



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
DIVISIÓN CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

David Alejandro Navarrete Prieto

Panamá para el mundo: cómo el turismo redefine su espacio urbano

Facultad de Negocios Internacionales
Tutor: Ernesto Arguello

25 - 03– 2026

PANAMÁ PARA EL MUNDO: CÓMO EL TURISMO REDEFINE SU ESPACIO URBANO

Introducción

La ciudad de Panamá constituye un caso singular de transformación urbana impulsada, en gran medida, por la dinámica del turismo internacional. Al recorrer la Cinta Costera, observar los rascacielos que bordean la bahía y transitar por las calles adoquinadas del Casco Viejo, se hace evidente que la capital panameña no es solamente un nodo estratégico del comercio global, sino también un destino que ha reconfigurado deliberadamente sus espacios para atraer visitantes de todas partes del mundo. Esta convivencia entre modernidad arquitectónica, patrimonio histórico restaurado y una oferta cultural orientada al viajero internacional refleja un proceso urbano profundamente moldeado por el turismo.

Desde que el Distrito Histórico de Panamá fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1997, la ciudad emprendió una transformación sostenida que combinó inversión privada, intervención estatal y demanda turística creciente (UNESCO, 1997). Este proceso se enmarca en una tendencia regional más amplia: según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022), el turismo representa alrededor del 10 % del empleo en América Latina y genera efectos multiplicadores sobre la infraestructura, la economía urbana y la imagen internacional de las ciudades. En este contexto, Panamá se ha posicionado como uno de los destinos emergentes más dinámicos de la región, apoyado en su conectividad aérea, en el Canal y en una política pública orientada a la diversificación turística.

El presente ensayo sostiene que el turismo ha sido un motor determinante en la transformación urbana de Panamá: ha impulsado la modernización de sus espacios, la

recuperación del patrimonio histórico y la consolidación de una infraestructura e imagen internacional competitiva; sin embargo, este proceso también genera tensiones sociales, económicas y ambientales que demandan una gestión sostenible e inclusiva. A partir de una metodología cualitativa basada en la observación directa de espacios urbanos clave, revisión de fuentes académicas e institucionales, y análisis interpretativo, se examinan seis dimensiones de esta transformación: la recuperación del patrimonio, la modernización del espacio urbano, la infraestructura estratégica, el posicionamiento internacional, el impacto en el empleo y, finalmente, los desafíos de sostenibilidad.

Turismo y recuperación del patrimonio histórico: el caso del Casco Viejo

El Casco Viejo de la ciudad de Panamá también conocido como Casco Antiguo o San Felipe es quizás el ejemplo más elocuente de cómo el turismo puede actuar simultáneamente como motor de conservación y como agente de transformación social. Fundado en 1673 tras el saqueo de la ciudad original por el pirata Henry Morgan, el barrio alberga una extraordinaria densidad de edificaciones coloniales, republicanas y de influencia francesa y norteamericana, producto de los sucesivos intentos de construcción del Canal. A pesar de su valor histórico, el área sufrió un prolongado abandono durante gran parte del siglo XX, convirtiéndose en un sector deteriorado y con altos índices de precariedad habitacional (Sigler y Wachsmuth, 2016).

La declaratoria como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO en 1997 marcó un punto de inflexión. A partir de entonces, y respaldado por el Decreto Ley 9 de 1997 que estableció un régimen de incentivos fiscales para la restauración de inmuebles, el Estado

panameño y los inversores privados iniciaron un proceso de rehabilitación que transformó el paisaje urbano del barrio. Hoy, el Casco Viejo concentra hoteles boutique, restaurantes de cocina internacional, galerías de arte y terrazas con vistas a la bahía, configurando una oferta turístico-cultural que atrae a miles de visitantes cada año. La iluminación pública, la restauración de fachadas y la presencia de guías turísticos son evidencia tangible de un espacio preparado para la experiencia del visitante.

