



**REAL
ESTATE
FORESIGHT**

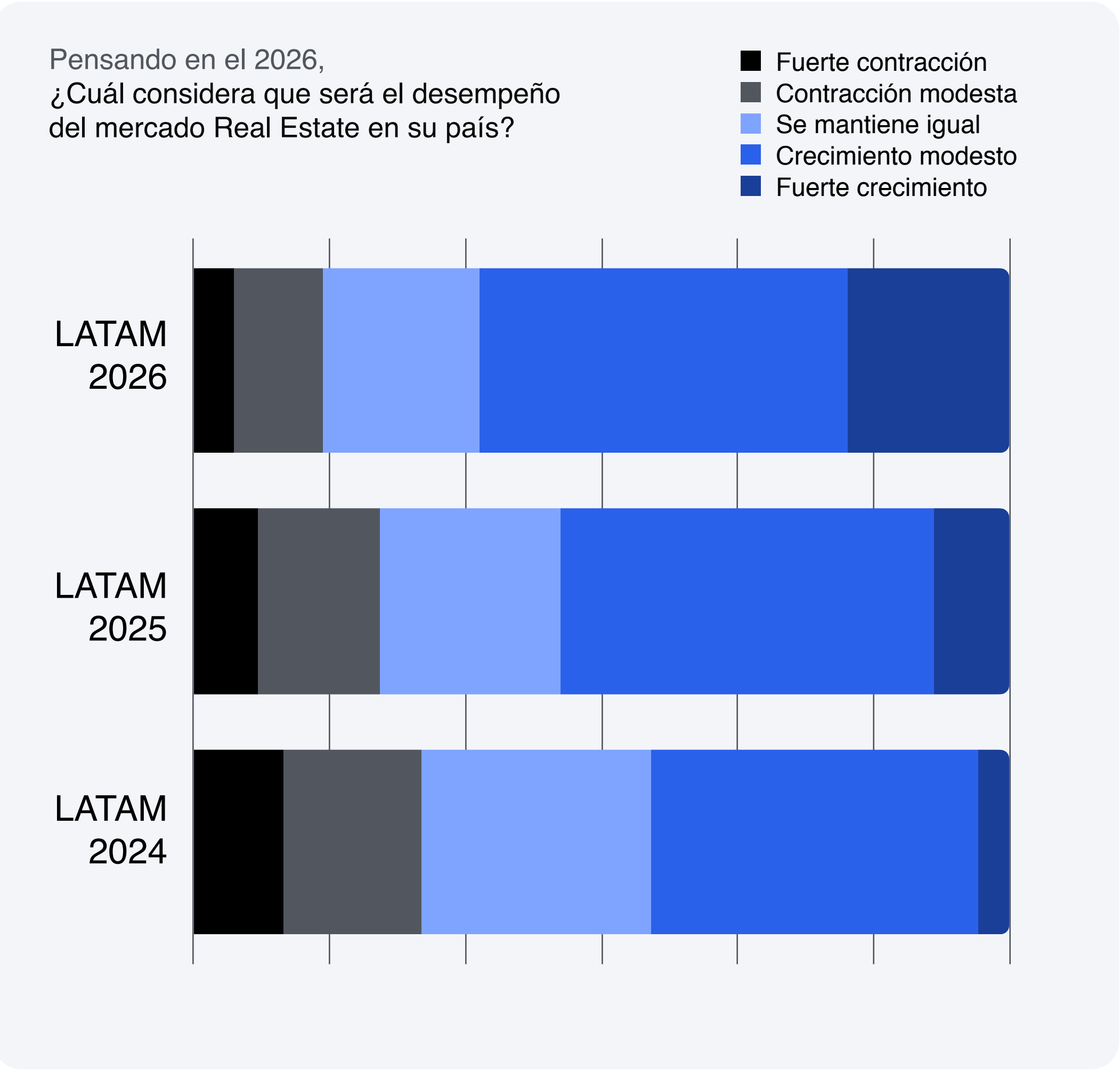


Transformamos data en *inteligencia inmobiliaria*

Data-Driven Real Estate Consultancy.

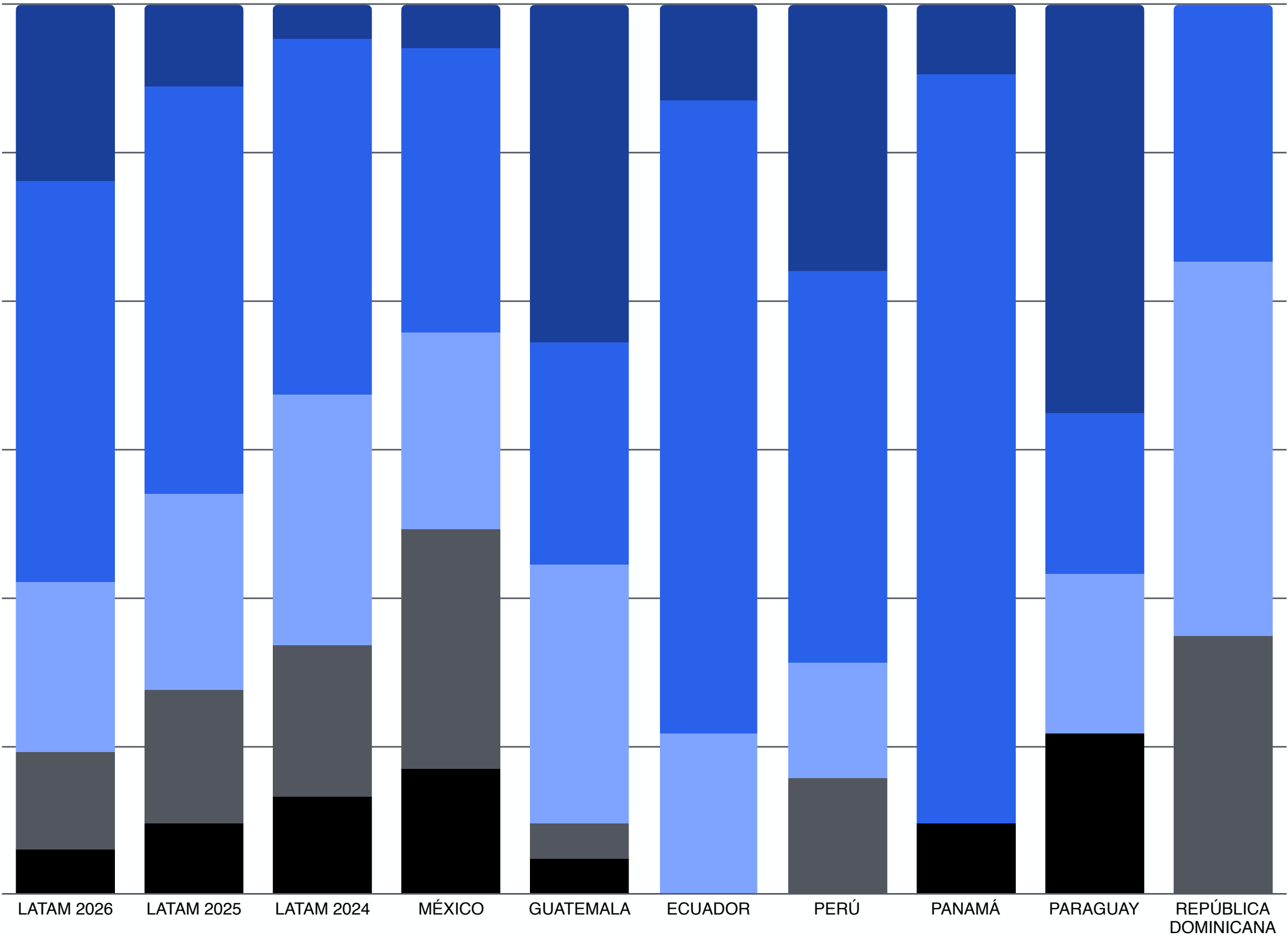
Panorama Empresarial del Real Estate

Percepción del desempeño del mercado Real Estate y datos de crecimiento económico (2024-2026 y proyecciones 2026)



- Fuerte crecimiento
- Crecimiento modesto
- Se mantiene igual
- Contracción modesta
- Fuerte contracción

El panorama en general de **LATAM** parece más positivo para 2026 que en años anteriores, con una percepción general de crecimiento, la cuál varía de acuerdo a las condiciones actuales de cada país.



La síntesis presentada proviene de un levantamiento de información secundaria llevado a cabo por 4S Real Estate. Fuente: Banco Mundial e IFM
*LATAM: Se consideran los siguientes países: Panamá, Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Uruguay, Paraguay y Bolivia, se excluye Argentina.

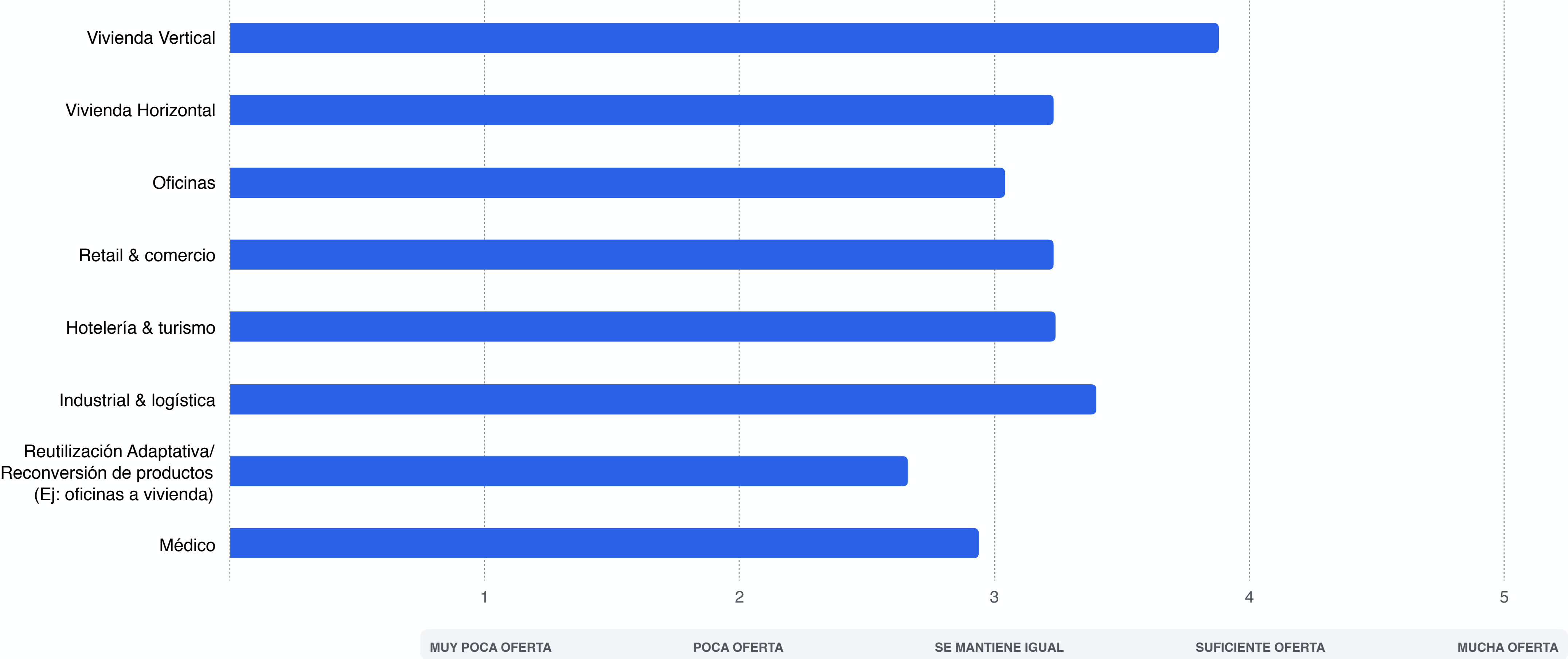


Real Estate en Latinoamérica

Lanzamiento de nuevos proyectos durante el 2026

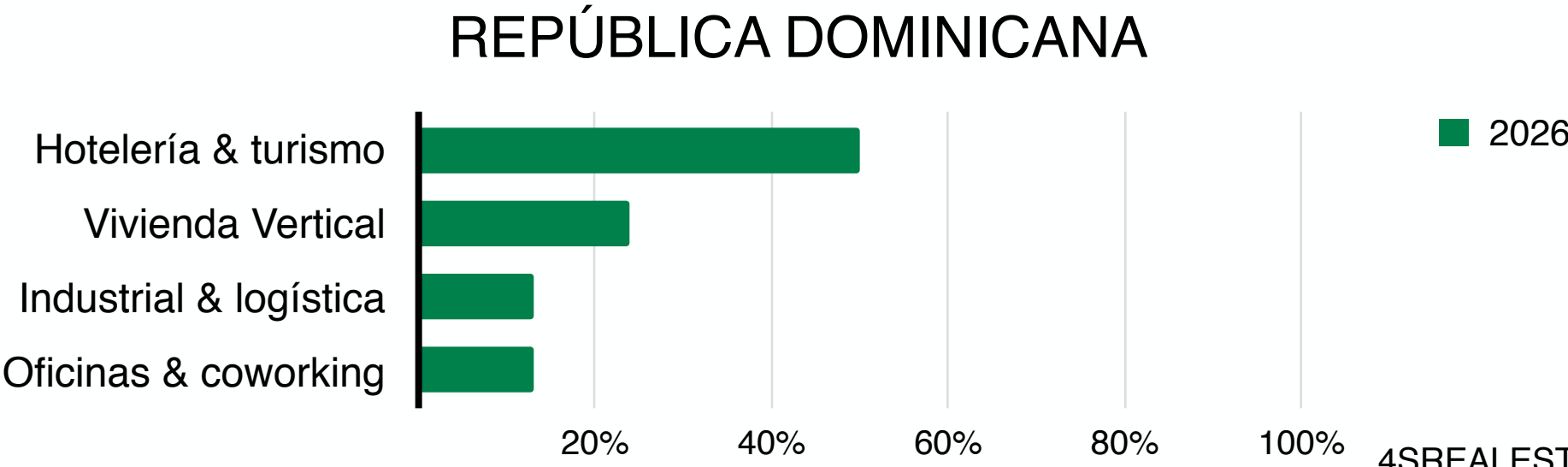
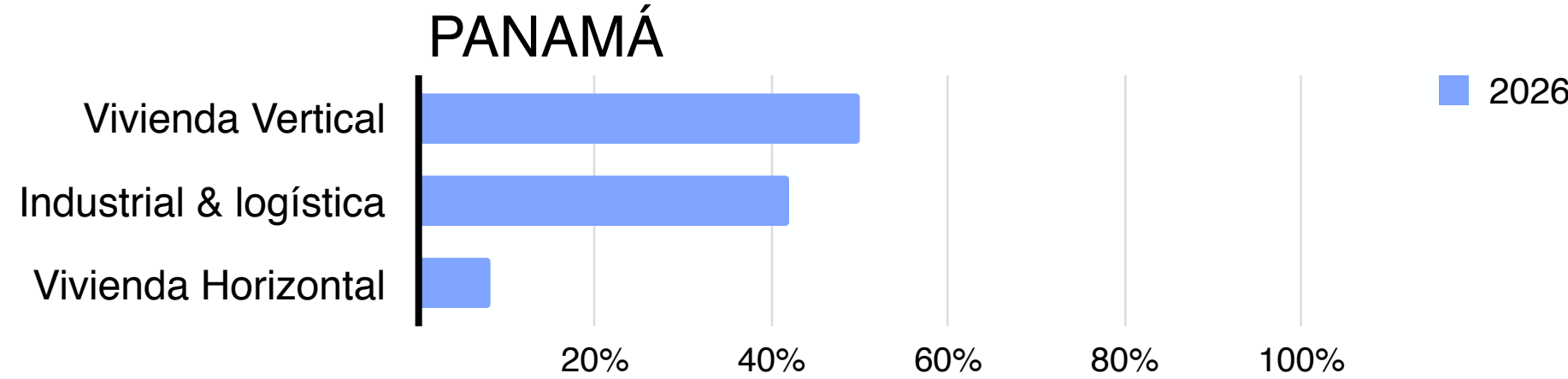
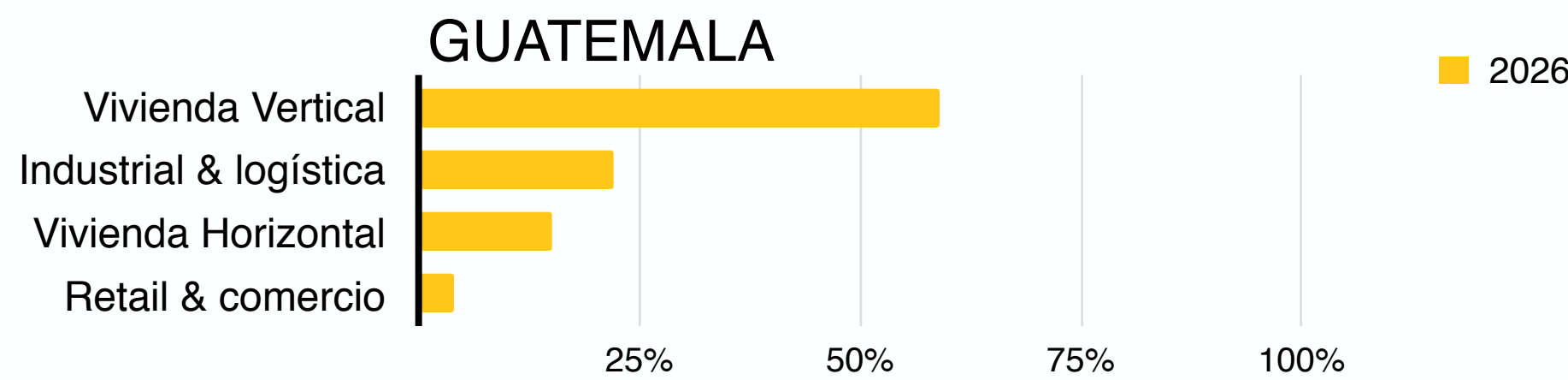
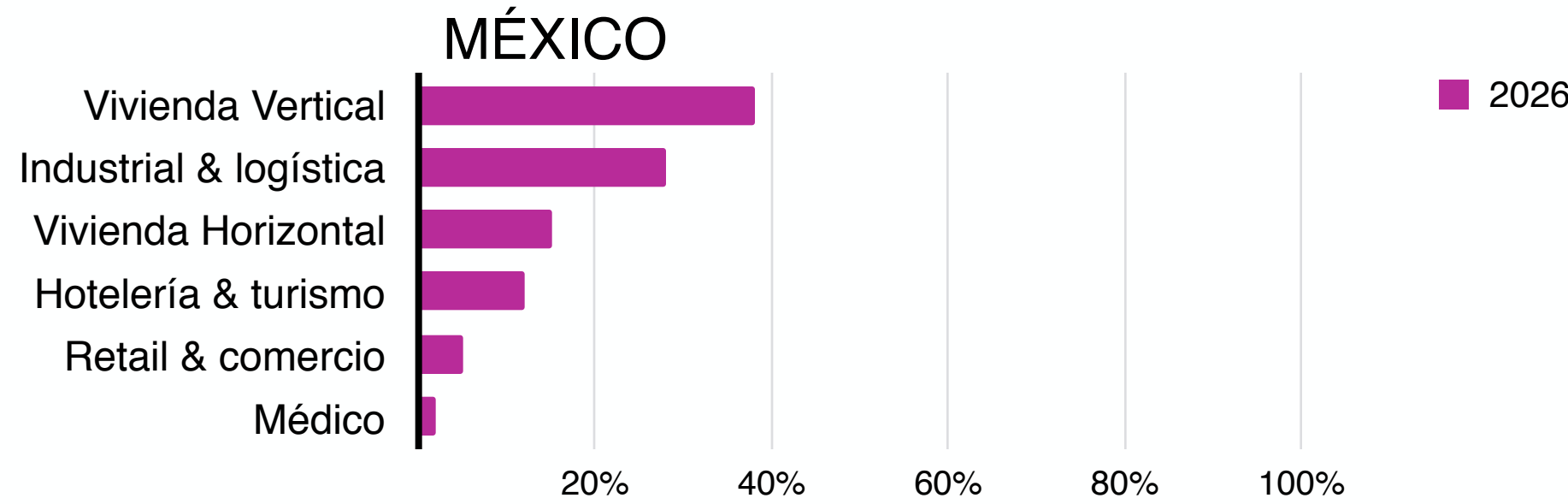
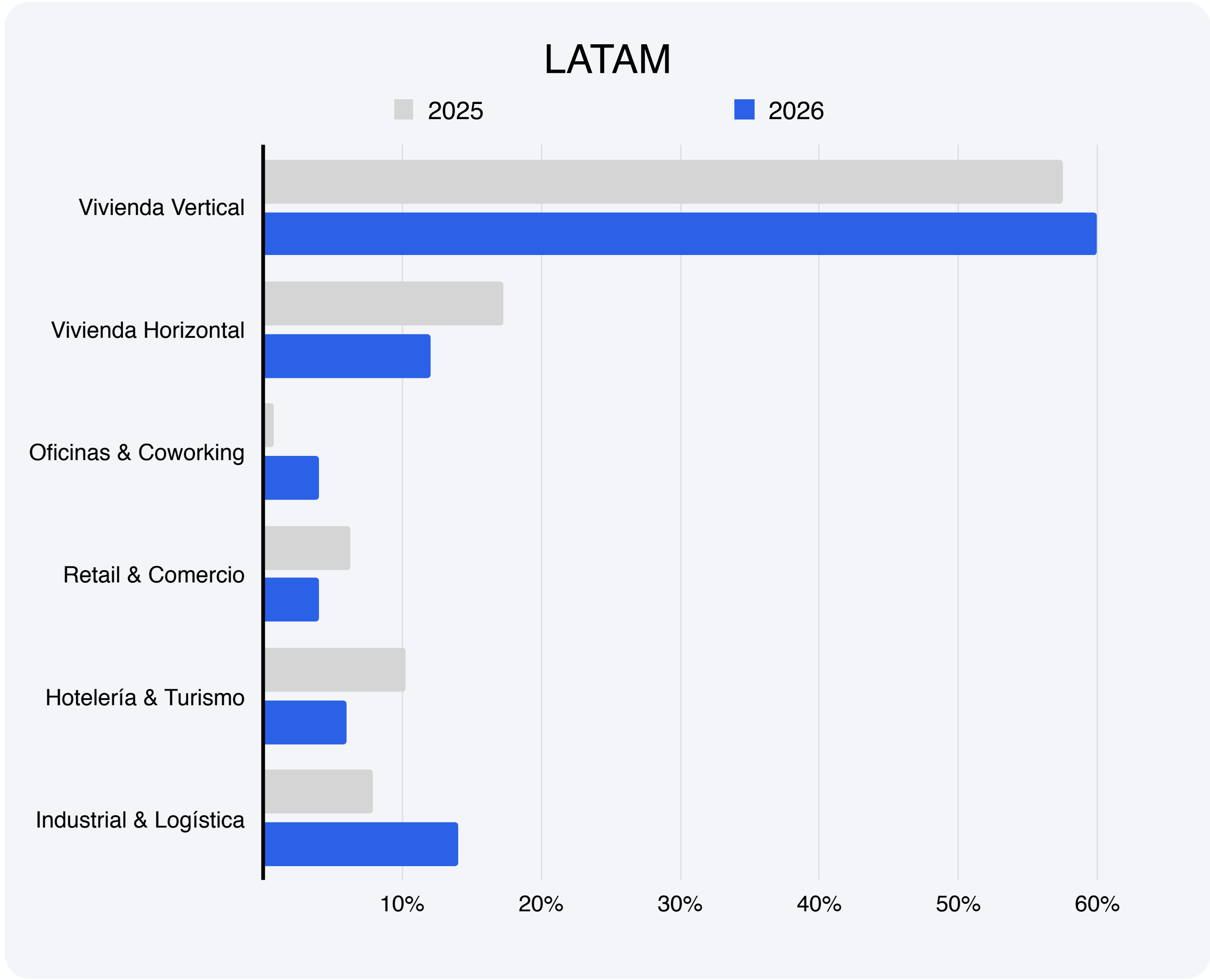
En general se prevé que en 2026 **LATAM** mantenga cierto enfoque hacia Vivienda Vertical, siendo una de las principales necesidades de la región. Sin embargo, el resto de giros muestran igualmente cierto dinamismo en oferta para el 2026.

