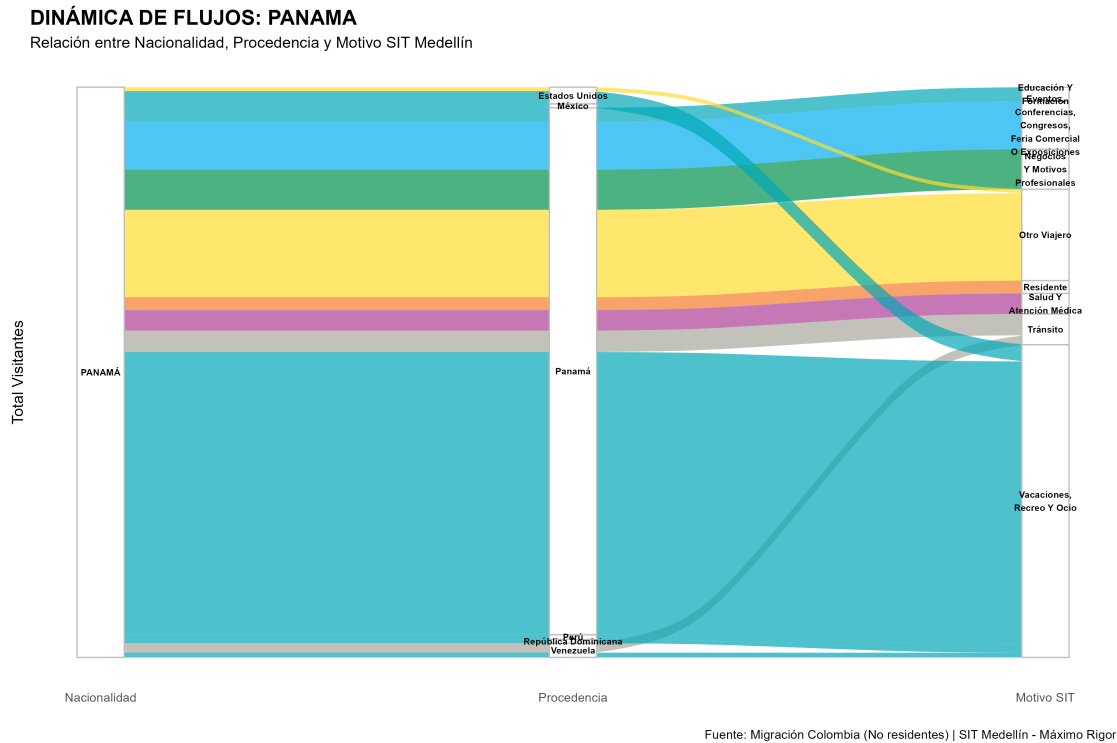


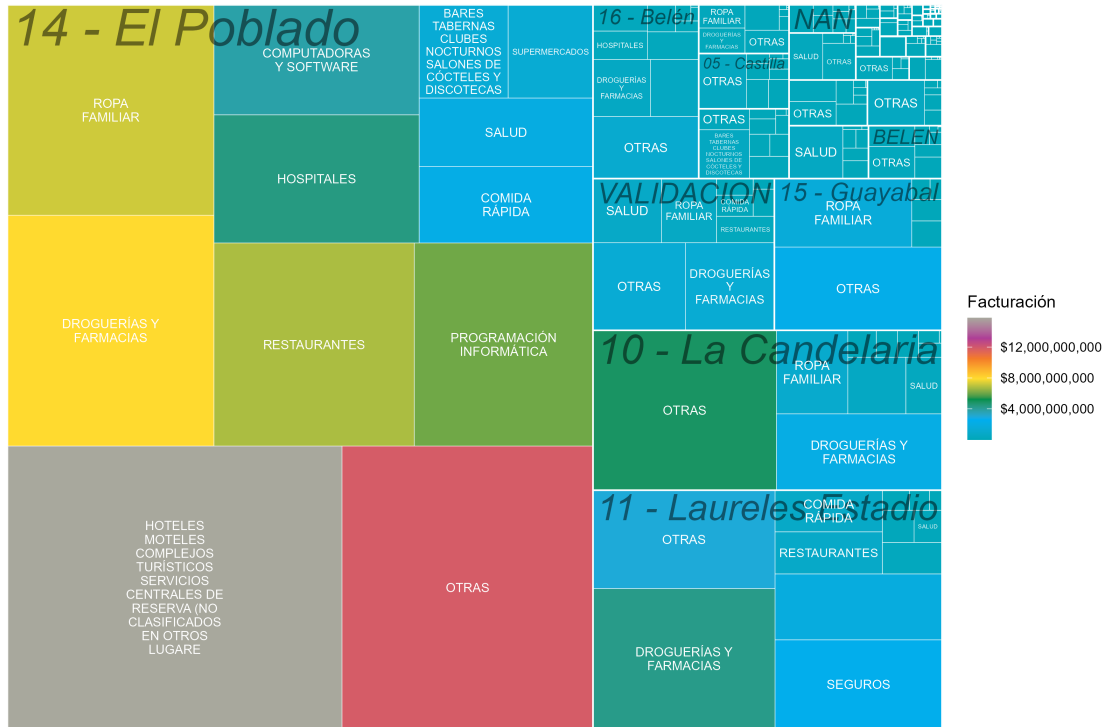
Figure 19: Diagrama Sankey: nacionalidad panameña → país de procedencia → motivo SIT.

El Sankey confirma el patrón de *vuelo directo dominante*: la banda turquesa que une “Panamá” (procedencia) con “Vacaciones, Recreo y Ocio” (motivo) es la mayor del diagrama. Aparecen también bandas notables hacia “Otro Viajero” (la categoría con 8,9% del flujo), “Eventos, Conferencias, Congresos y Ferias”, “Negocios y Motivos Profesionales”, “Salud y Atención Médica” y “Tránsito”. Las procedencias secundarias visibles son México, Estados Unidos, Perú, República Dominicana y Venezuela, todas con volúmenes pequeños. La composición de motivos del visitante panameño es notablemente más diversa que la del francés (donde el ocio absorbía el 87% sin contrapeso), lo que es coherente con el peso real del componente corporativo y de salud en este mercado.

8.2 Jerarquía de Gasto (Treemap)

JERARQUÍA DE GASTO: PANAMA

Distribución por Comuna y Categoría (Nacionalidad Tarjeta)



Fuente: Credibanco | SIT Medellín - Máximo Rigor Estadístico

Figure 20: Jerarquía del gasto panameño por comuna y categoría comercial.

El treemap visualiza con claridad las tres anclas del consumo panameño. En **El Poblado** (mitad izquierda, dominante): *Droguérias y Farmacias* aparece como uno de los bloques de color más cálido (amarillo, alta facturación, ~\$8.000M COP), confirmando visualmente el hallazgo del 26,1% del wallet. Le acompañan *Hoteles, Moteles y Complejos Turísticos* (gris-grande), *Ropa Familiar*, *Restaurantes*, *Hospitales* (verde), *Salud*, *Computadoras y Software*, *Programación Informática* y *Comida Rápida*. La presencia significativa de *Hospitales* y *Salud* dentro de El Poblado refuerza la lectura de turismo médico-farmacéutico. En **La Candelaria** (centro-derecha): bloques notables de *Otras*, *Droguérias y Farmacias*, *Ropa Familiar* y *Salud*. En **Laureles-Estadio** (esquina inferior derecha): *Otras*, *Comida Rápida*, *Restaurantes*, *Droguérias y Farmacias* y *Seguros*. El patrón geográfico de las farmacias atraviesa las tres comunas, confirmando que es un consumo estructural y no marginal.