Sin embargo, esta revitalización no ha estado exenta de tensiones. El aumento del valor inmobiliario y la llegada de inversión privada han generado un proceso de gentrificación transnacional que ha desplazado gradualmente a los residentes de menores ingresos. Sigler y Wachsmuth (2016), en su estudio sobre el Casco Antiguo, documentan cómo la transformación del barrio respondió a la confluencia de capital internacional y demanda turística, creando lo que denominan una "gentrificación transnacional" que eleva el costo de vida e interrumpe el tejido social original. Investigaciones periodísticas de La Estrella de Panamá (2019) señalan que los alquileres en el área pasaron de 150 dólares mensuales a más de 1.200 dólares tras las restauraciones, haciendo inviable la permanencia de las comunidades tradicionales.

El caso del Casco Viejo ilustra con nitidez la doble cara del turismo patrimonial: conserva el valor material del barrio, pero puede comprometer su patrimonio inmaterial y la memoria colectiva de sus comunidades originarias (Palma Villaverde, 2020).

No obstante, considero que esta tensión que se está evidenciando, exige un enfoque equilibrado y estratégico. Es fundamental atraer inversión extranjera para la restauración y revitalización de barrios históricos, ya que esta dinamiza economías locales, genera empleo y eleva el valor de los activos inmobiliarios; sin embargo, no podemos ignorar su impacto social. Desde mi punto de vista plantea la necesidad de políticas públicas que equilibren la

inversión en restauración con mecanismos de protección social para los habitantes históricos del barrio.

Turismo y modernización del espacio urbano

Más allá del Casco Viejo, la huella del turismo sobre el espacio urbano de Panamá se extiende hacia la Cinta Costera, ese corredor litoral que bordea el Pacífico y que se ha convertido en uno de los iconos de la modernización capitalina. Con zonas peatonales, ciclovías, áreas de recreación y una panorámica de rascacielos que refleja la fuerza financiera del país, la Cinta Costera no es únicamente una obra de infraestructura vial: es también un escenario diseñado para proyectar una imagen de ciudad ordenada, segura y atractiva, tanto para los residentes como para el turista internacional.

Este tipo de intervenciones se inscribe en los procesos de renovación urbana que el turismo impulsa en ciudades que aspiran a posicionarse en el mercado global. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) ha documentado que las ciudades que integran el turismo dentro de su agenda urbana desarrollan estrategias de modernización de espacios públicos orientadas a mejorar la experiencia del visitante y a fortalecer su competitividad como destino. La construcción de infraestructura peatonal, la habilitación de zonas verdes y el mejoramiento del alumbrado público son intervenciones recurrentes en ciudades que buscan incrementar su atractivo turístico.

El crecimiento de edificaciones de gran altura en las inmediaciones de la Cinta Costera y en distritos como Punta Pacífica o Costa del Este también refleja el vínculo entre auge turístico e inversión inmobiliaria. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2018), el desarrollo turístico en América Latina ha estimulado procesos de renovación urbana que mejoran la infraestructura, aunque también generan transformaciones profundas

en la estructura socioeconómica de las ciudades. En el caso de Panamá, modernizar el frente marítimo va de la mano con su inserción en el competitivo mercado global de turismo de negocios y de ocio.

Turismo e infraestructura estratégica: el Canal como activo turístico

Un elemento diferenciador de la oferta turística panameña es su capacidad de articular la infraestructura estratégica del país con la experiencia del visitante. El Canal de Panamá, obra de ingeniería que conecta los océanos Atlántico y Pacífico y por la cual transitan más de 14.000 buques al año, no es únicamente el eje del comercio marítimo mundial: es también uno de los atractivos turísticos más visitados de la región. Las esclusas de Miraflores y Agua Clara han sido habilitadas como centros de visitantes que, según datos de la Autoridad del Canal de Panamá, registraron casi un millón de visitas solo en el año del centenario del Canal en 2014, con una tendencia de crecimiento sostenido en años posteriores (We Build Value, 2016).