¿Cómo pronostica que será el lanzamiento de nuevos proyectos en los siguientes giros durante el año 2026?



Real Estate en Latinoamérica

¿Qué giro del sector Real Estate considera que será el más importante y de mayor crecimiento durante el año 2026?



CÓMO VAMOS PANAMÁ 2026

MENOS **RUIDO**. MÁS **SEÑALES**. MÁS **OPORTUNIDADES**.

MENOS
RUIDO.

Menos especulación.
Más datos verificables.



MÁS
SEÑALES.

Indicadores que muestran
la realidad del mercado.



MÁS
OPORTUNIDADES.

Reglas claras, demanda represada
y capital buscando dónde invertir.



"EL MERCADO
SE PARALIZÓ"

"NADIE
COMPRA"

"TODO ESTÁ
DETENIDO"

"LAS TASAS
MATARON LA DEMANDA"

"PÁNICO EN EL
SECTOR INMOBILIARIO"

Residential Market Diagnosis



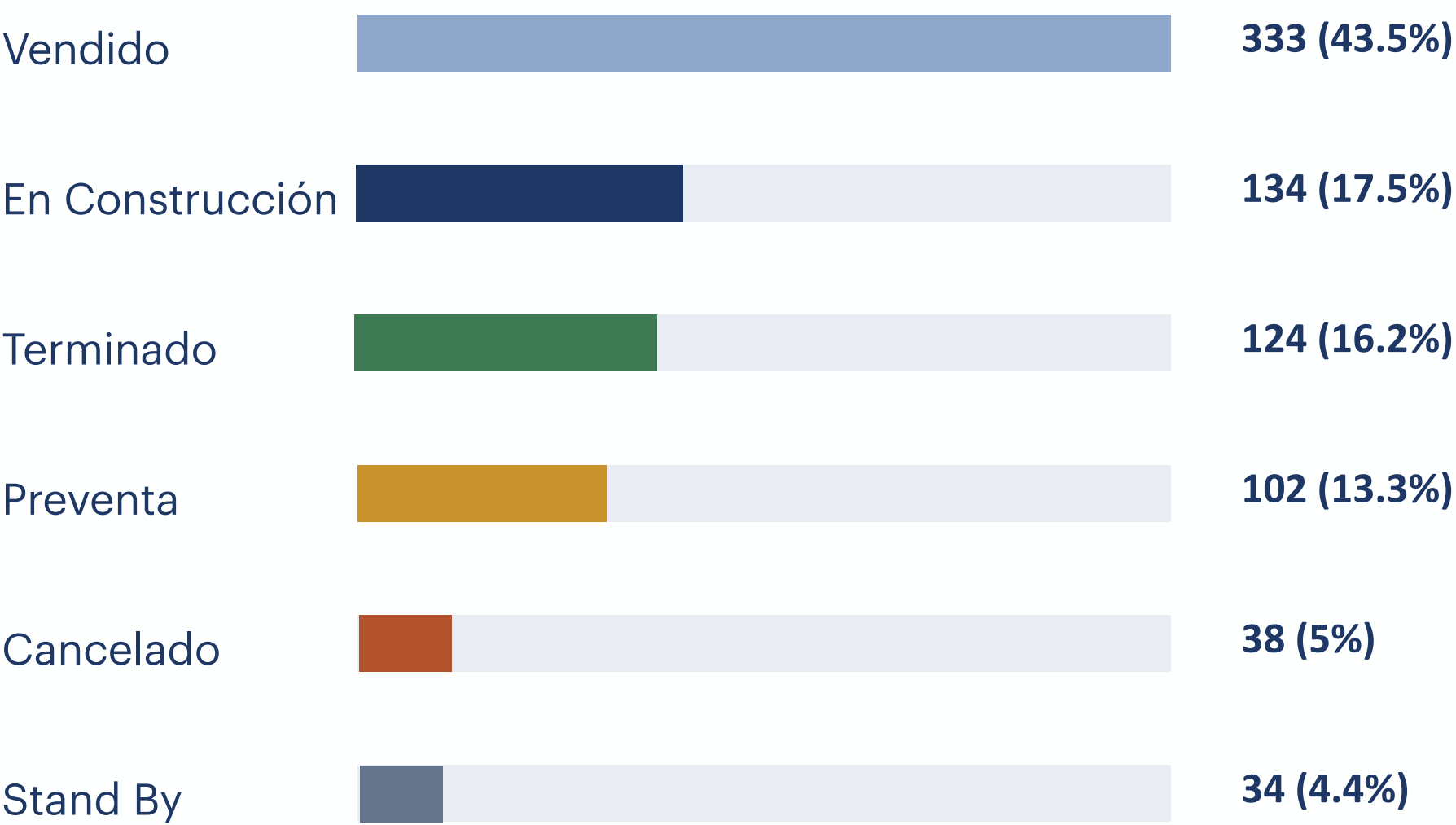
Una visión integrada de la evolución del
mercado habitacional

El mapa residencial de Panamá

El mercado residencial muestra señales de maduración: mientras años anteriores concentran mayor cantidad de proyectos vendidos o terminados, los lanzamientos recientes reflejan un nuevo ciclo de desarrollo activo impulsado principalmente por proyectos en preventa y construcción.

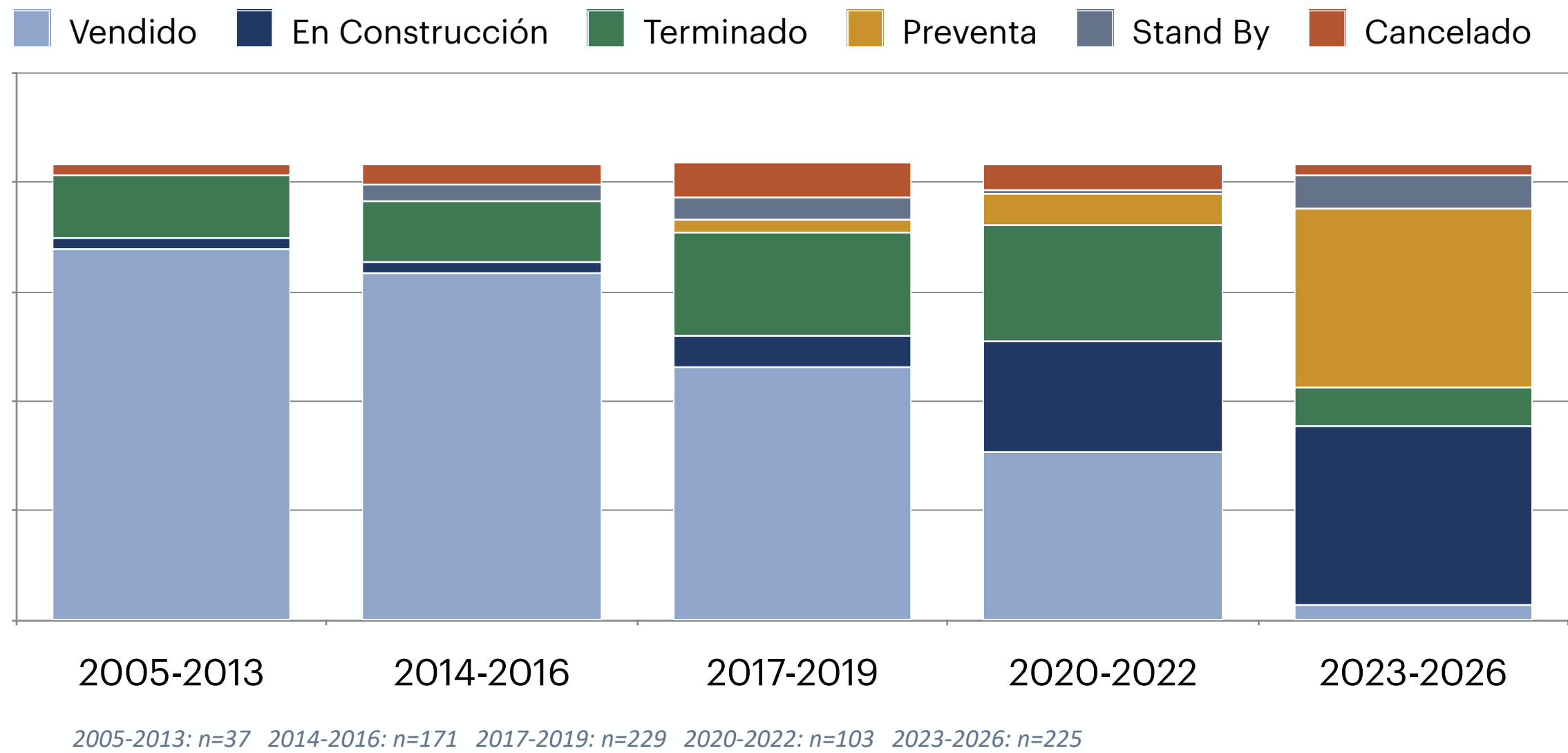
Estado Actual Del Mercado Residencial

Distribución de proyectos según etapa comercial y desarrollo.



Evolución Del Ciclo Inmobiliario Por Generación De Proyectos

Cómo ha cambiado la composición del mercado según año de lanzamiento.

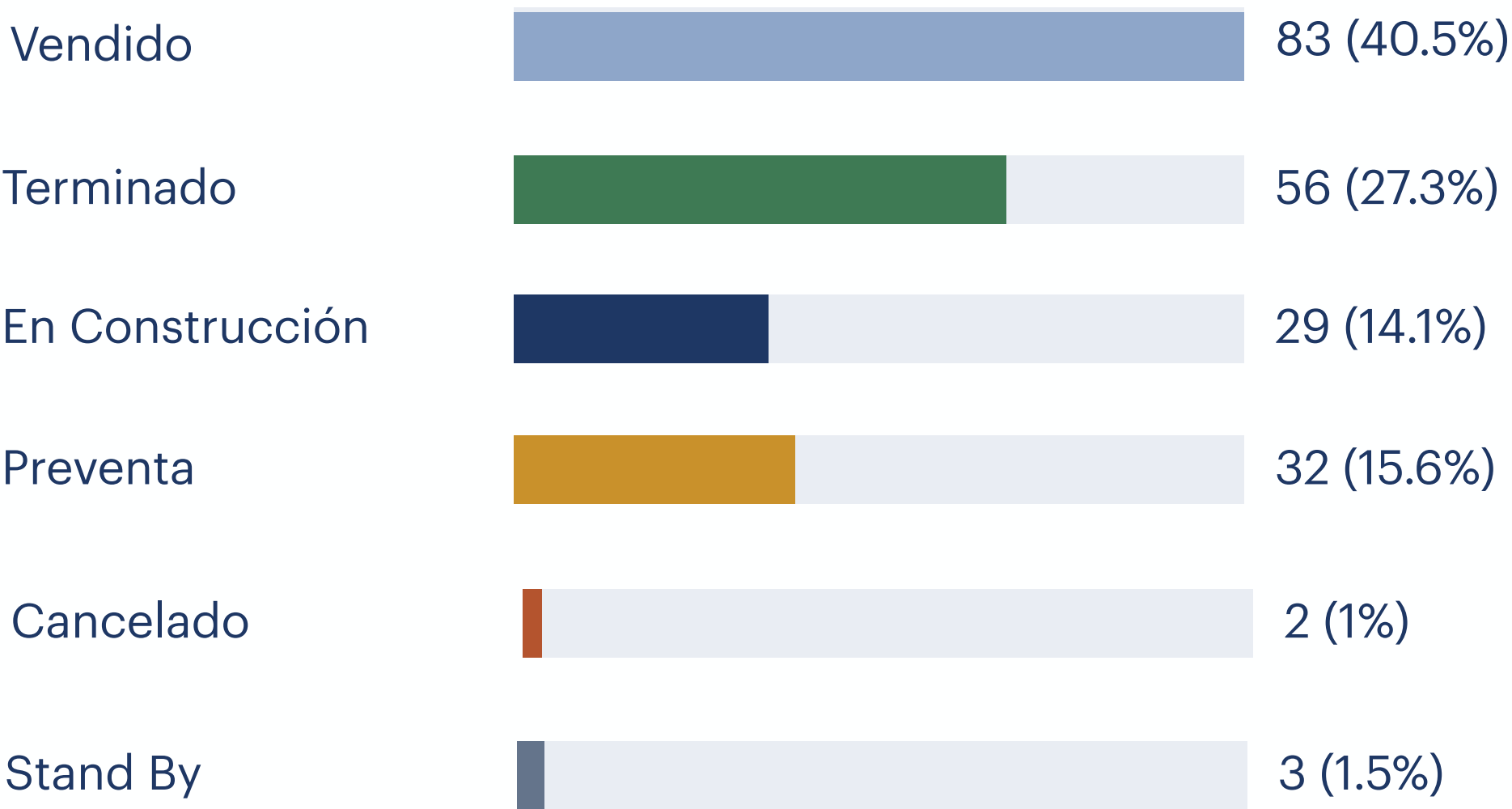


El mercado residencial evoluciona entre expansión horizontal y densificación vertical

Comparativo del estado comercial de proyectos residenciales: nivel de madurez, actividad y evolución de cada modelo de vivienda.

Vivienda Horizontal | Mercado más consolidado

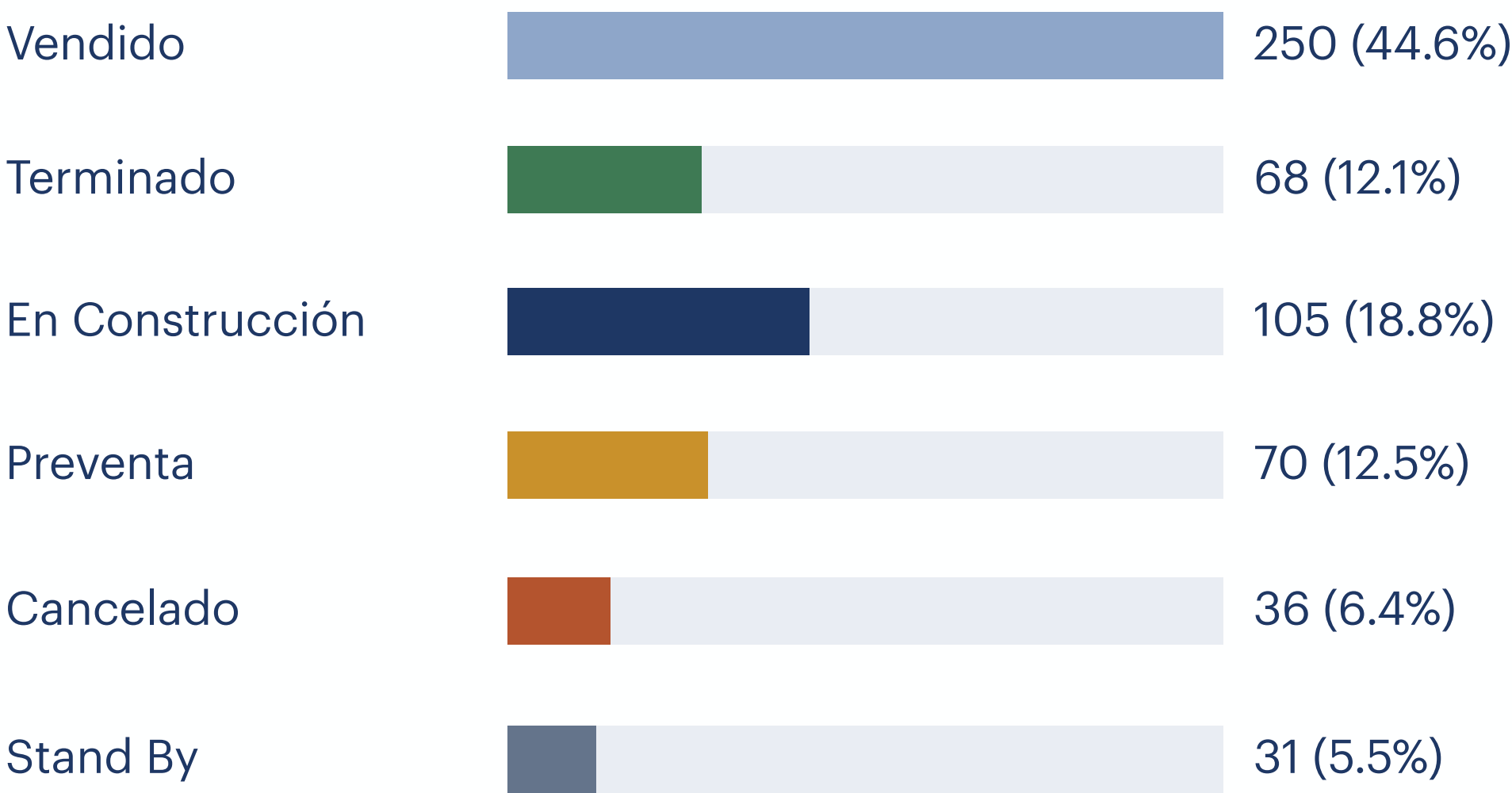
Mayor proporción de proyectos vendidos y terminados, reflejando ciclos comerciales más cortos y desarrollos por etapas.



