vinetur

Panamá capta más viajeros argentinos tras elevar un 25,6% sus llegadas en un año

El país recibió 82.748 visitantes de Argentina y prepara una campaña comercial con rebajas de hasta el 70%

jueves 23 de julio de 2026

Panamá recibió 82.748 turistas argentinos durante 2025 a través del Aeropuerto Internacional de Tocumen, un 25,6% más que el año anterior, según datos oficiales difundidos por las entidades turísticas del país. El aumento consolida a Argentina como uno de los mercados emisores de interés para el destino, apoyado en la conexión aérea directa y en una oferta que combina compras, gastronomía, cultura y naturaleza en un mismo viaje.

La conectividad entre ambos países es uno de los elementos que explican este avance. Panamá dispone de vuelos directos desde Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Salta y Tucumán, lo que amplía las opciones de salida desde Argentina y facilita tanto los viajes de ocio como las escalas hacia otros destinos.

A esa red se añade el programa Panamá Stopover, que permite a determinados viajeros incorporar una estancia de hasta 15 días en el país cuando vuelan hacia otros destinos, en función de la ruta y de las condiciones de la aerolínea. La fórmula busca aprovechar el papel de Panamá como punto de conexión regional y convertir una escala en una visita con impacto turístico.

La propuesta del país se apoya también en la posibilidad de reunir varias experiencias en pocos días. Desde Ciudad de Panamá, los visitantes pueden desplazarse a playas del Caribe y del Pacífico, selvas tropicales, áreas protegidas y enclaves culturales. Entre los atractivos citados por la promoción turística panameña figuran el Casco Antiguo, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco; la oferta gastronómica de la capital, reconocida como Ciudad Creativa de la Gastronomía; y el Canal de Panamá.

La ministra de Turismo de Panamá, Gloria de León, afirma que Argentina es un mercado estratégico para el país y subraya que el objetivo es que quienes viajan al destino conozcan no solo su oferta comercial, sino también su gastronomía, su cultura, su naturaleza y la conectividad aérea disponible en la región.

Dentro de esa estrategia, Panamá celebrará del próximo 2 al 4 de octubre una nueva edición de Panamá Black Weekend. La iniciativa reunirá a más de 3.000 tiendas y más de 20.000 marcas en 16 centros comerciales y plazas, con descuentos de hasta el 70% en categorías como moda, tecnología, belleza, calzado, accesorios, hogar y joyería.

La organización del evento corre a cargo de la Asociación Panameña de Centros Comerciales, con el respaldo de la Autoridad de Turismo de Panamá y Visit Panamá. Según indican ambas entidades, la campaña no se limita al comercio, sino que busca activar otros segmentos ligados al viaje, entre ellos hoteles, restaurantes, transporte, operadores, guías, museos y espacios culturales.

La apuesta pasa por integrar las compras dentro de una oferta más amplia para el visitante internacional. Esa combinación de consumo, ocio urbano y acceso rápido a recursos naturales y culturales es uno de los argumentos con los que Panamá trata de reforzar su posición entre los viajeros argentinos.

Promtur Panamá, entidad encargada de la promoción internacional del destino, trabaja junto con la Autoridad de Turismo de Panamá y el sector privado para elevar la aportación económica del turismo y reforzar la presencia del país en mercados exteriores. En el caso argentino, el aumento registrado en 2025 apunta a una mayor tracción del destino en un mercado con conexiones directas desde varias ciudades y con interés por viajes que permiten concentrar varias actividades en una sola estancia.