La conversión del Canal en producto turístico responde a una estrategia de diversificación que permite transformar activos económicos en experiencias para los visitantes, ampliando así el portafolio de oferta del destino. La OMT (2018) ha señalado que la integración entre infraestructura económica, turismo y desarrollo local fortalece la competitividad de los destinos y genera mayores oportunidades de crecimiento sostenible. En este sentido, el Canal funciona como un ancla de identidad nacional que dota a Panamá de un atractivo singular e irrepetible en el escenario turístico mundial.

A este activo se suma la posición de Panamá como hub aéreo de América Latina. La conectividad que ofrece el aeropuerto internacional de Tocumen con rutas directas a más de cien destinos en el continente y el mundo facilita el flujo de turistas y reduce las barreras de acceso al destino. La CEPAL (2016) ha señalado que los países con alta conectividad internacional y desarrollo logístico tienen ventajas comparativas para posicionarse en el mercado turístico global, en la medida en que reducen los costos de acceso y mejoran la experiencia del visitante. Panamá ha sabido capitalizar esta ventaja geográfica para construir una oferta turística que combina tránsito, negocios y ocio.

Turismo e imagen internacional: la ciudad como estrategia de posicionamiento

La transformación urbana impulsada por el turismo en Panamá tiene también una dimensión simbólica: la construcción de una imagen internacional que posiciona a la ciudad como un destino moderno, seguro y culturalmente rico. Espacios como el Casco Viejo y la Cinta Costera no solo cumplen funciones urbanas; también comunican una identidad hacia el exterior, operando como las "exhibiciones" de la ciudad frente al turista y al inversor internacional.

Este fenómeno se relaciona con el concepto de city branding o marca ciudad, mediante el cual las administraciones locales y nacionales desarrollan estrategias para fortalecer la imagen urbana y atraer flujos de turismo e inversión. La CEPAL (2018) ha analizado cómo las ciudades latinoamericanas han adoptado políticas orientadas a construir una marca urbana como mecanismo de inserción en la economía global, combinando la modernización de espacios físicos con narrativas de identidad cultural y competitividad económica. Panamá ha encontrado en la combinación de su patrimonio colonial, su

modernidad financiera y su posición geográfica una narrativa poderosa para proyectarse internacionalmente.

La UNWTO (2019), en su declaración de Nur-Sultan sobre ciudades y destinos inteligentes, destacó la importancia de integrar el turismo dentro de la agenda urbana más amplia, de modo que las inversiones en infraestructura y los esfuerzos de posicionamiento internacional contribuyan a mejorar la calidad de vida de todos los habitantes, y no únicamente la experiencia de los visitantes. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para Panamá, donde el éxito de la marca ciudad debe evaluarse no solo en términos de flujos turísticos, sino también en función del bienestar de su población local.

No deben pasar por alto estos efectos de entenderse como simples externalidades del desarrollo, sino como consecuencias directas de un modelo turístico que prioriza la rentabilidad sobre el bienestar social.

Turismo, empleo y economía local

El turismo ha tenido un impacto significativo sobre la estructura económica y el mercado laboral de Panamá. En las zonas turísticas de la capital, la concentración de restaurantes, hoteles, servicios de guía, transporte y comercio informal evidencia una reconfiguración del productivo local en torno a las necesidades del visitante. Este fenómeno se inscribe en la tendencia regional documentada por la CEPAL (2024), según la cual el turismo contribuye aproximadamente al 10 % del empleo en América Latina, con una participación aún mayor en destinos de alta intensidad turística como Panamá.

La OMT (2019), en sus panoramas anuales del turismo internacional, ha reafirmado que el sector es uno de los principales generadores de empleo directo e indirecto en economías en desarrollo, especialmente en áreas urbanas donde se concentran los servicios turísticos. Para Panamá, esta dinámica ha favorecido la expansión de oportunidades laborales en hotelería, gastronomía, transporte y entretenimiento, sectores que han experimentado un crecimiento acelerado en las últimas dos décadas.