La vivienda horizontal presenta una ventaja operativa frente al mercado vertical. Su modelo de desarrollo permite construir y entregar el proyecto por etapas, por calles, polígonos o sectores generando ingresos desde fases tempranas sin necesidad de esperar la finalización de todo el desarrollo.

Vivienda Vertical | Mayor actividad futura

Mayor participación de proyectos activos en construcción y preventa, impulsada por ciclos de desarrollo más largos y nuevas entregas urbanas.



La vivienda vertical no cuenta con la flexibilidad de desarrollarse por etapas. La entrega de unidades depende de la finalización prácticamente total del edificio



Es por esto que ciclo residencial muestra comportamientos distintos por formato: la vivienda horizontal presenta una mayor proporción de proyectos completados, mientras que el mercado vertical concentra más proyectos activos debido a tiempos de construcción más extensos y una mayor renovación de oferta urbana.

Vertical Market Diagnosis



El nuevo mapa de la densificación urbana

Una lectura estratégica del mercado de apartamentos: absorción, inventario, precios y oportunidades emergentes dentro de los principales corredores urbanos.

243

proyectos activos en comercialización

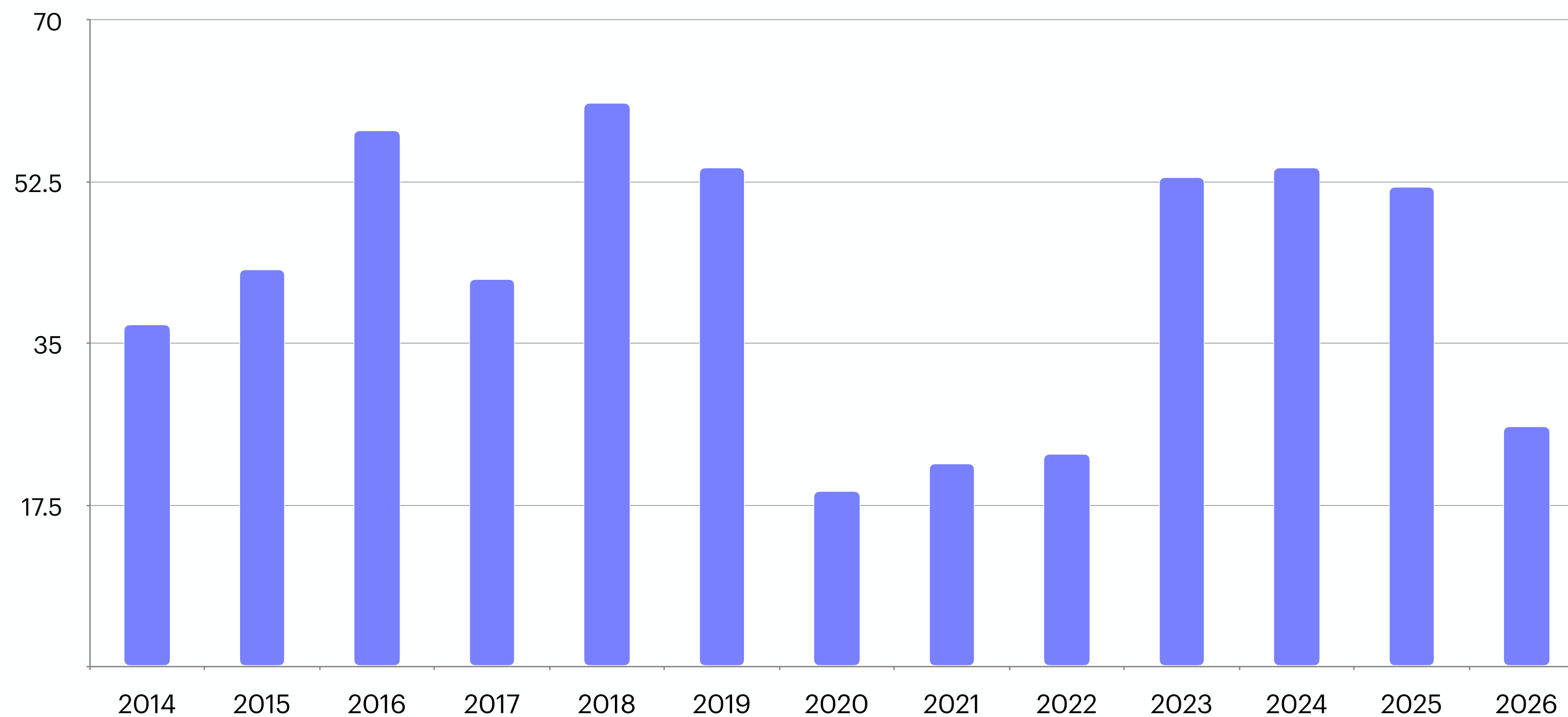
25,477

unidades totales en esos proyectos

6,781

unidades disponibles (inventario)

Ciclo de lanzamiento por año.



52

proyectos verticales
en 2025

26

proyectos en el primer
semestre 2026

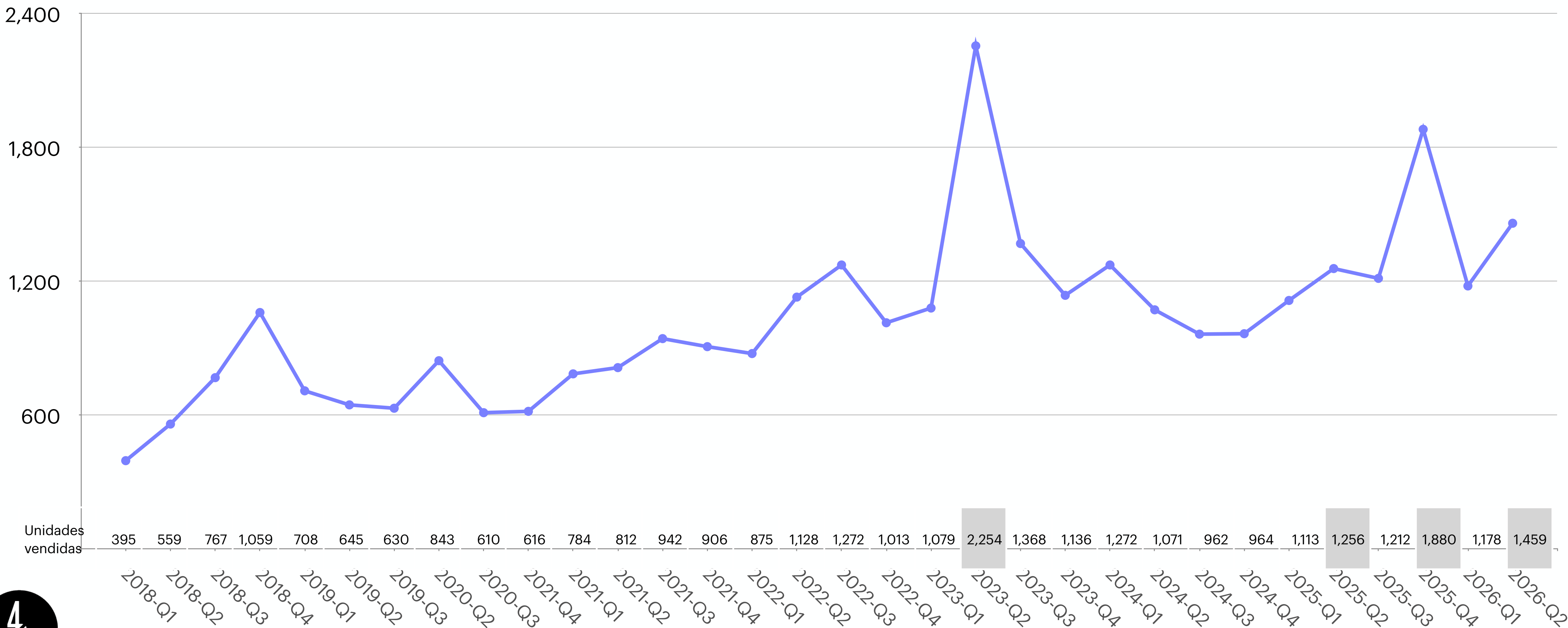
La oferta de vivienda vertical demuestra una alta resiliencia. Desde 2023, mantiene un ritmo estable de 50 a 54 proyectos nuevos por año, evidenciando confianza sostenida de los desarrolladores.

El mercado vertical entra en una nueva etapa de estabilidad

Recuperación de niveles de absorción superiores al periodo post-pandemia

Después de la recuperación del mercado entre 2021 y 2022, impulsada por la reactivación económica y demanda acumulada, el **sector vertical muestra una etapa de mayor estabilidad comercial**.

Aunque los picos extraordinarios se han normalizado, la demanda mantiene una base constante de absorción trimestral, reflejando un mercado más maduro donde el desempeño dependerá cada vez más de la **diferenciación del producto, ubicación y alineación con las nuevas necesidades del comprador**.



Key Insights



1. Normalización del mercado

El mercado demostró resiliencia. Después de la caída de pandemia se recupero y evoluciono hacia un ritmo más sostenible de ventas. El mercado de VV se encuentra hoy en una etapa de madurez y estabilidad.

2. Demanda consistente

La absorción trimestral también mantiene niveles superiores a periodo previos analizados, demostrando profundidad del mercado y suficiente demanda solida para sostener el crecimiento del sector.

3. Los desarrolladores muestran confianza sostenida.

Con el lanzamiento de 50 proyectos al año desde hace 3 años regresaron a niveles históricos de lanzamientos anuales.

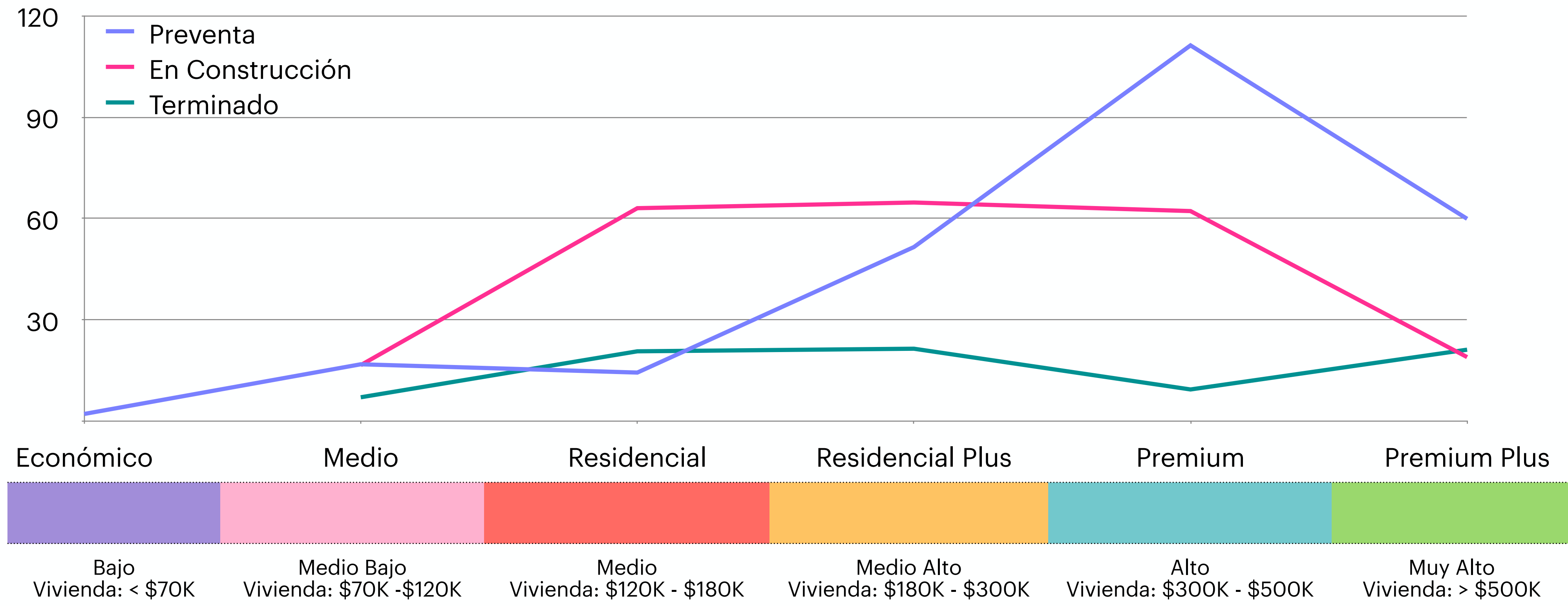
4. Nueva etapa competitiva

El crecimiento futuro estará menos impulsado por recuperación y más por calidad del producto, eficiencia, propuesta de valor, velocidad y agilidad comercial.

El segmento premium concentra el mayor dinamismo comercial.
Impulsado principalmente por proyectos en preventa

El mercado vertical muestra comportamientos distintos según el nivel de precio. Mientras los segmentos medios mantienen una actividad más equilibrada entre proyectos en construcción y preventa, el **segmento premium destaca como el principal motor de nuevas ventas**, reflejando mayor aceptación de producto futuro y confianza del comprador de alto valor. Los **segmentos medio y residencial** han tenido una desaceleración importante con los cambios de ley sobre el interés preferencial.

En contraste, los segmentos económicos presentan menor o nula actividad, evidenciando una reducción de nueva oferta competitiva y una concentración del mercado hacia tickets medios y superiores.

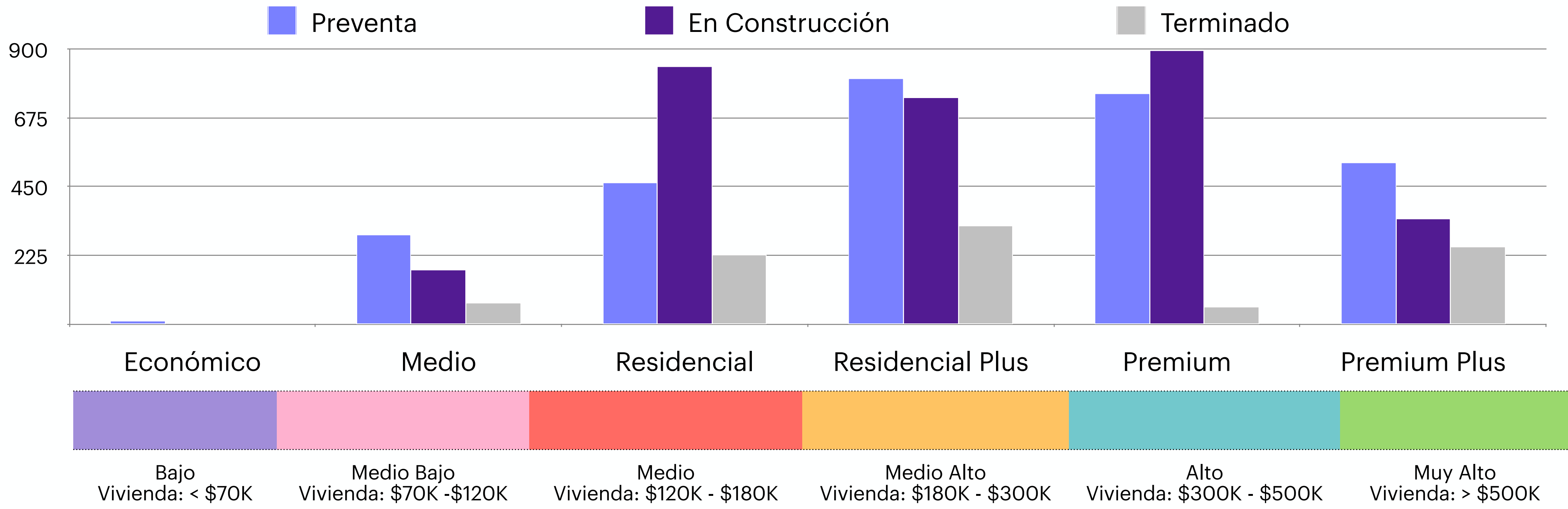


La nueva oferta vertical se concentra en segmentos medios-altos

Elevando la competencia por diferenciación

El inventario disponible evidencia una concentración del desarrollo vertical hacia segmentos Residencial, Residencial Plus y Premium, donde la mayor parte de la oferta se encuentra en preventa o etapa de construcción.

Esta composición refleja confianza del desarrollador en compradores con mayor capacidad adquisitiva; sin embargo, también incrementa la presión competitiva en estos rangos.

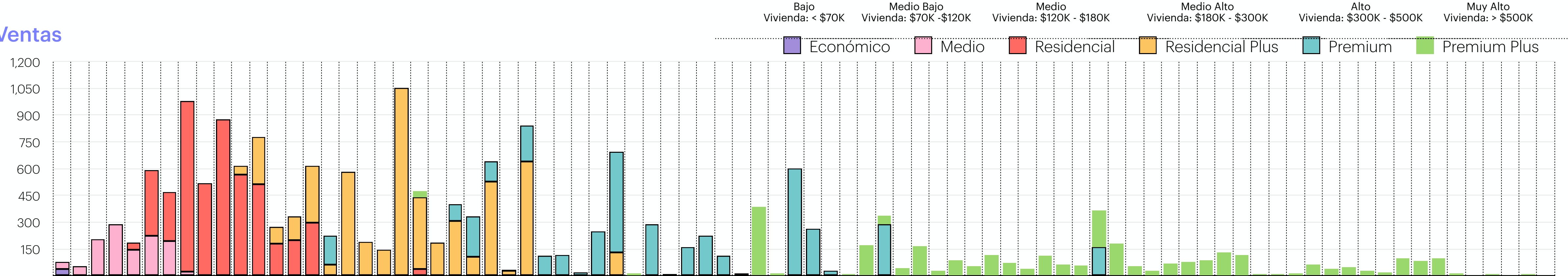


La demanda vertical se concentra en tickets medios, mientras los segmentos superiores amplían profundidad de mercado

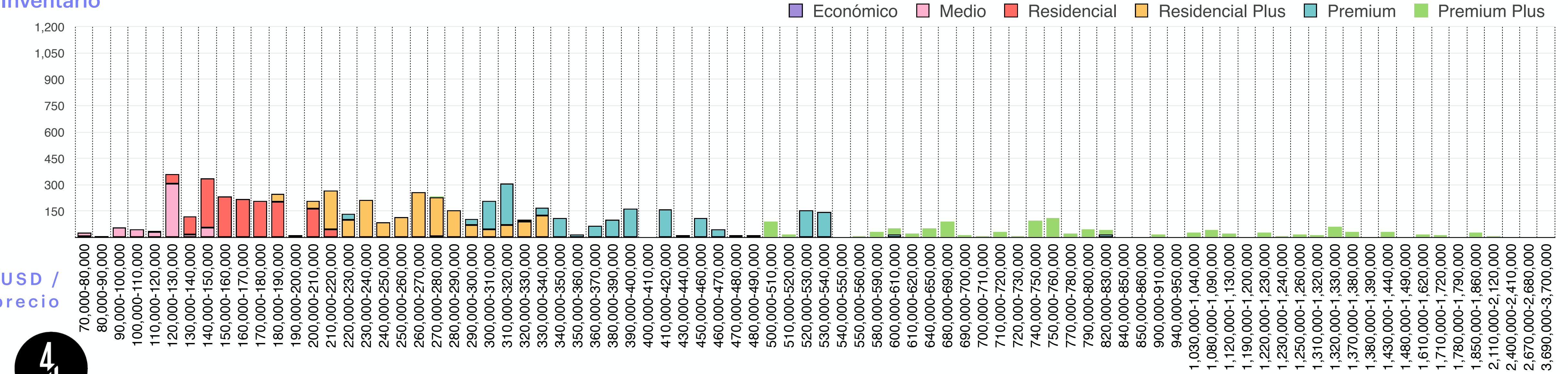
La distribución de ventas confirma que el mayor volumen del mercado vertical se concentra entre los rangos medios y medio-altos, donde existe una combinación óptima entre capacidad de compra, tamaño del mercado y oferta o disponibilidad de producto.