8.3 Evolución Temporal de Visitantes (Streamgraph)

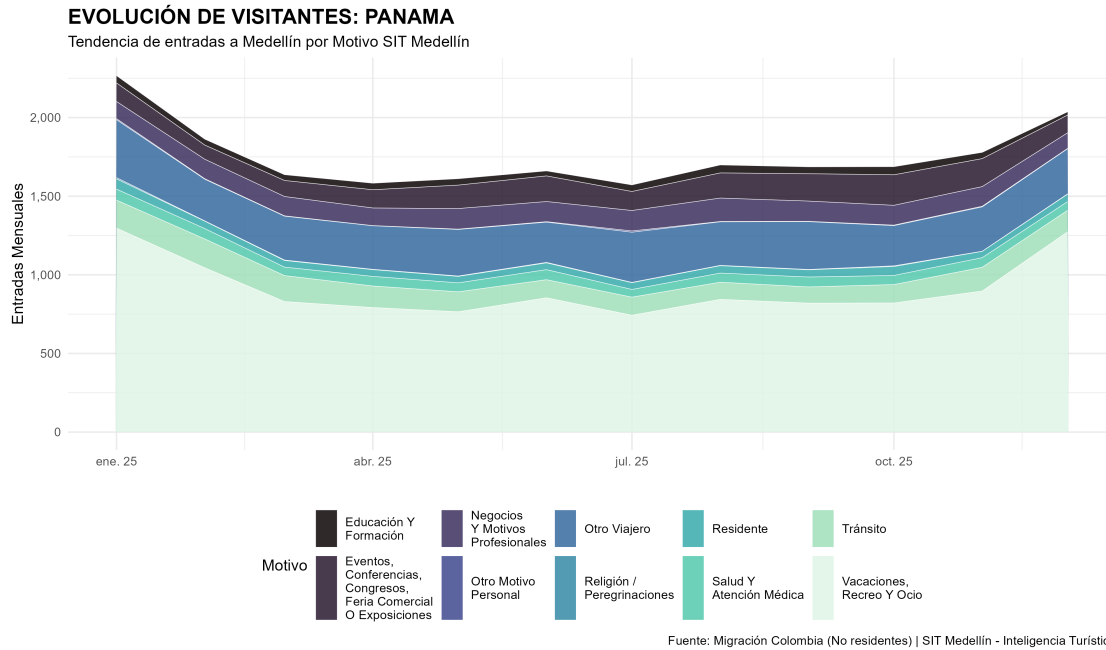
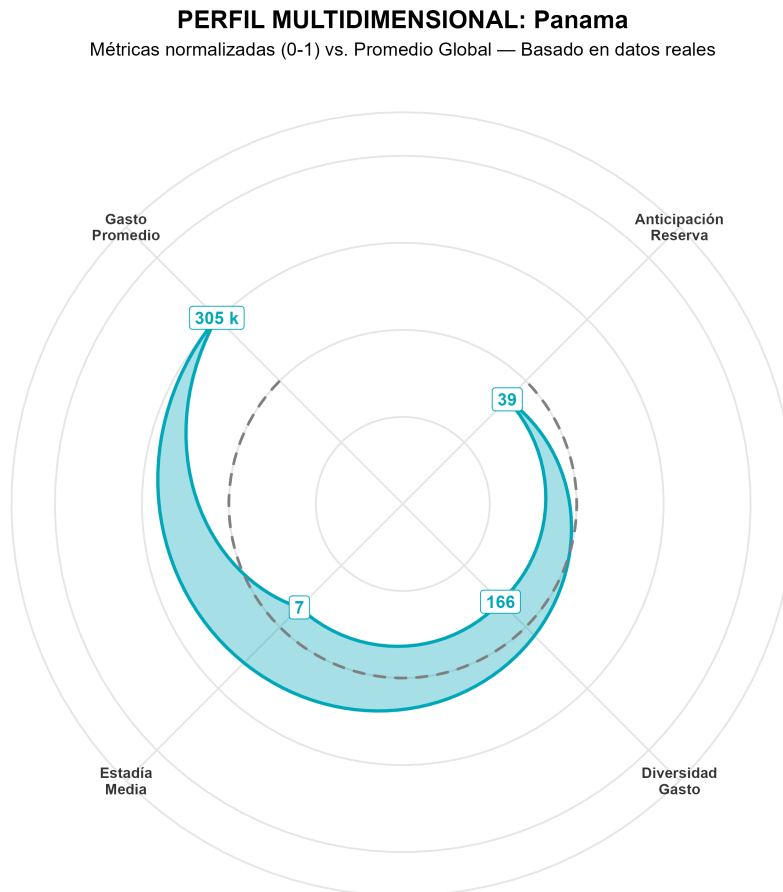