No obstante, el empleo generado por el turismo presenta limitaciones estructurales que no pueden ignorarse. La CEPAL (2024) advierte que el sector se caracteriza con frecuencia por condiciones de estacionalidad, informalidad y precariedad laboral, especialmente para los trabajadores de menores calificaciones. Esta realidad implica que, si bien el turismo dinamiza la economía urbana, la calidad del empleo que genera requiere políticas públicas activas orientadas a la formalización, la capacitación y la protección social de los trabajadores del sector.

En una perspectiva crítica, el turismo en Panamá evidencia una estructura económica donde los beneficios se concentran en determinados actores, mientras que amplios sectores de la población continúan en condiciones de vulnerabilidad. Esto plantea un desafío importante para la sostenibilidad del modelo turístico, ya que el crecimiento económico por sí solo no garantiza desarrollo social.

Turismo y sostenibilidad urbana

El crecimiento del turismo en Panamá también genera presiones sobre la sostenibilidad urbana que merecen atención particular. El incremento en la llegada de visitantes eleva la demanda de servicios públicos, movilidad, infraestructura de saneamiento

y recursos energéticos, ejerciendo cargas adicionales sobre una ciudad cuya capacidad instalada no siempre crece al mismo ritmo que el flujo turístico.

La OMT (2018), en su informe sobre la gestión del turismo urbano, ha documentado que el crecimiento acelerado del turismo puede provocar fenómenos de saturación, deterioro ambiental y congestión en los espacios públicos más visitados, si no se gestiona con criterios de planificación sostenible. En el caso del Casco Viejo, por ejemplo, la masificación turística ha generado preocupaciones sobre la capacidad de carga del barrio y el impacto sobre su tejido social y patrimonial.

Entendiendo estos efectos se deberían tomar acciones al respecto y que no se vea una simple consecuencia de un modelo turístico que prioriza el desarrollo, sino convertir esto también dentro cambio como un pilar importante para salvaguardar el bienestar social de la población que ha permanecido allí desde situaciones precarias. Hay que tener presente que la gentrificación no solo implica un cambio físico en el territorio, sino también una ruptura en las dinámicas culturales y sociales de las comunidades.

Por ende, ante este panorama, el Gobierno de Panamá aprobó el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025, reconocido por la UNESCO como un modelo de innovación y sostenibilidad, que articula tres pilares de acción: el patrimonio cultural, el patrimonio natural y el patrimonio marino (Autoridad de Turismo de Panamá, 2022). Este plan busca orientar el crecimiento turístico hacia modelos que integren a las comunidades locales, protejan los ecosistemas y fortalezcan la resiliencia del destino frente a shocks externos. La CEPAL (2018) ha señalado que el desarrollo urbano sostenible requiere equilibrar el crecimiento económico con la protección del entorno y la calidad de vida de los habitantes, principio que el Plan Maestro panameño intenta operacionalizar.

La sostenibilidad del turismo panameño depende, en última instancia, de la capacidad del Estado y de los actores privados para adoptar enfoques de planificación que trasciendan la lógica del crecimiento cuantitativo y avancen hacia un modelo de desarrollo turístico que redistribuya beneficios, proteja el patrimonio y garantice la cohesión social.

Conclusión

El análisis desarrollado a lo largo de este ensayo permite confirmar que el turismo ha sido un motor determinante en la reconfiguración urbana de Panamá, validando la tesis planteada en la introducción. A través de la recuperación del patrimonio histórico, la modernización de los espacios públicos, el aprovechamiento turístico de la infraestructura estratégica y la construcción deliberada de una imagen internacional competitiva, el turismo ha contribuido de manera significativa a posicionar a la ciudad de Panamá como uno de los referentes urbanos más dinámicos de América Latina.