A medida que los precios aumentan, el volumen de compradores disminuye, mas no desaparece. Se evidencia que existen compradores más especializados con mayor capacidad adquisitiva y en una búsqueda de productos diferenciados o de nichos.

Ventas



Inventario



USD /
precio





ARAMENTA
FAMILY FOODHOOD
es habitar, *cocinar*, convivir

ARAMENTA.COM

La Esperilla  Santo Domingo

ARAMENTA
FAMILY FOODHOOD



El buen *gusto* nos une

Vive en una comunidad culinaria



The Taste Tower

ARAMENTA.COM

Apartamentos de enfoque
culinario disponibles

Mentalidad
residencial
culinaria

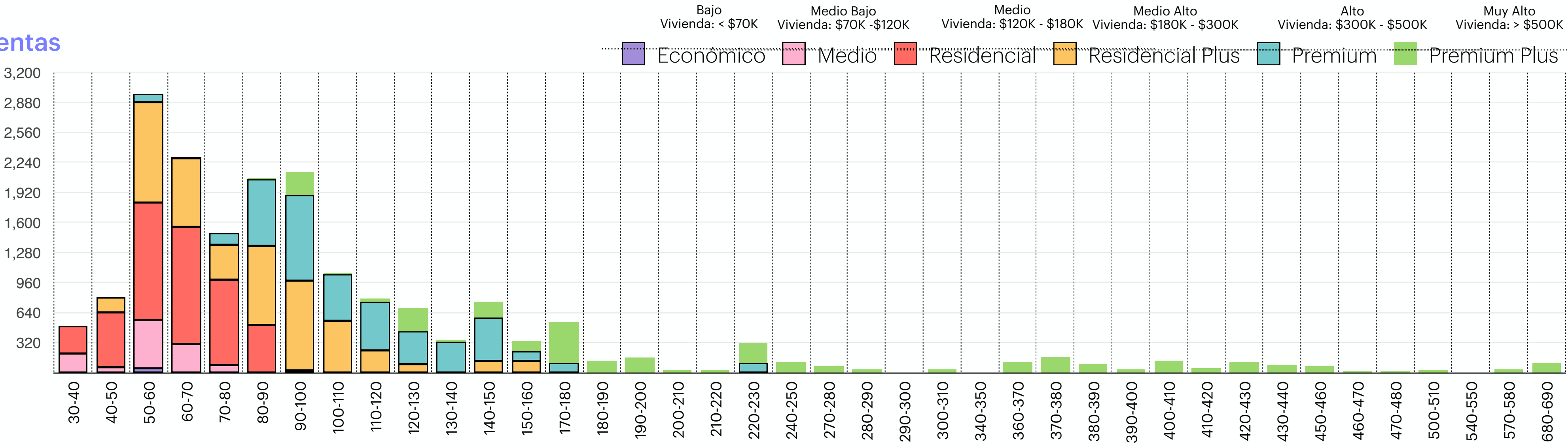
ARAMENTA
FAMILY FOODHOOD

La eficiencia domina la demanda: el mercado vertical concentra su mayor liquidez debajo de los 100 m²

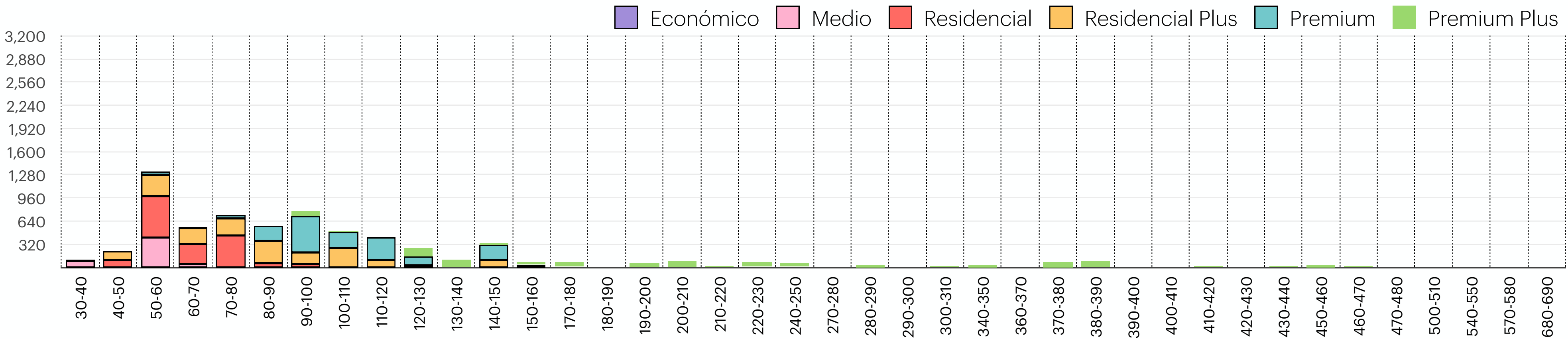
El comportamiento de ventas evidencia una clara preferencia del mercado hacia unidades compactas y eficientes, principalmente entre los **50 m² y 100 m²**, donde convergen distintos segmentos de precio y perfiles de comprador.

La reducción del metraje no representa una pérdida de valor, sino una evolución del producto residencial: compradores e inversionistas priorizan ubicación, funcionalidad y ticket final sobre el tamaño absoluto de la vivienda.

Ventas



Inventario



La eficiencia domina la demanda:
Espacios mejor diseñados + alta calidad de acabados.



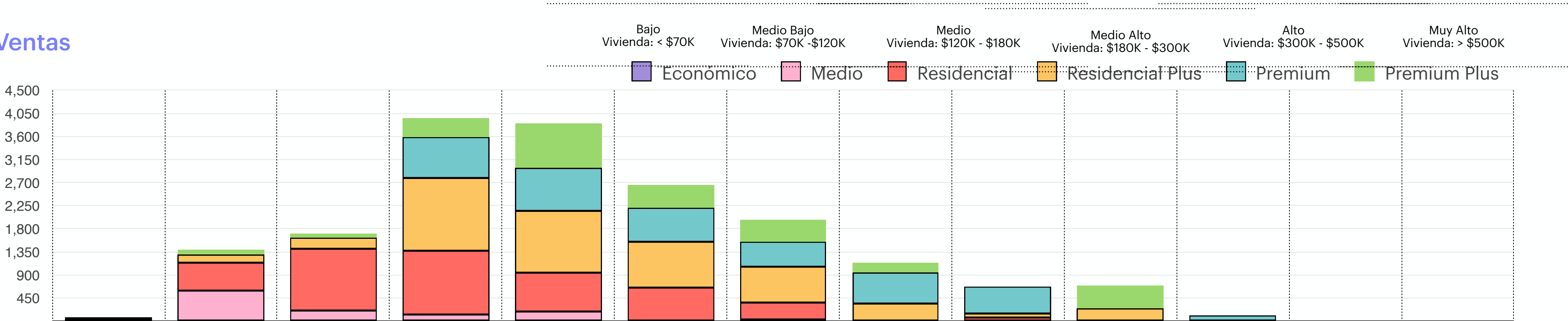
El mercado encuentra su punto de equilibrio

demanda en el rango de \$2,500 a \$4,000/m²

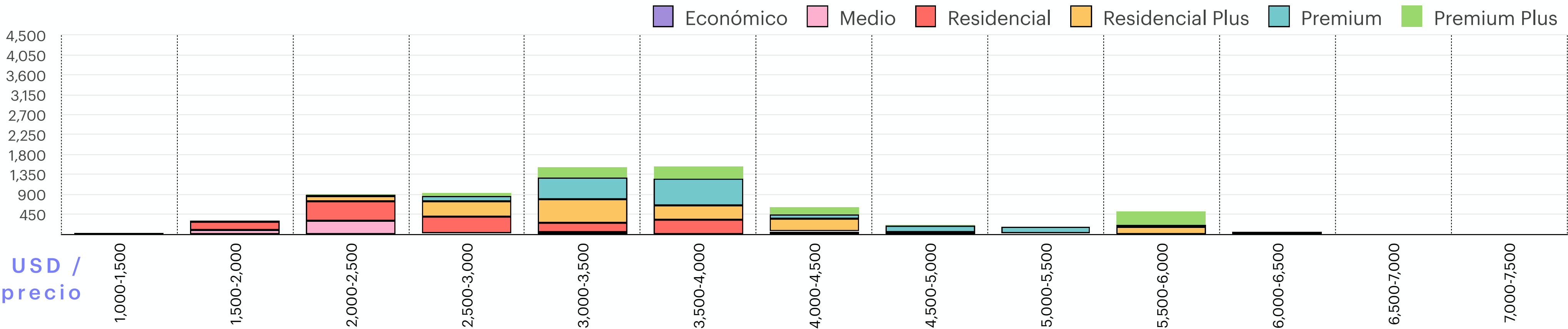
La mayor concentración de ventas se ubica en los rangos medios de precio por metro cuadrado, donde convergen múltiples segmentos residenciales. Esto demuestra que el comprador no responde únicamente al precio total de la unidad, sino a la relación entre ubicación, eficiencia del espacio y valor percibido.

Los segmentos superiores logran sostener precios más altos por m², pero requieren una propuesta diferenciada capaz de justificar el premium frente al mercado.

Ventas



Inventario



USD /
precio

Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado

El segmento Premium vende más rápido que Medio y Residencial, contra la intuición típica

Premium es el segmento con mayor velocidad comercial del mercado vertical.

Por qué está pasando

El comprador de vivienda Premium en Panamá suele ser un comprador con capacidad de pago inmediata (efectivo o financiamiento pro-aprobado) y menor sensibilidad a tasas de interés, mientras el segmento Medio/Residencial depende más de financiamiento hipotecario tradicional y calificación crediticia, lo que ha ralentiza el cierre de ventas posterior a los cambios de leyes en Panamá.

Qué significa estratégicamente

La narrativa de "el segmento medio es el motor del mercado" no se sostiene con los datos actuales, hoy el segmento Premium es el que mejor convierte **oferta en venta**. Esto no significa que el segmento medio no tenga demanda, sino que enfrenta más fricción de acceso (crédito, enganche) que producto.

Qué consideración debería tomar el desarrollador/inversionista

El que desea desarrollar Premium, le será indispensable demostrar capacidades superiores en producto, arquitectura, acabados, experiencia, marca y una red comercial con alcance internacional. Si la apuesta es el segmento Medio o Residencial, el éxito dependerá de encontrar el equilibrio entre las necesidades del usuario final y la rentabilidad que busca el inversionista, logrando un producto con mayor velocidad de absorción.

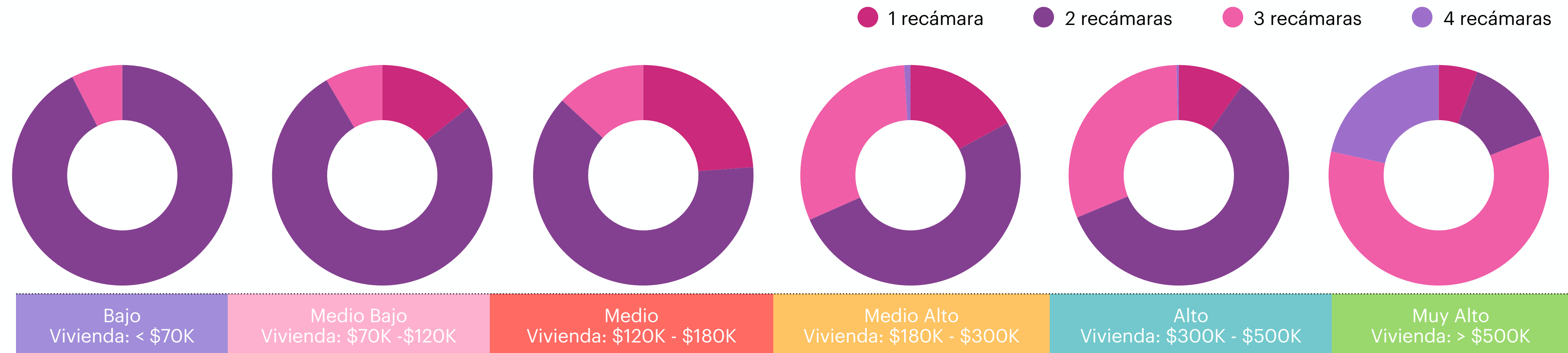
La demanda vertical se concentra en configuraciones eficientes

2 recámaras lidera el mercado residencial

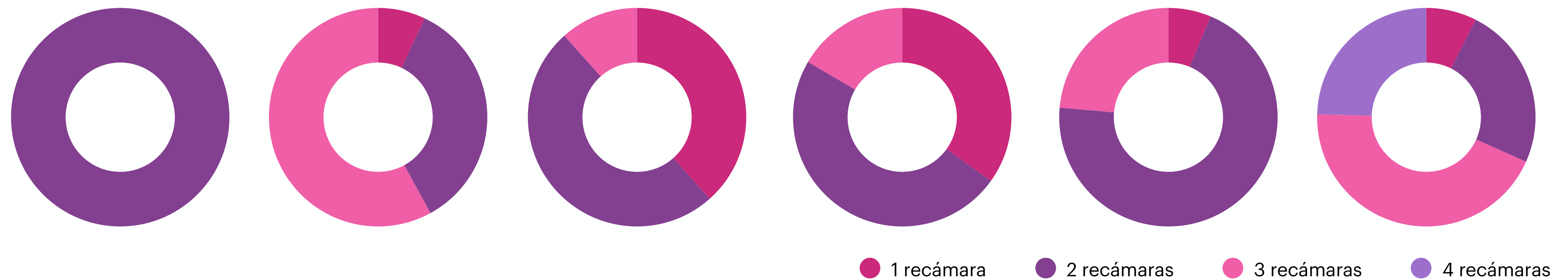
La composición de ventas muestra una preferencia dominante hacia unidades de **2 recámaras**, consolidándose como la configuración con mayor profundidad comercial en la mayoría de segmentos del mercado.

A medida que aumenta el rango de precio, la demanda comienza a diversificarse hacia unidades de mayor tamaño, especialmente 3 recámaras y configuraciones familiares, reflejando cambios en las necesidades del comprador según su etapa de vida y capacidad de inversión.

Ventas



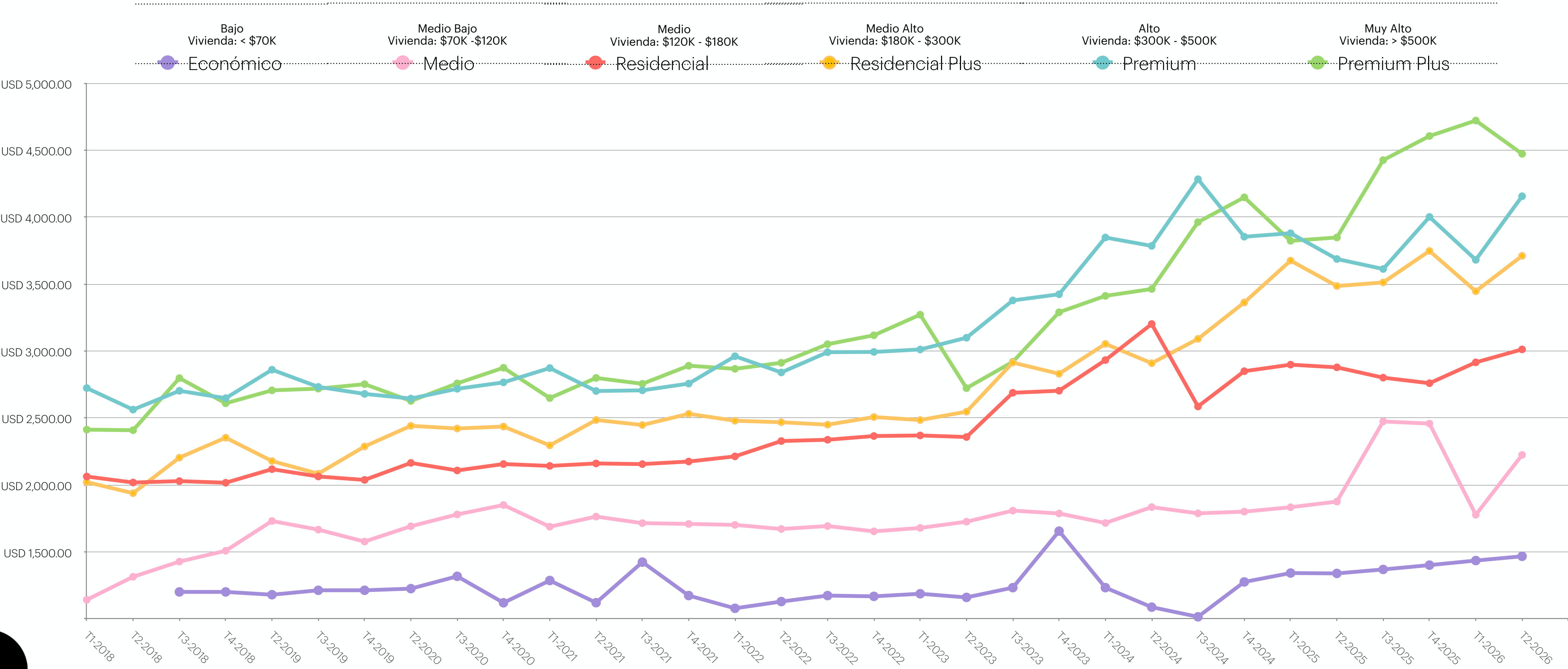
Inventario



El mercado vertical redefine sus valores de referencia con una expansión sostenida del precio por m²

La evolución del precio por m² muestra una tendencia positiva sostenida desde 2018, con una **aceleración más marcada a partir de 2022** en los segmentos Residencial Plus, Premium y Premium Plus.