Figure 21: Streamgraph: entradas mensuales 2025 desagregadas por motivo SIT.

El streamgraph cubre los doce meses de 2025. La franja *Vacaciones, Recreo y Ocio* domina la masa visual, pero a diferencia del mercado francés se aprecian con nitidez varias capas adicionales: *Otro Viajero* (azul oscuro, banda gruesa), *Eventos, Conferencias, Congresos* (color berenjena), *Negocios y Motivos Profesionales* (capa fina pero visible) y *Salud y Atención Médica* (capa fina). El comportamiento temporal muestra un **patrón unimodal**: pico en enero (~2.250 entradas), valle medio del año entre abril y septiembre (~1.500 – 1.700) y repunte fuerte en diciembre (~2.000). No se detecta el patrón bimodal clásico observado en otros mercados; la estacionalidad principal del visitante panameño es la temporada decembrina y el inicio de año.

8.4 Perfil Multidimensional (Radar)



Fuentes: Migración, Credibanco, Amadeus | SIT Medellín

Figure 22: Perfil multidimensional del visitante panameño frente al promedio internacional.

El radar permite leer cuatro ejes con datos: *Gasto Promedio* (305k, claramente fuera del círculo del promedio gris), *Anticipación de Reserva* (39, cerca del promedio), *Diversidad de Gasto* (166, ligeramente sobre el promedio) y *Estadía Media* (7, dentro del círculo gris, indicando posición inferior al promedio). El perfil resultante es coherente con todos los hallazgos previos: **ticket alto, estancia corta, diversidad moderada y anticipación típica regional**. Es notable que el radar funciona mucho mejor para Panamá que para Francia, donde solo dos ejes habían aportado datos válidos.

9 Tablas Estadísticas

9.1 Llegadas Anuales y Crecimiento

Año	Visitantes	Crecimiento
2020	11.754	—
2021	17.592	+49,7%
2022	50.697	+188,2%
2023	70.497	+39,1%
2024	66.252	-6,0%
2025	68.122	+2,8%

La trayectoria muestra: caída en 2020 – 2021 por la pandemia, recuperación explosiva en 2022, expansión adicional en 2023 con máximo histórico (70.497), corrección a la baja en 2024 (-6,0%) y recuperación moderada en 2025 (+2,8%). Es una serie ya *madura*, sin signos de crecimiento estructural sostenido sino de estabilización en torno a los 67.000 – 70.000 visitantes anuales.

9.2 Ranking de Motivos de Viaje

Motivo de viaje	Visitantes	Participación
Vacaciones, Recreo y Ocio	57.923	85,0%
Otro Viajero	6.057	8,9%
Eventos, Conferencias, Congresos y Ferias	1.564	2,3%
Negocios y Motivos Profesionales	1.260	1,8%
Salud y Atención Médica	487	0,7%
Tránsito	332	0,5%
Educación y Formación	276	0,4%
Residente	198	0,3%
Religión / Peregrinaciones	13	0,0%

Motivo de viaje	Visitantes	Participación
Otro Motivo Personal	12	0,0%
TOTAL	68.122	100,0%

Table 1: Ranking de motivos de viaje del mercado panameño, 2025.