Sin embargo, como se evidenció en cada uno de los argumentos desarrollados, este proceso de transformación trasciende lo físico y tiene implicaciones profundas en las dimensiones social, económica y ambiental de la ciudad. La revitalización del Casco Viejo, aunque positiva en términos de conservación arquitectónica y dinamización económica, ha propiciado procesos de gentrificación transnacional que amenazan el tejido social y la memoria colectiva del barrio. El crecimiento del sector turístico ha generado oportunidades de empleo, pero también condiciones laborales que demandan mayor atención pública. Y la presión sobre los recursos y servicios urbanos plantea interrogantes urgentes sobre la sostenibilidad del modelo de crecimiento adoptado.

La trayectoria de Panamá demuestra que el turismo es, simultáneamente, una oportunidad de desarrollo y un vector de transformación compleja que exige una gestión

integral y de largo plazo. Más allá de ser un simple impulsor económico, el turismo debe entenderse como un fenómeno multidimensional que incide en la forma en que las ciudades se organizan, se proyectan y evolucionan. El verdadero desafío no radica únicamente en atraer más visitantes, sino en orientar el crecimiento turístico hacia modelos que articulen la competitividad internacional con la equidad social, la preservación del patrimonio y el bienestar de la población local. Solo desde esa perspectiva integral podrá Panamá consolidarse no solo como una ciudad atractiva para el mundo, sino como un caso ejemplar de desarrollo urbano sostenible en contextos globalizados.

REFERENCIAS

- Autoridad de Turismo de Panamá (ATP). (2022). *Plan Maestro de Turismo Sostenible 2020-2025*. ATP. <https://www.atp.gob.pa>
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2018). *Turismo y desarrollo urbano en América Latina y el Caribe*. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Turismo-y-desarrollo-urbano-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Turismo y desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/24199>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Economía urbana y desarrollo territorial en América Latina*. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43878-economia-urbana-desarrollo-territorial>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *La sostenibilidad turística desde una perspectiva territorial: estudios en Costa Rica, Panamá y la República Dominicana*. CEPAL/BMZ-GIZ. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/69110-la-sostenibilidad-turistica-perspectiva-territorial-estudios-costa-rica-panama>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2024). *El turismo como motor de empleo y desarrollo local en América Latina*. Naciones Unidas. <https://biblioguias.cepal.org/turismo>

- La Estrella de Panamá. (2019, julio 15). La lucha de unos vecinos contra la gentrificación en el casco viejo de Panamá. *La Estrella de Panamá*.
<https://www.laestrella.com.pa/panama/nacional/lucha-casco-viejo-vecinos-gentrificacion-GTLE11800>
- La Estrella de Panamá. (2024). Casco Antiguo: una historia de abandono y gentrificación. *La Estrella de Panamá*. <https://www.laestrella.com.pa/panama/casco-antiguo-una-historia-de-abandono-y-gentrificacion-CE9512675>
- Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO). (2018). *¿Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. UNWTO.
<https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO). (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO). (2019, octubre). 8th UNWTO Global Summit on Urban Tourism: Smart Cities, Smart Destinations. Nur-Sultan Declaration. UNWTO. <https://www.unwto.org/8-unwto-global-summit-on-urban-tourism-smart-cities-smart-destinations>
- Palma Villaverde, S. (2020). Patrimonio, territorio y memoria: análisis desde el Distrito Histórico de Panamá. *Cuadernos Geográficos*, 59(1), 1-18.
<https://www.redalyc.org/journal/6040/604065778006/html/>
- Sigler, T. y Wachsmuth, D. (2016). Transnational gentrification: Globalisation and neighbourhood change in Panama's Casco Antiguo. *Urban Studies*, 53(4), 702-718.
<https://doi.org/10.1177/0042098014568070>
- UNESCO. (1997). *Sitio Arqueológico de Panamá Viejo y Distrito Histórico de Panamá*. Lista del Patrimonio Mundial. <https://whc.unesco.org/en/list/790>

We Build Value. (2016). *The Canal: Tourism and Development*.

<https://www.webuildvalue.com/en/reportage/the-canal-tourism-and-development.html>