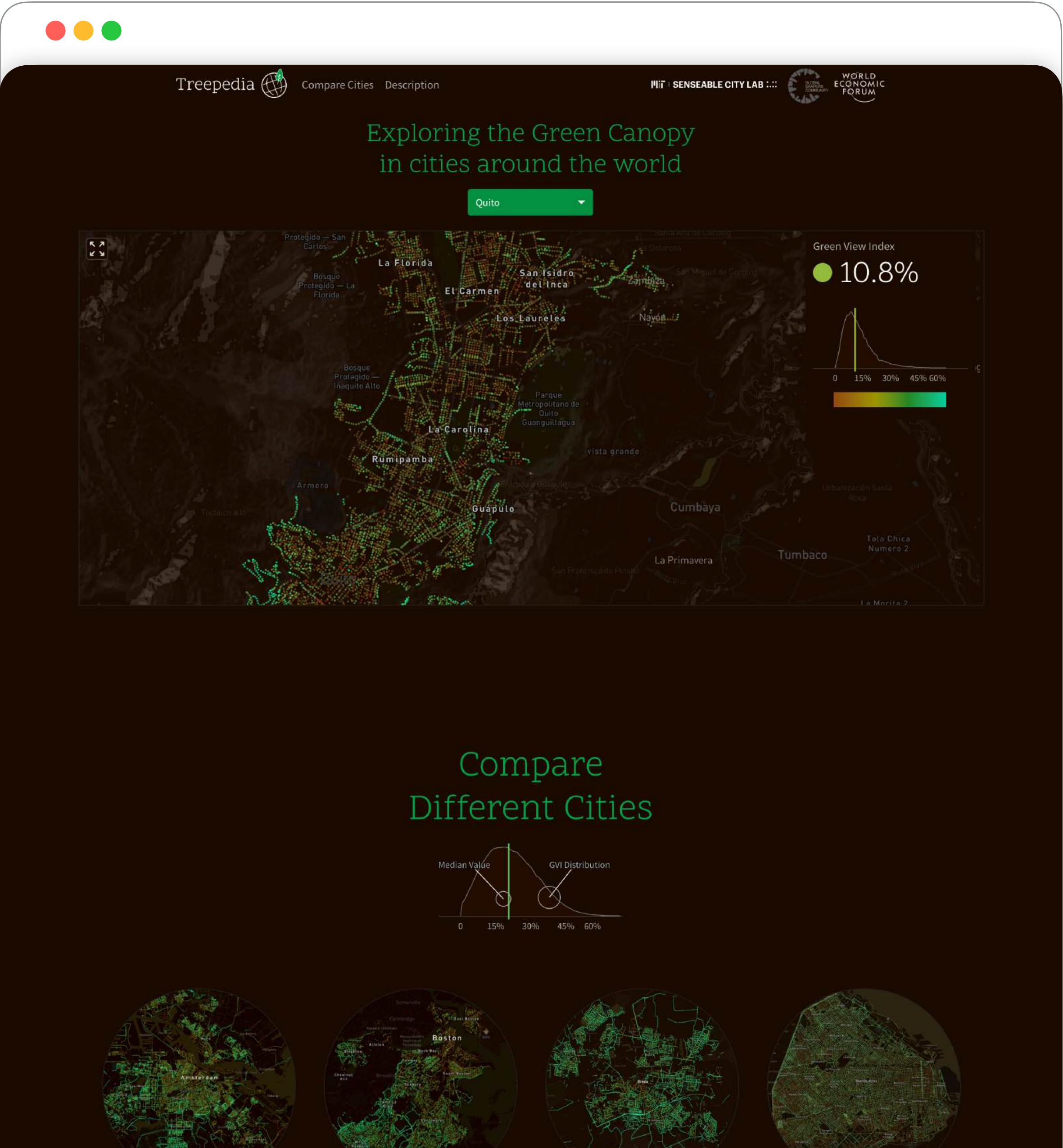
Este comportamiento refleja un mercado que ha evolucionado hacia productos con mayor valor agregado, donde factores como ubicación, arquitectura, amenidades y experiencia residencial han permitido ampliar la disposición de pago del comprador..



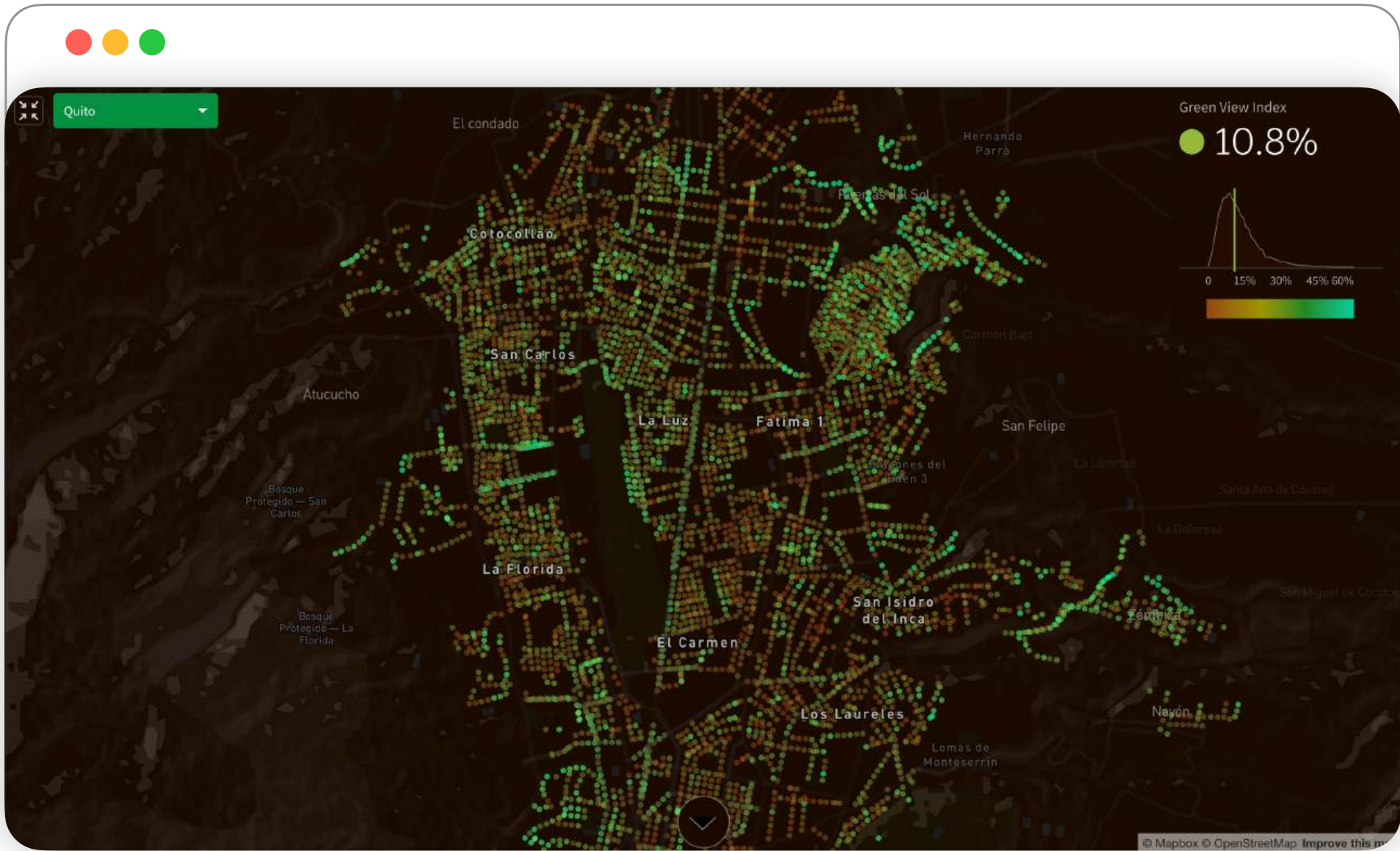
Entendiendo estos
nuevos valores debemos
saber que:

**Las malas
fachadas
disminuyen -50%
la absorción
promedio de una
zona**

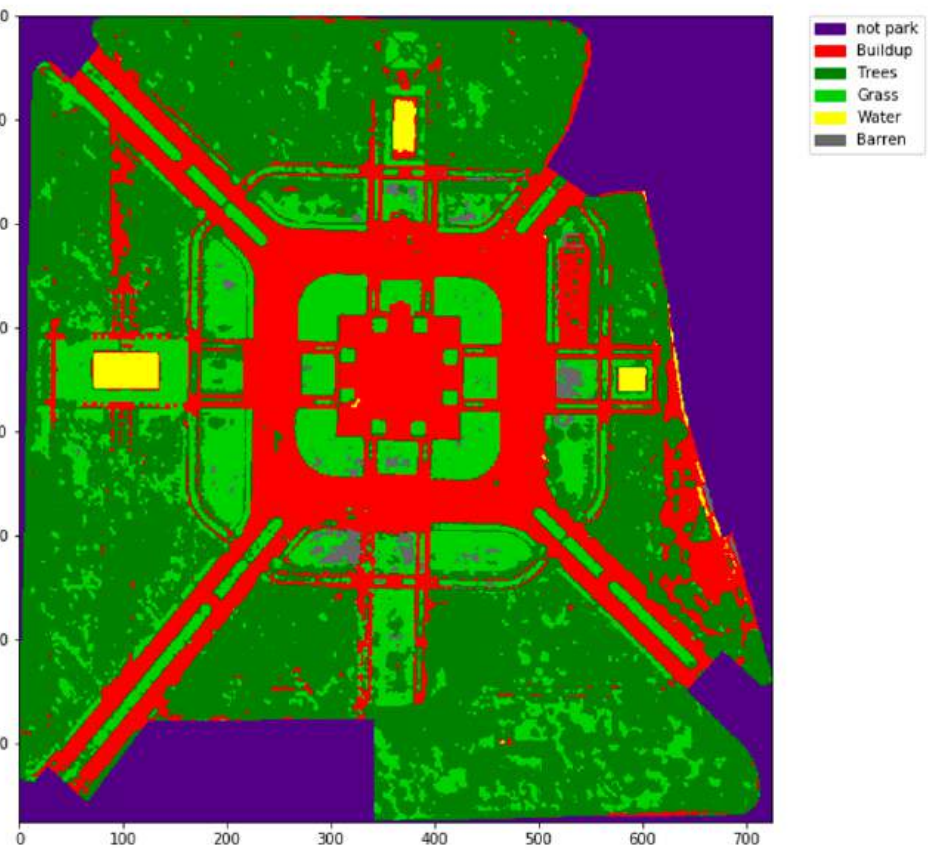
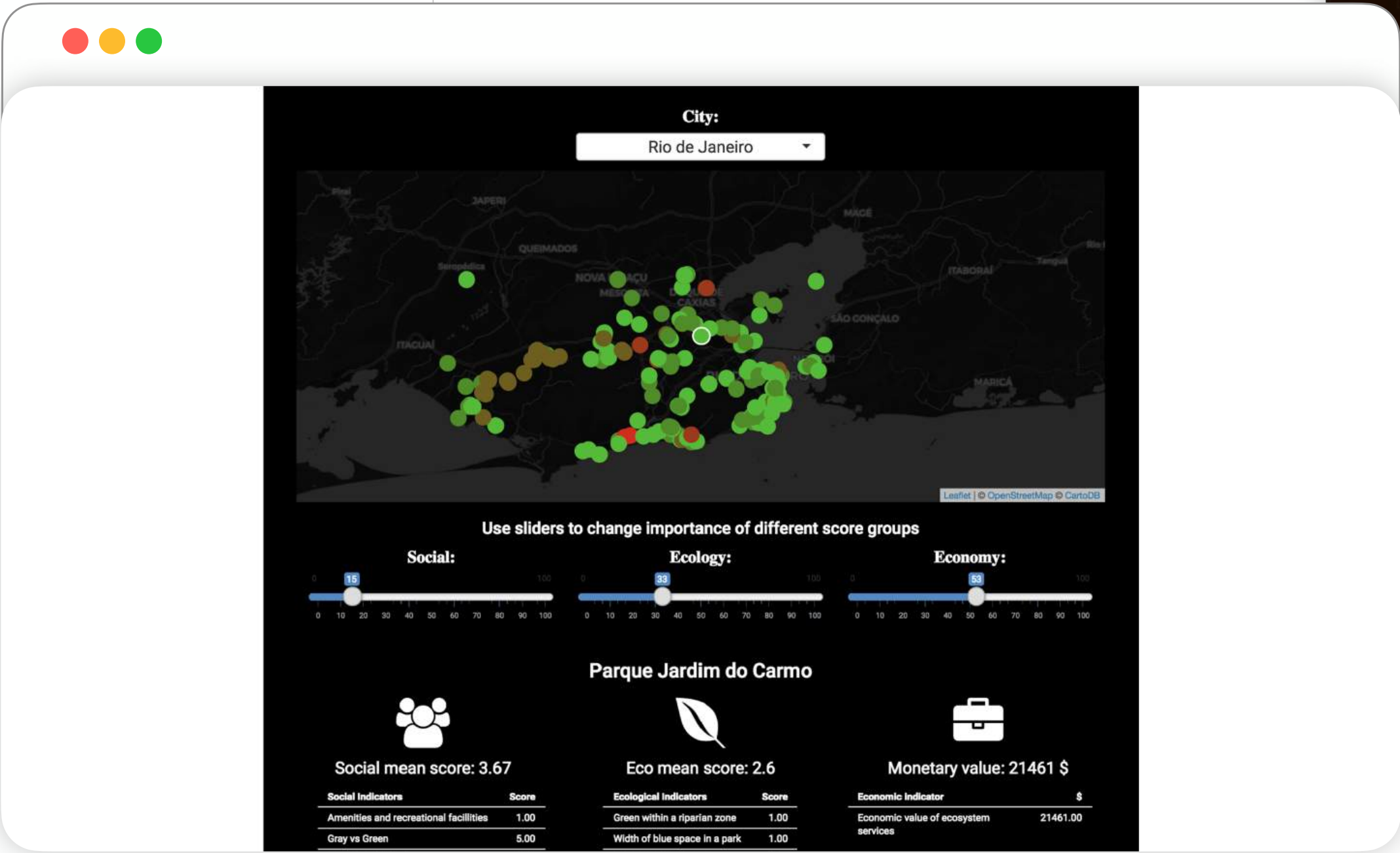
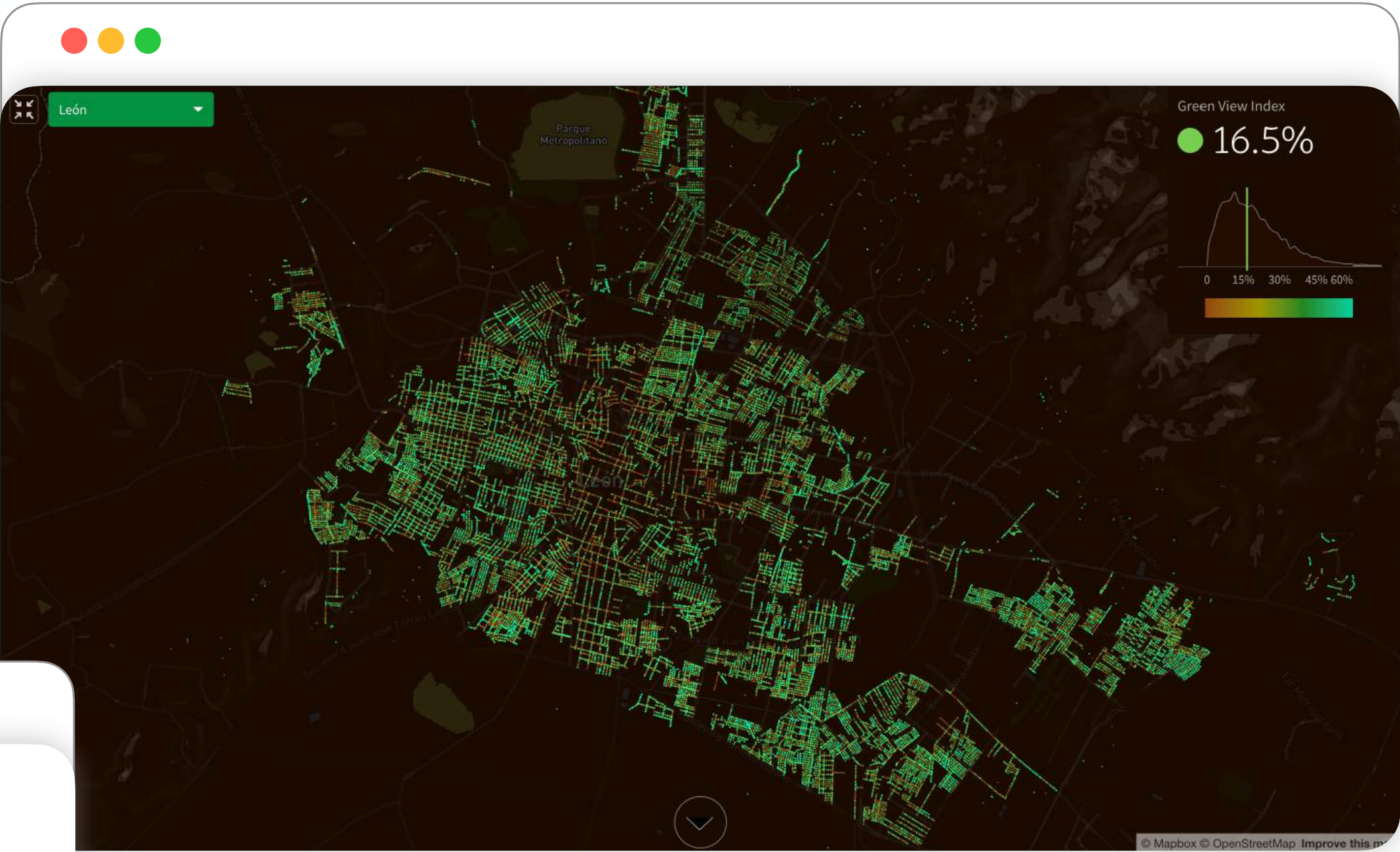




Las áreas verdes generan un alto impacto en sus alrededores.. Santa Maria



Hoy en día ya existen herramientas que nos ayudan a medirlo



Entendiendo estos
nuevos valores debemos
saber que:

El valor de la
vivienda
aumenta 8.5%
sobre otros
distritos, o zonas

El nivel de delincuencia **baja 12%**
conforme **aumentan las áreas
verdes**





TERRAZAS



PET ROOM



CULINARY GRILLS



PISCINA



MULTIPURPOSE SPACE



FITNESS CENTER



PLAYGROUND



GAME ROOM

**HUB DE
INNOVACIÓN**



SOUND-PROOF ROOM



COWORK

¿Vale la pena desarrollar producto premium? Que Implica

Sí. El mercado demuestra que existe demanda suficiente para absorber proyectos premium, pero la competencia ha alcanzado un nivel donde la diferenciación se convierte en el principal factor de éxito..

Costa del Este / Santa María concentra la mayor escala del mercado premium de Panamá con 3,573 unidades, una absorción histórica de 75.98 unidades/mes y más de 1,036 unidades en inventario, consolidándose como el principal polo competitivo del segmento.

¿Qué determinará el éxito del próximo proyecto?

Producto

- Arquitectura diferenciada.
- Mix eficiente.
- Flexibilidad para inversión y uso residencial.

Experiencia

- Amenidades relevantes.
- Acabados superiores.
- Operación orientada al usuario.

Comercialización

- Marca sólida.
- Marketing internacional.
- Red comercial en mercados estratégicos.

Inversión

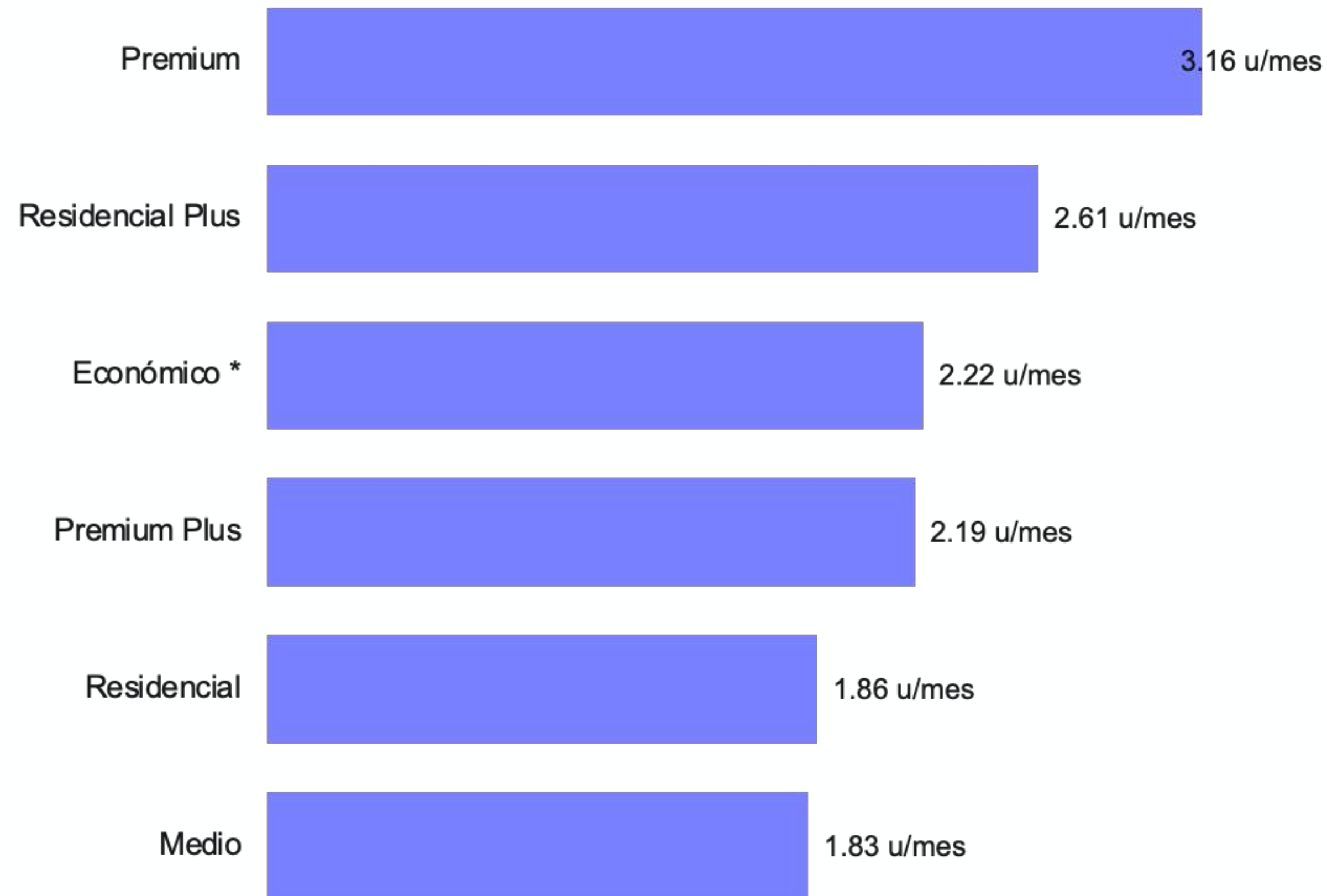
- Rentabilidad demostrable.
- Gestión profesional.
- Servicios que reduzcan la fricción del inversionista.

Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado

Las unidades de 3+ recámaras son las de menor velocidad de venta pese a tener el precio/m² más bajo

3+ recámaras tiene el precio/m² promedio más bajo (~\$3,334) de las tres tipologías, pero también el % vendido más bajo (~56.8%) frente a 1 recámara (61.9%) y 2 recámaras (63.9%).	
Por qué está pasando	El precio/m² más bajo no se traduce en ticket más bajo: al ser unidades más grandes (~210 m² en promedio), el ticket total sigue siendo alto, y el universo de compradores que necesita y puede pagar 3+ recámaras en zonas verticales es estructuralmente más pequeño que el de 1-2 recámaras (inversionistas, parejas jóvenes, profesionales solteros).
Qué significa estratégicamente	Hay una sobreoferta relativa de unidades grandes frente a la demanda real del mercado vertical, que hoy es predominantemente de 2 recámaras (45% del inventario activo y la tipología más eficiente en absorción).
Qué decisión debería tomar el desarrollador/ inversionista	Para nuevos proyectos, se recomienda priorizar mix de 2 recámaras sobre 3+ recámaras salvo que el proyecto apunte específicamente a un nicho familiar/premium validado en su zona; para proyectos en curso con exceso de 3+ recámaras, se recomienda replantear mercado objetivo, crear soluciones financieras, (ej. financiamiento con cuotas diferidas) antes que descuentos directos de precio/m², activar nuevos canales de ventas

El segmento Premium registra la mayor velocidad de absorción del mercado *La velocidad comercial no depende únicamente del precio*



Entre los proyectos activos, el segmento Premium presenta el mayor ritmo promedio de ventas mensuales, superando al resto de categorías analizadas. Este comportamiento sugiere que los compradores de mayor poder adquisitivo enfrentan menos restricciones financieras y toman decisiones con mayor rapidez cuando encuentran una propuesta de valor diferenciada.

Se estima que más del 45% de la demanda proviene de compradores extranjeros. Solo con el programa de inversionista calificado creció en un 38% este año con relación al año anterior.

La demanda internacional continúa fortaleciendo el mercado inmobiliario panameño

La inversión extranjera mantiene una tendencia de crecimiento y refuerza a Panamá como destino de inversión residencial.

+38%

Incremento en certificaciones del Programa de Inversionista Calificado entre julio 2025 y junio 2026.

268

Certificaciones emitidas durante el período.

USD 113.6 MM

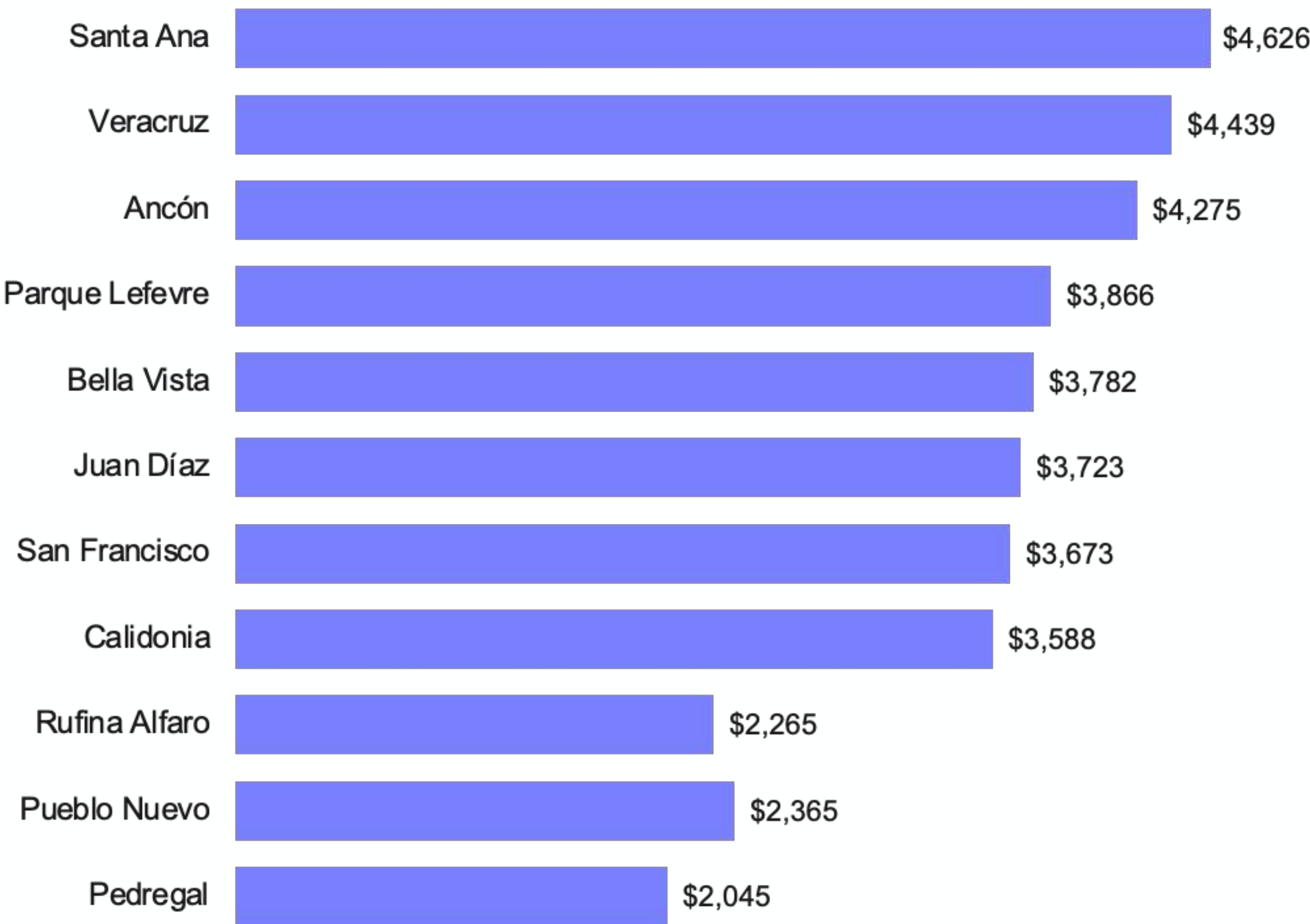
Capital de inversión declarado.

87.3%

De las certificaciones se destinaron a inversiones inmobiliarias, consolidando al real estate como el principal receptor del programa.

El precio por m² responde a la dinámica competitiva de cada zona

expansión sostenida del precio por m²



01. La exclusividad impulsa el valor

Los mercados con oferta limitada tienden a sostener precios por m² superiores gracias a una menor competencia directa.

02. Mayor oferta, mayor presión competitiva

En zonas consolidadas, el incremento de proyectos genera una competencia más intensa que modera los precios, incluso cuando la demanda se mantiene elevada.

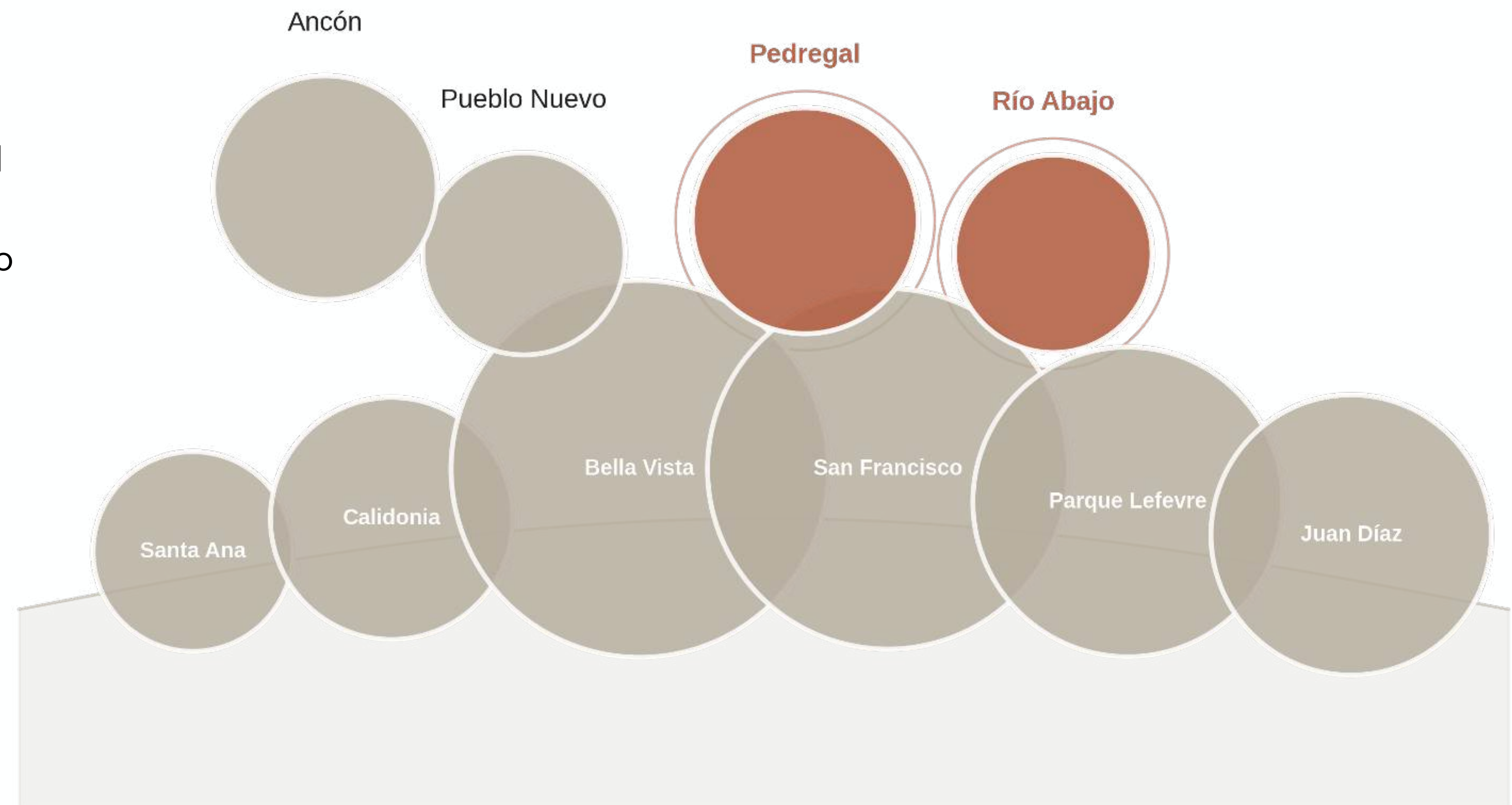
03. El precio refleja el posicionamiento del mercado

El valor por m² no depende únicamente de la ubicación; también está condicionado por la profundidad de la oferta y la estrategia competitiva de cada submercado.

La competencia se concentra en pocos submercados urbanos

La oferta vertical se agrupa en corredores específicos, intensificando la competencia entre proyectos que comparten una misma ubicación.

El mercado vertical muestra una alta concentración geográfica. Bella Vista y San Francisco reúnen cerca del 38% del inventario disponible, consolidándose como los principales polos de desarrollo residencial. En estos mercados, la ubicación deja de ser el principal diferenciador y la competencia se traslada hacia el diseño, el producto, el precio y la propuesta de valor.



No existe una estrategia única para toda la ciudad

Cada submercado compite bajo reglas diferentes

No todos los mercados compiten de la misma forma. Algunos submercados logran sostener precios elevados gracias a una oferta limitada y un posicionamiento consolidado, mientras que otros requieren competir mediante producto, precio o una combinación de ambos. Esta lectura permite identificar dónde existe capacidad de capturar valor y dónde el mercado comienza a mostrar señales de saturación.

Oportunidad de valorización

Submercados con buena absorción y precios aún competitivos, donde existe espacio para incrementar valor mediante una mejor propuesta de producto. Aquí se puede generar mayor rentabilidad si se ejecuta bien.

Zona de oportunidad

Calidonia
Pueblo Nuevo
Parque Lefevre
San Francisco

Desajuste entre oferta y demanda

Mercados donde la velocidad comercial y el posicionamiento del producto no justifican el nivel de oferta existente, incrementando el riesgo competitivo.

Riesgo de sobreoferta
Pedregal

Escasez con poder de precio

Mercados donde la oferta limitada permite sostener precios elevados sin afectar significativamente la velocidad de precio. Enfoque en atributos, exclusividad y ubicación

Escasez con poder de precio

Ancón
Bella Vista
Juan Díaz
Santa Ana

Mercados bajo presión competitiva

Submercados donde el alto nivel de oferta limita la capacidad de sostener incrementos de precio, obligando a competir mediante diferenciación y estrategia comercial.

Precio vulnerable a corrección

Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado

Bella Vista y San Francisco concentran el mayor inventario disponible, pero no el precio/m² más alto

Bella Vista (1,551 unid. disponibles, 28 proyectos) y **San Francisco** (1,377 unid., 30 proyectos) son las zonas con mayor inventario disponible del mercado vertical, mientras que zonas como San Felipe, Santa Ana muestran precio/m² más alto pero con muestras mucho más pequeñas (4-13 proyectos).

Por qué está pasando	Bella Vista y San Francisco son las zonas históricamente más desarrolladas verticalmente en Panamá, por lo que concentran tanto la mayor oferta acumulada como la mayor competencia entre proyectos, lo que presiona el precio/m² relativo a la baja frente a zonas de nicho o boutique con oferta más escasa.
Qué significa estratégicamente	La concentración de inventario en estas zonas obliga a competir menos por ubicación (todos están en la mejor ubicación relativa) y más por diferenciación real de producto, amenidades, acabados y eficiencia de precio, la ubicación ya no es la ventaja competitiva ahí.
Qué decisión debería tomar el desarrollador/ inversionista	Un desarrollador que lance en Bella Vista o San Francisco debe entrar con una propuesta de valor de producto claramente diferenciada (no solo "buena ubicación"); un desarrollador que busque pricing power por escasez de oferta debería explorar zonas de menor concentración con demanda validada, no necesariamente las de precio/m² más alto reportado (que pueden ser ruido estadístico de muestra pequeña).

Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado



Compiten por ticket, no por precio.

Los proyectos con mayor velocidad comercial presentan un precio por m² 19.5% superior al promedio del mercado, con unidades 30% más compactas, logrando un ticket final similar o incluso inferior.

Se desarrollan en proyectos de mayor escala.

Los edificios que lideres en absorción promedian 28.8 niveles, frente a 17.9 niveles del mercado general. Nos evidencia una relación entre proyectos de mayor escala, ubicaciones consolidadas y desarrolladores con mayor capacidad de ejecución.

El mercado premia la eficiencia del producto.

El 85% de las unidades vendidas corresponde a viviendas de 1 y 2 recámaras, mientras que las tipologías de 3 o más habitaciones representan apenas 14.5%.

El segmento Premium gana participación.

Los segmentos Premium y Premium Plus representan el 55% confirmando que los productos de mayor valor pueden alcanzar altas velocidades de absorción.

El comprador busca soluciones listas para habitar.

Los proyectos lideres ofrecen unidades equipadas o completamente amobladas y una serie de servicios que facilitan la comodidad de los residentes.

La ubicación impulsa, pero no garantiza el éxito.

Bella Vista concentra 7 de los 20 proyectos líderes, sin embargo, su precio promedio por m² es ligeramente inferior al promedio del sub-mercado. El desempeño comercial proviene de la combinación entre ubicación validada, un producto eficiente y diferenciado.

La velocidad no depende del tamaño del desarrollador.

La velocidad comercial responde más a la calidad del producto y su ejecución que al tamaño del portafolio del desarrollador.

El Top 20 o proyectos lideres confirman que el mercado premia la eficiencia del producto, no el menor precio

Los proyectos con mayor velocidad de venta comparten atributos que reducen el ticket de entrada, aceleran la absorción y mejoran el ajuste entre producto y demanda.

El análisis de los proyectos con mejor desempeño comercial demuestra que la velocidad de venta no está asociada a ofrecer el precio más bajo por metro cuadrado. Los líderes del mercado concentran su ventaja en productos más eficientes, tickets finales competitivos, menor tiempo de comercialización y una propuesta de valor claramente definida para su segmento objetivo.

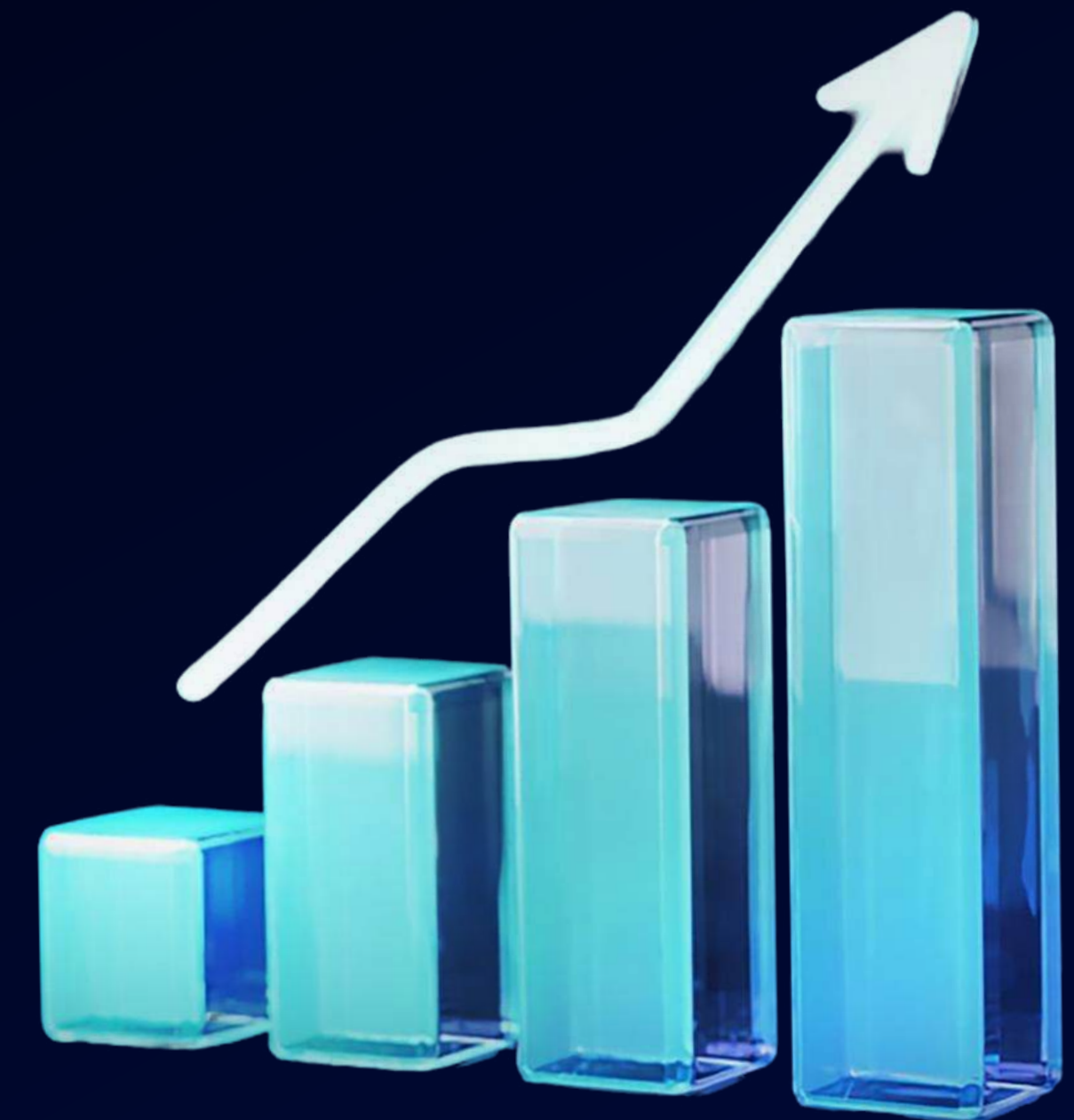
- Las unidades de los proyectos lideres son aproximadamente 30% más pequeñas,
- La velocidad promedio de venta es 4.6 veces superior al mercado general.
- El comprador acepta pagar un 19.5% más por metro cuadrado cuando el producto responde a sus necesidades y mantiene un ticket accesible.
- Los segmentos Premium, Premium Plus y Residencial Plus concentran la mayor participación dentro del Top 20

Horizontal Market Diagnosis



La expansión residencial más allá del núcleo urbano

Evaluación del mercado de vivienda horizontal: expansión geográfica, velocidad comercial, rangos de inversión y preferencias del nuevo consumidor residencial.