El motivo declarado “Salud y Atención Médica” representa apenas 0,7% del flujo, mientras que el gasto en Droguerías y Farmacias absorbe el 26,1% del wallet. Esta divergencia confirma que el motivo formal de declaración en migración no captura adecuadamente el propósito real combinado del viaje.

9.3 Benchmark de Estancia Media (Países Comparables)

País emisor	Estancia media (días)
España	23,8
Canadá	15,3
Estados Unidos	10,8
Brasil	8,1
México	7,8
Perú	7,7
Panamá	6,7
Colombia (interno)	3,4

Panamá se ubica en el segundo lugar más bajo del benchmark, posición coherente con su perfil de *escapada regional* antes que de viaje prolongado.

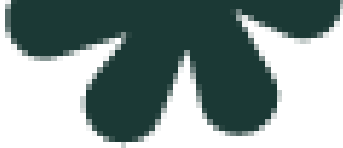
10 Síntesis Estratégica y Recomendaciones

Hallazgos Centrales Verificados

1. **Mercado masivo y maduro:** 68.122 visitantes en 2025 (+2,8% vs. 2024), tras pico histórico de 70.497 en 2023.
2. **Conectividad directa dominante:** 97,4% llega directo a JMC desde Panamá (66.109 personas).
3. **Estancia muy corta:** 51,7% se queda 1 – 3 días y 85,8% se queda 7 días o menos. Estancia media: 6,7 días.
4. **Ticket alto: \$307.954 COP por transacción,** +48,3% sobre el promedio internacional.
5. **Hallazgo central farmacéutico:** 26,1% del wallet se destina a Droguerías y Farmacias ($\times 3,5$ frente al promedio).
6. **Concentración en El Poblado y Laureles:** sin sobre-indexación en barrios alternativos.
7. **Componente corporativo y de eventos significativo:** 4,1% combinado de eventos + negocios (vs. 3,6% del francés), con presencia clara en proyecciones de marzo 2026.
8. **Mercado familiar relevante:** presencia notable de visitantes 0–17 años (~ 2.700 anuales).
9. **Amadeus subestima el mercado:** la caída sostenida de reservas GDS no refleja la realidad de las llegadas, que han sido estables-crecientes. El mercado migra hacia canales directos (Copa, Avianca, web).
10. **Las tres comunas turísticas se mueven al unísono:** correlaciones de gasto $r > 0,82$ entre Poblado, Laureles y La Candelaria.

10.1 Recomendaciones para la Política Pública Turística

- **Reconocer formalmente el componente médico-farmacéutico:** dado que el gasto en farmacias representa la cuarta parte del wallet panameño, articular

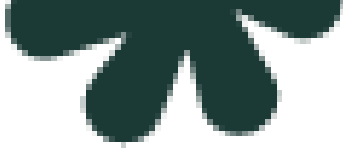


un diálogo con el cluster de salud de Medellín (red de clínicas, droguerías en El Poblado) para dimensionar adecuadamente el aporte real del segmento. Considerar productos integrados de *turismo médico-turístico* con paquetes de chequeo + alojamiento + experiencia urbana corta.

- **Aprovechar la conectividad ya consolidada:** con el 97,4% de llegadas directas, la política no debe enfocarse en abrir nuevas rutas sino en *maximizar la captura por visitante* ya presente. Los indicadores de éxito más relevantes son ticket promedio, gasto por estancia y recurrencia, no volumen.
- **Productos de escapada condensada:** diseñar paquetes de 2 – 3 días que combinen alojamiento, gastronomía, vida nocturna y compras (incluyendo el componente farmacéutico). El visitante panameño ya se queda 1 – 3 días en más de la mitad de los casos: el producto debe ajustarse a esta realidad, no luchar contra ella.
- **Componente familiar:** la presencia de cerca de 2.700 visitantes 0 – 17 años sugiere espacio para productos familiares (parques temáticos, oferta de fin de semana, actividades educativas cortas).
- **Eventos y MICE de proximidad:** con el 4,1% combinado de eventos y negocios y un componente corporativo visible en las reservas anticipadas, fortalecer el atractivo de Medellín como sede regional de eventos médicos, comerciales y empresariales para el mercado panameño.
- **Auditoría del pipeline Amadeus para Panamá:** la divergencia estructural entre Amadeus (en caída) y Migración Colombia (estable-creciente) indica que GDS ya no es un buen indicador para este mercado. Revisar canales de captura de la señal de demanda (incluir sistemas directos de Copa Airlines y Avianca).
- **Subsanar gráficos no informativos:** algunos gráficos del paquete (Calidad del Gasto, Matriz de Valor, Anticipación de Gasto, Estacionalidad) muestran datos vacíos o en cero para Panamá. Esto debe corregirse en el pipeline de R en versiones posteriores.

11 Notas Metodológicas

- **Migración Colombia:** entradas internacionales al aeropuerto José María Córdova (JMC) con destino Antioquia, filtradas por nacionalidad panameña. Las



llegadas “por procedencia (vuelo)” incluyen pasajeros de múltiples nacionalidades que conectan vía Tocumén y no se circunscriben al mercado emisor panameño.

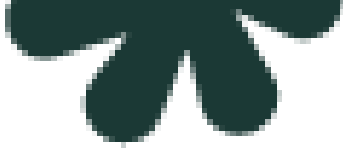
- **Amadeus GDS:** reservas aéreas con destino Medellín (MDE) procesadas como *net bookings*. Para el mercado panameño, este indicador subestima el flujo real porque una proporción creciente del tráfico se canaliza por canales directos (Copa Airlines, Avianca) sin pasar por GDS. La divergencia entre Amadeus y Migración debe interpretarse como migración de canal de reserva, no como caída real de demanda.
- **Credibanco:** transacciones con tarjetas de origen Panamá en establecimientos de Medellín, serie disponible desde inicios de 2024. Incluye tarjetahabientes residentes de origen panameño y visitantes con tarjeta panameña, sin distinción operativa.
- **Diferencia entre motivo declarado y comportamiento de gasto:** el motivo formal en migración (Salud y Atención Médica 0,7%) y el comportamiento real de gasto (Droguerías y Farmacias 26,1%) divergen porque la declaración migratoria no captura propósitos combinados del viaje. El gasto es el indicador más fiel del comportamiento real.
- **Gráficos no informativos para este mercado:** los gráficos EST_01 (Calidad del Gasto), EST_02 (Impacto Económico), TAC_01 (Matriz de Valor), TAC_02 (Anticipación de Gasto) y TAC_03 (Estacionalidad) presentan series vacías o en cero para Panamá y se reportan con esa salvedad.
- Las inferencias del informe son válidas para 2025 (período de análisis); la extrapolación a otros años requiere validación con la siguiente ola de datos.

— Fin del Informe —

Generado por el Sistema de Inteligencia Turística – SIT Medellín · 10/03/2026

Referencias

- [1] Unidad Administrativa Especial Migración Colombia, “Estadísticas de entradas y salidas internacionales”, 2025. [Online]. Available: <https://www.migracioncolombia.gov.co/>. [Accessed: 10-Mar-2026].

- 
- [2] Amadeus IT Group, “Travel Insights – Latin America Inbound Markets”, 2024. [Online]. Available: <https://amadeus.com/>. [Accessed: 10-Mar-2026].
- [3] Credibanco S.A., “Reportes de transaccionalidad con tarjetas internacionales – Medellín”, 2025. [Acceso institucional restringido a entidades aliadas del SIT].
- [4] Instituto Especializado de Turismo de Salud, “Caracterización del turismo médico en Colombia y benchmark regional”, 2024.
- [5] Copa Holdings, “Annual Report 2024: Conectividad Hub de las Américas”, 2024. [Online]. Available: <https://www.copaair.com/>.
- [6] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), “Cuenta satélite de turismo de Colombia”, 2024. [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/>.