203

proyectos activos en comercialización

33,050

unidades totales en esos proyectos

89.9%

Ventas históricas

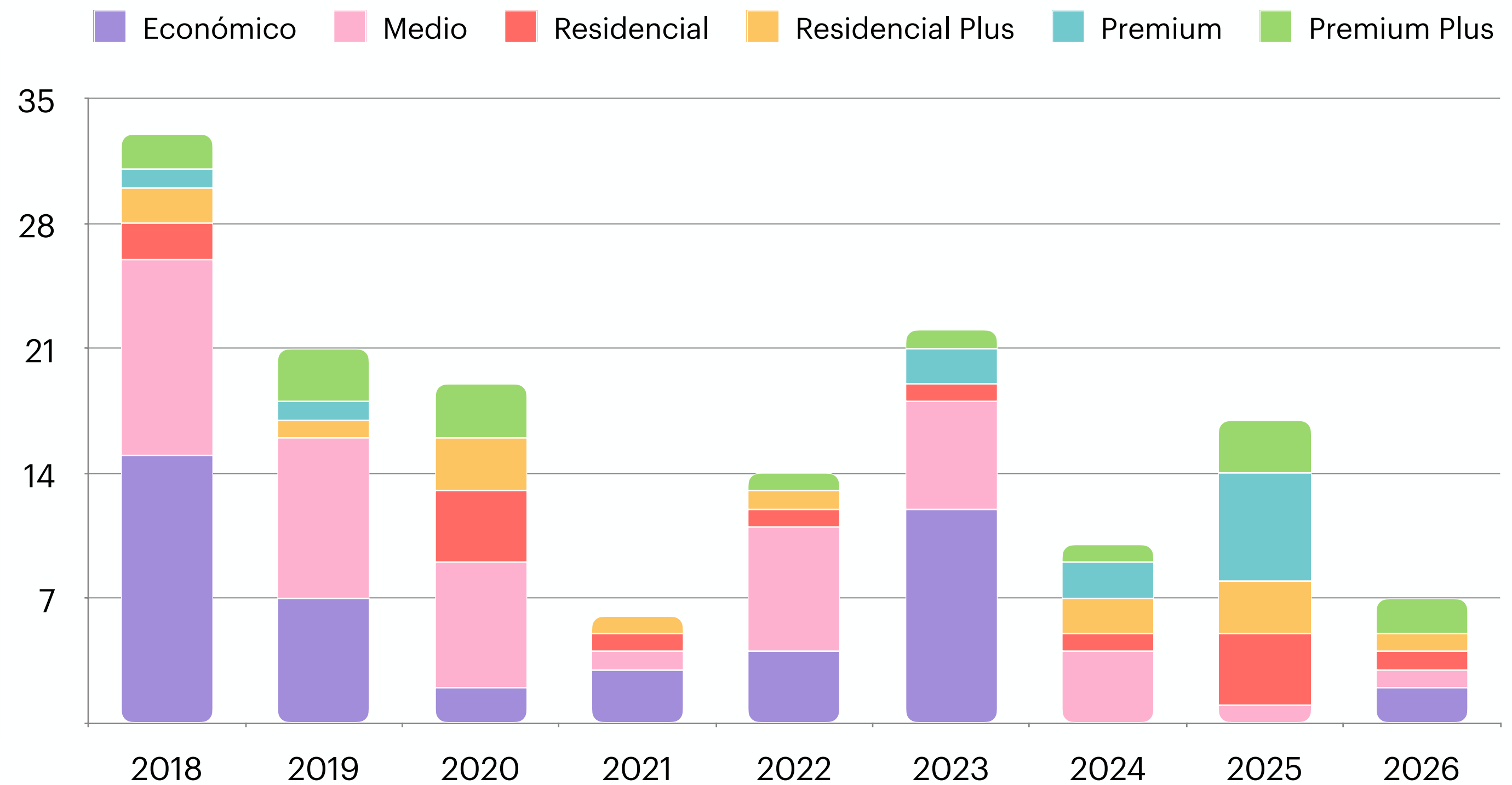
89.9% de todo lo lanzado en vivienda horizontal ya se vendió — casi 7 puntos por encima del mercado vertical (83.2%). Es la huella de una demanda más estructural: primera vivienda familiar, no inversión ni segunda residencia.

Lectura clave

El segmento Económico / Interés Preferencial pasó de 12 proyectos nuevos en 2023 a CERO en 2024 y 2025.

En su lugar, los lanzamientos 2025 se concentraron en Premium/Premium Plus (12 de 17 proyectos, 71%).

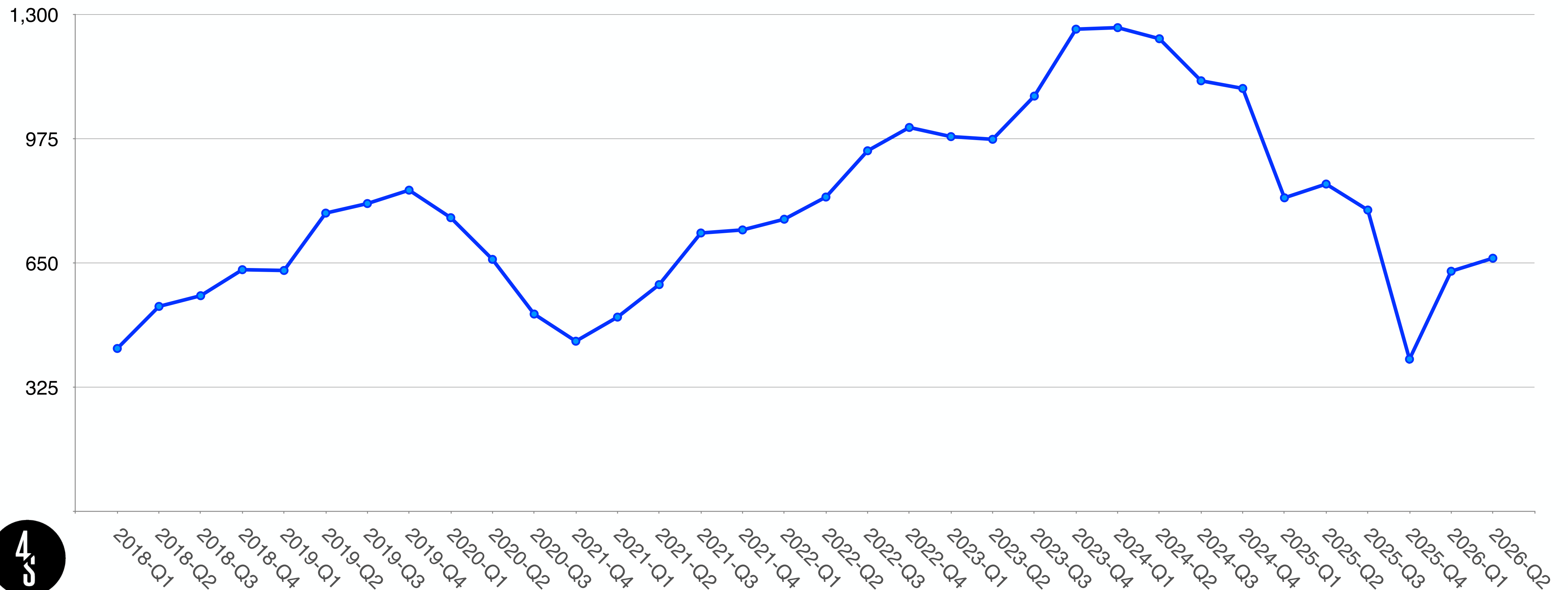
Coincide con dos años de incertidumbre regulatoria sobre el régimen de interés preferencial (ver siguiente lámina).



La demanda residencial muestra sus primeras señales de normalización tras el ciclo de corrección

El comportamiento de las ventas trimestrales refleja la transición desde un ciclo de expansión acelerada hacia un mercado más estable y sostenible.

Tras alcanzar máximos históricos durante 2023 y 2024, la vivienda horizontal experimentó un proceso de ajuste que redujo temporalmente el ritmo de ventas. Los primeros resultados de 2026 muestran una recuperación gradual, sugiriendo que el mercado podría estar consolidando un nuevo nivel de demanda más consistente y alineado con las condiciones actuales de financiamiento y consumo.



Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado



Un mercado que se ajusta, pero mantiene una demanda estructural sólida

La demanda permanece sólida

El 89.9% del inventario histórico vendido confirma que la vivienda horizontal mantiene una demanda estructural superior a la del mercado vertical, respaldada principalmente por compradores nacionales para uso propio.

La oferta está cambiando de perfil

Los nuevos lanzamientos muestran una reducción significativa del segmento Económico, mientras que el crecimiento reciente se concentra en proyectos Residencial, Residencial Plus, Premium y Premium Plus.

La desaceleración fue un ajuste del ciclo

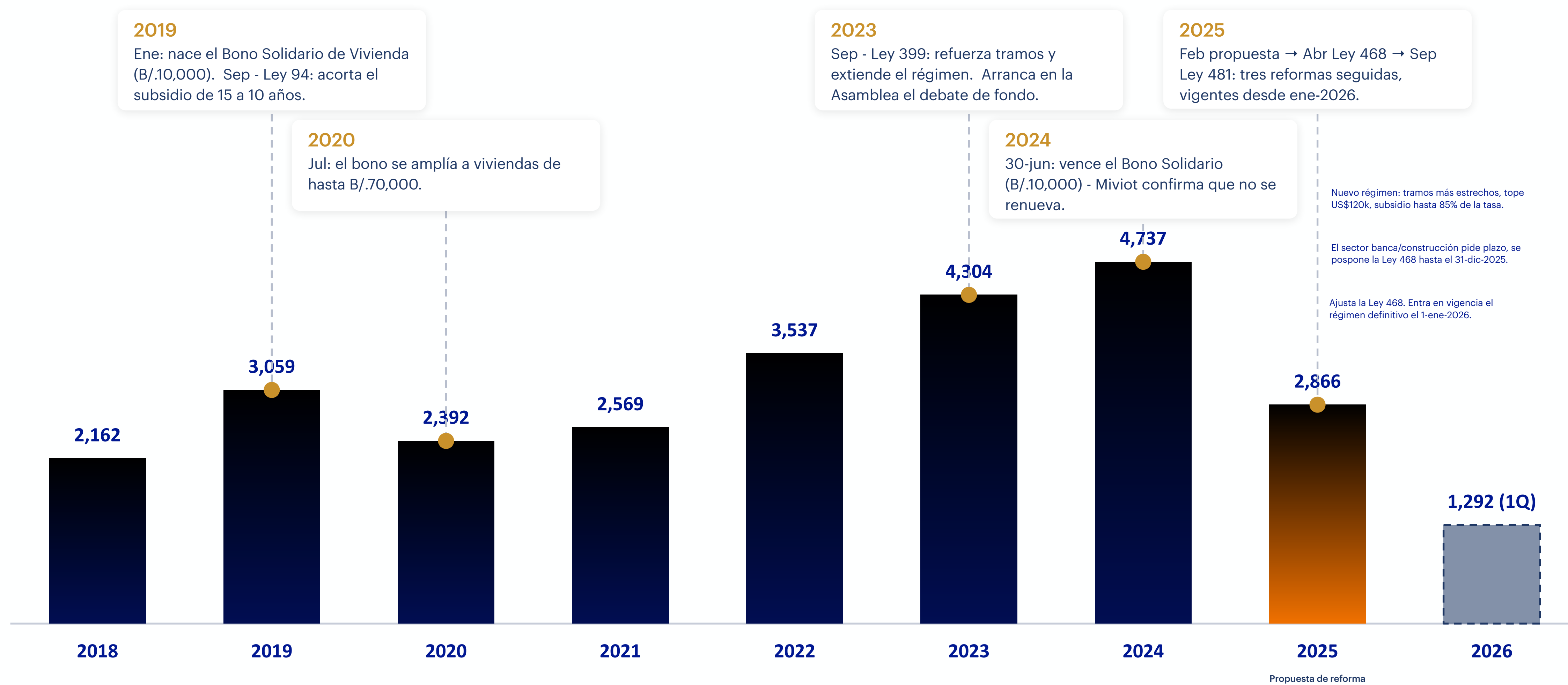
La caída observada entre 2024 y 2025 coincide con un entorno de mayores tasas de interés y la incertidumbre sobre el régimen de interés preferencial. Los primeros trimestres de 2026 evidencian una recuperación gradual de la actividad comercial.

El mercado entra en una etapa de mayor estabilidad

Las ventas comienzan a estabilizarse en niveles más consistentes con la capacidad de compra y financiamiento del mercado.

El bono y el interés preferencial son motores importantes para la compra de vivienda.

De 4737 ventas caen a 2866 ventas. No fue disminución de demanda, sino desaparición del bono e incertidumbre. El mercado ahora debe demostrar que puede mantener ventas con un apoyo estatal menor y recuperar confianza.



2018→2024, con el bono y el interés preferencial vigentes, las ventas casi se duplicaron (+99%). El retiro del bono (jun-2024) y la incertidumbre regulatoria de 2025 coinciden con la mayor caída del período: -40% en ventas de 2024 a 2025.

¿Qué pasó ?

Ventas crecieron 2018 al 2024 cuando había incentivo.

¿Por qué?

El bono + interés preferencial era motivador.

¿Qué cambió?

Retiro del bono genero incertidumbre.

¿Cómo se reflejo en el mercado?

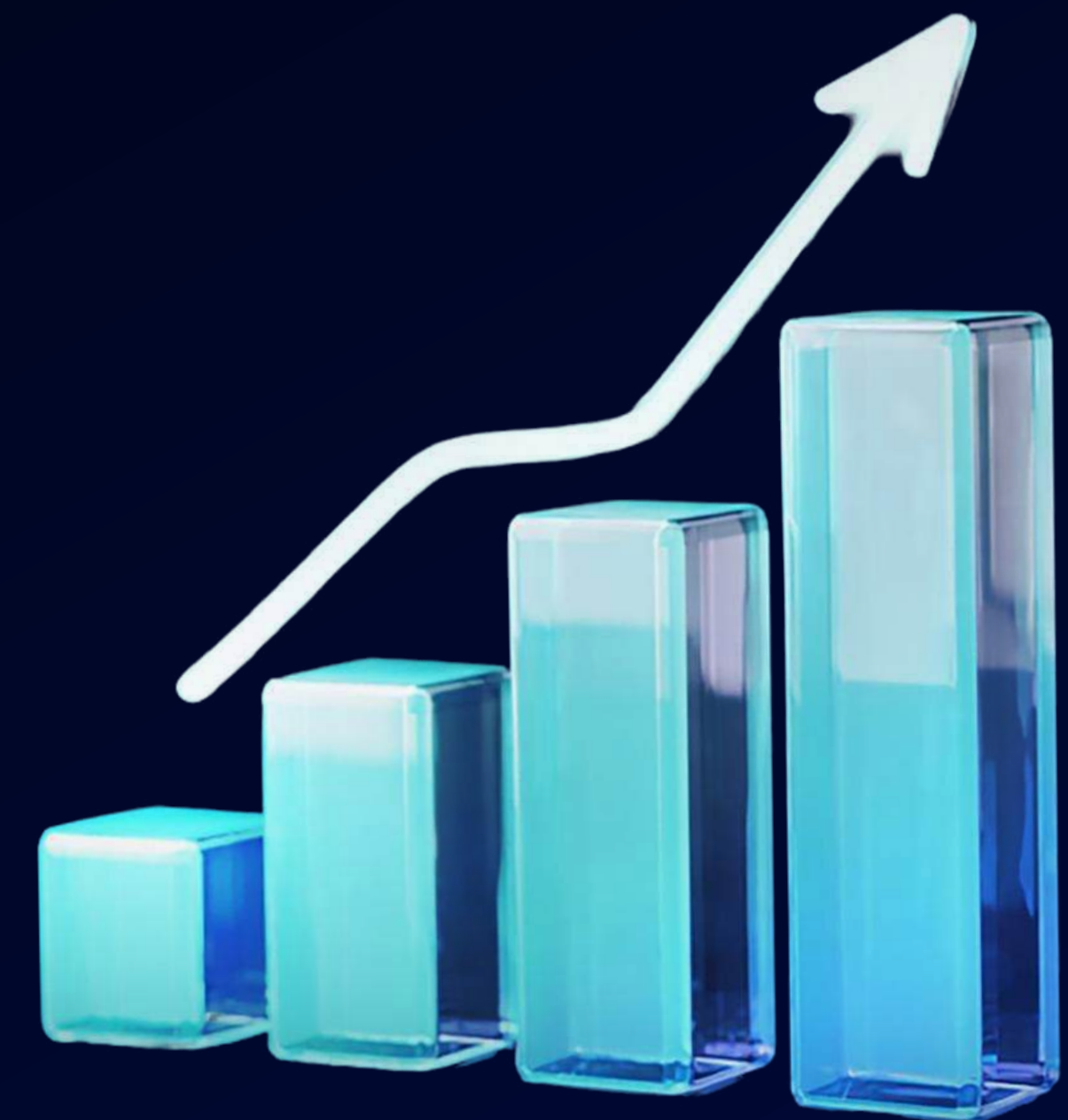
Desaceleración, inventario y menor absorción.

¿Qué esperar hacia adelante?

Recuperación condicionada por la estabilidad regulatoria 2026, y la capacidad de compra.

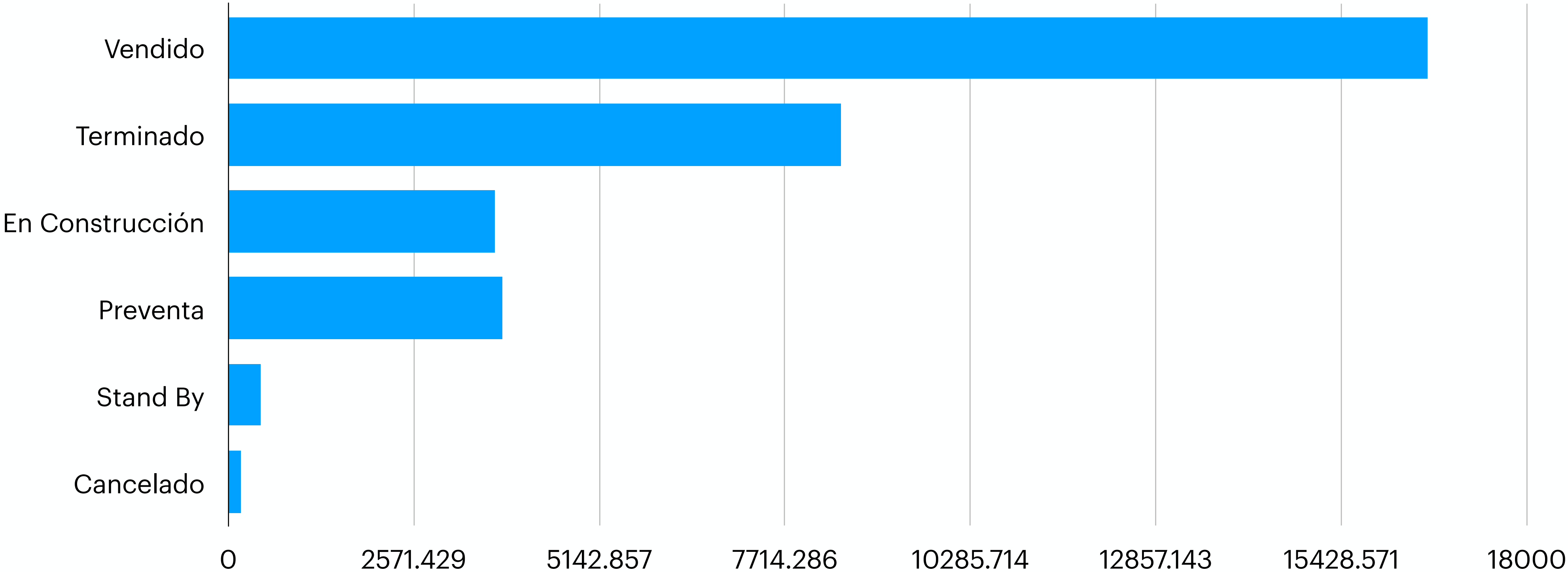
¿Qué implica?

Productos alineados con los nuevos limites del Interés Preferencial, mayor flexibilidad en separaciones y planes de pago, alianzas con bancos para mejora acceso crédito, estrategias comerciales agresivas



La vivienda horizontal muestra un ciclo comercial maduro

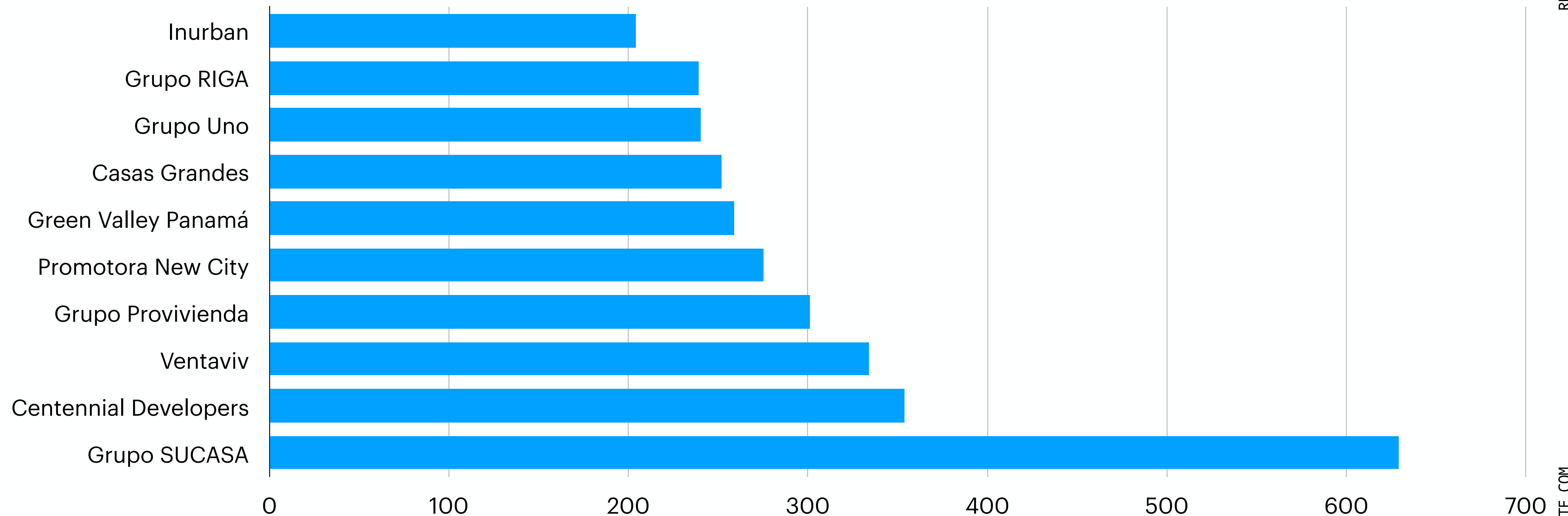
El inventario histórico confirma un mercado con una elevada capacidad de absorción. La mayor parte de las unidades ya fue vendida o entregada, mientras que el inventario pendiente responde principalmente a proyectos en construcción y preventa, más que a exceso de oferta acumulada.



TOP 10 desarrolladores

La oferta activa mantiene una participación distribuida, con un líder claramente diferenciado

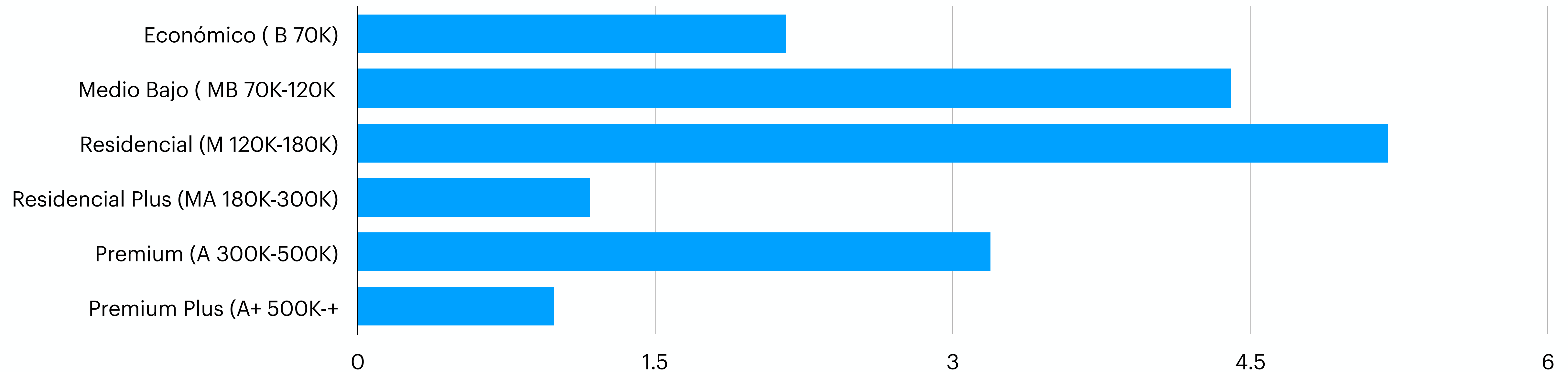
Los diez principales desarrolladores concentran una parte importante de la oferta activa del mercado horizontal, aunque únicamente Grupo SUCASA presenta una diferencia significativa frente al resto. A partir del segundo lugar, la distancia entre competidores se reduce considerablemente, evidenciando un mercado con niveles de participación relativamente balanceados.



La mayor velocidad comercial se concentra en los segmentos

Medio & Residencial

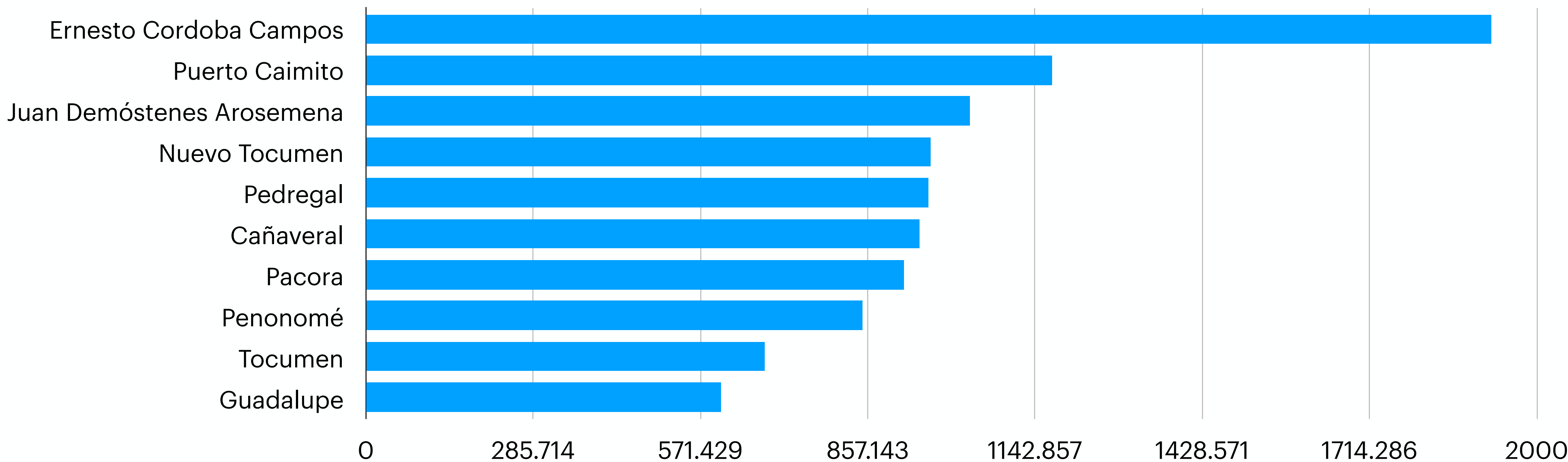
El comportamiento comercial de la vivienda horizontal responde a una lógica distinta a la observada en el mercado vertical. Mientras los segmentos Premium muestran una absorción moderada, las mayores velocidades de venta se concentran en los segmentos **Residencial (5.19 u/mes)** y **Medio (4.40 u/mes)**, donde la demanda está respaldada por un mayor universo de compradores y necesidades habitacionales permanentes.



El precio por m² refleja diferencias de producto más que de ubicación

La mayor parte de las zonas concentra precios entre **US\$850 y US\$1,200 por m²**, evidenciando un mercado con menor dispersión de valor que la vivienda vertical.

A diferencia del mercado vertical, donde la ubicación genera diferencias significativas de precio, la vivienda horizontal presenta una estructura mucho más uniforme. La mayoría de las zonas mantienen valores similares por metro cuadrado, mientras que **Ernesto Córdoba Campos / Panamá Norte** destaca como un caso atípico con un precio cercano al doble del resto del mercado.

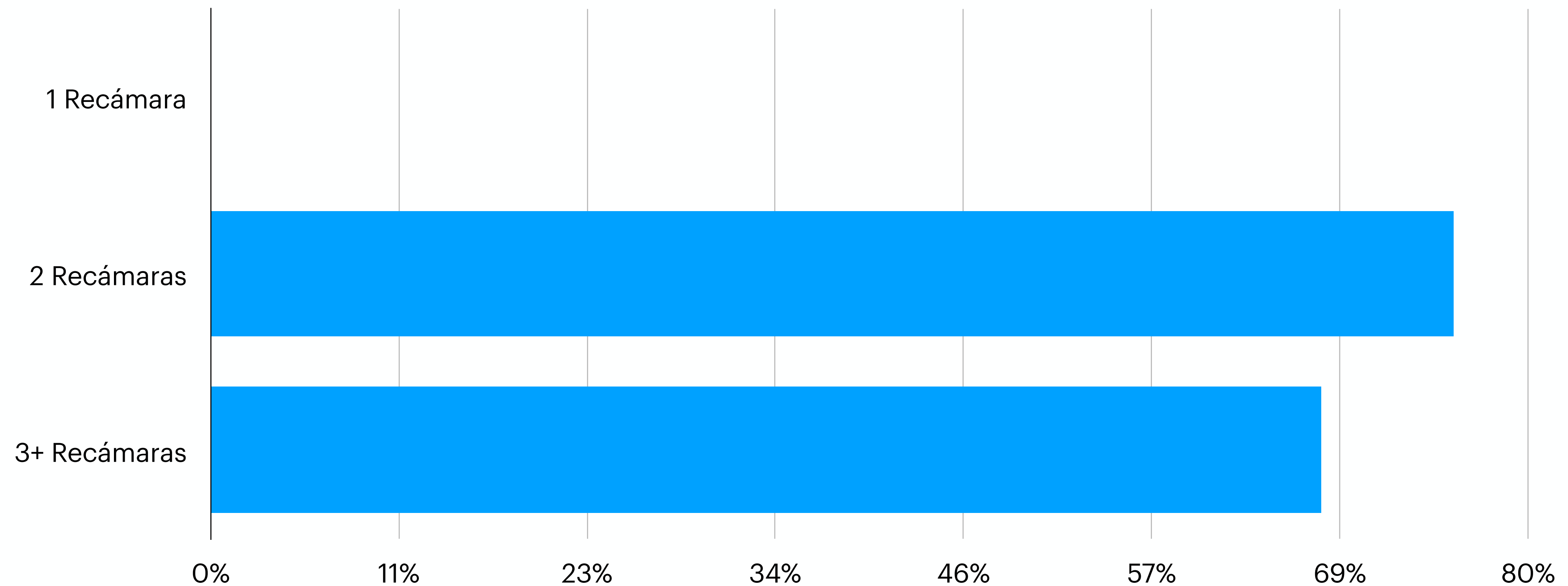


Nota: Ernesto Cordoba Campos es Panamá Norte



Las viviendas de 2 recámaras lideran la absorción del mercado

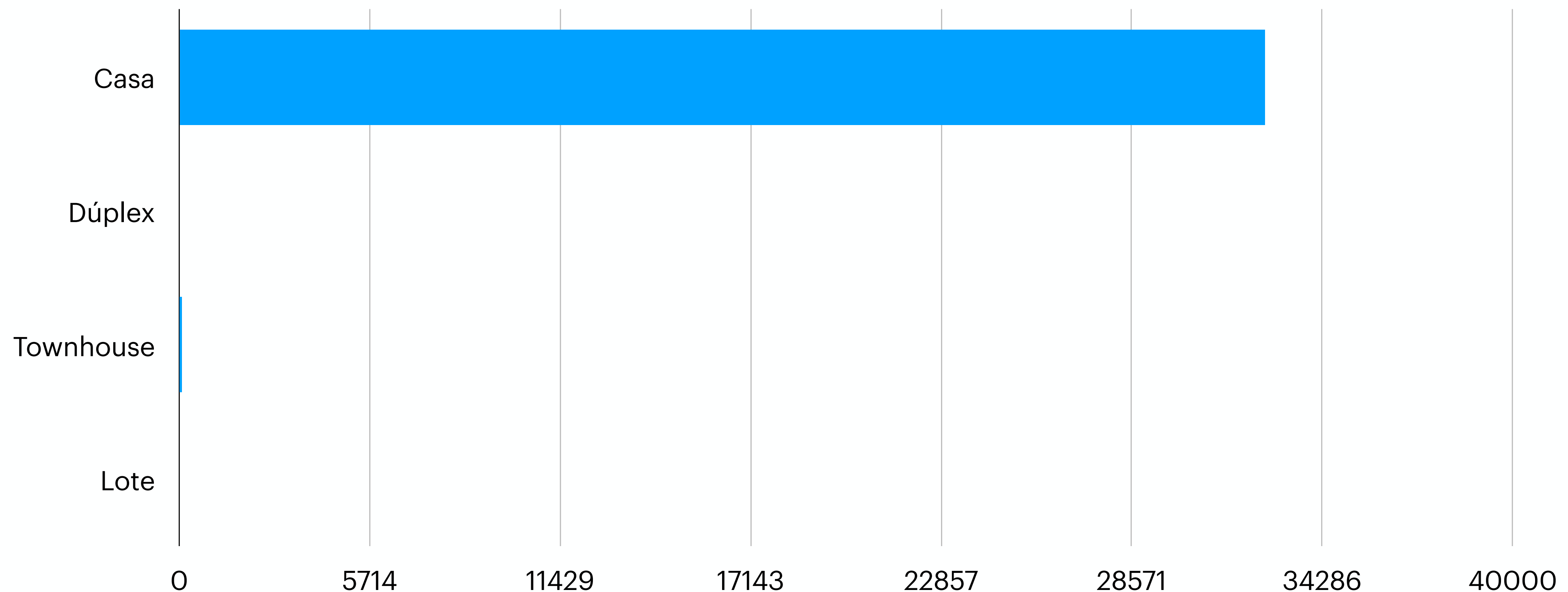
La vivienda horizontal presenta una demanda claramente orientada a familias. Las tipologías de **2 recámaras registran un 75.5% de absorción**, superando a las viviendas de **3 o más recámaras (67.4%)**. Esto refleja un mercado que prioriza el equilibrio entre espacio, funcionalidad y capacidad de compra.



La vivienda horizontal está dominada por la casa unifamiliar

Más del **99% de las unidades activas** corresponden a viviendas unifamiliares, mientras que formatos como townhouse representan un nicho y los desarrollos tipo dúplex o lotes son prácticamente inexistentes dentro de la muestra.

A diferencia del mercado vertical, donde existe una amplia diversidad de productos, la vivienda horizontal presenta una oferta altamente homogénea. La casa unifamiliar continúa siendo el formato predominante, reflejando que la demanda y el desarrollo del mercado siguen orientados al modelo tradicional de vivienda familiar. Falta educación del consumidor, oferta insuficiente diferenciada, y revisión de normativa urbana.



Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado

La vivienda horizontal representa un mercado de absorción histórica sólida, pero con un nuevo desafío para sostener el crecimiento.

Por qué está pasando	La vivienda horizontal responde principalmente a una demanda de uso (primera vivienda familiar), por lo que su desempeño depende directamente de la capacidad de endeudamiento de los hogares . En un entorno de tasas más altas y menor acceso al crédito, el principal desafío deja de ser generar demanda y pasa a ser mantener el producto dentro del alcance financiero del comprador.
Qué significa estratégicamente	El crecimiento del mercado horizontal dependerá menos del comportamiento de la demanda y más de la capacidad de los desarrolladores para ofrecer productos más accesibles y financieramente viables. La competitividad ya no estará definida únicamente por la ubicación o el diseño, sino por la eficiencia del producto y la facilidad de acceso a la compra.
Qué decisión debería tomar el desarrollador/ inversionista	El desarrollador que quiera mantener velocidad comercial deberá adaptar su oferta a la nueva realidad del mercado : rediseñar productos más eficientes y accesibles, incorporar sistemas constructivos que reduzcan costos, facilitar el acceso mediante subsidios de tasa o esquemas como leasing habitacional y construir una ventaja competitiva basada en valor, no únicamente en precio.



Insights Estratégicos Y Oportunidades De Mercado

Pacora concentra el mayor inventario disponible horizontal, con alta absorción histórica

Pacora tiene 402 unidades disponibles sobre 1,756 unidades totales (11 proyectos) y 1,354 unidades ya vendidas, la mayor bolsa de inventario disponible de cualquier zona horizontal, pero con 77% de absorción histórica ya lograda.	
Por qué está pasando	Pacora es corredor de expansión natural del área metropolitana este, con suelo disponible a menor costo que corregimientos centrales, lo que atrae desarrollo masivo de vivienda horizontal de segmento Económico/Medio.
Qué significa estratégicamente	No es una zona de sobreoferta estructural sino de alto volumen con demanda que la ha venido absorbiendo consistentemente, el riesgo no es de demanda sino de saturación de infraestructura/servicios si el ritmo de lanzamientos supera la capacidad de la zona.
Qué decisión debería tomar el desarrollador/ inversionista	Nuevos proyectos en Pacora deben validar capacidad vial, de servicios públicos y tiempos de desplazamiento como factor de decisión de compra, no solo precio, es un diferenciador competitivo real en esa zona específicamente.



Indicadores AirDNA Panamá



Mercado De Renta Corta (Short-Term Rental)

Listados, ocupación, tarifas, revenue y comparación entre los principales submercados

Qué tan saludable es el mercado STR (Short Term Rental) de Panamá

MARKET SCORE

100

/ 100

Provincia de Panamá, score compuesto de demanda, crecimiento, estacionalidad y regulación.



INDICADORES CLAVE (ÚLTIMOS 12 MESES)

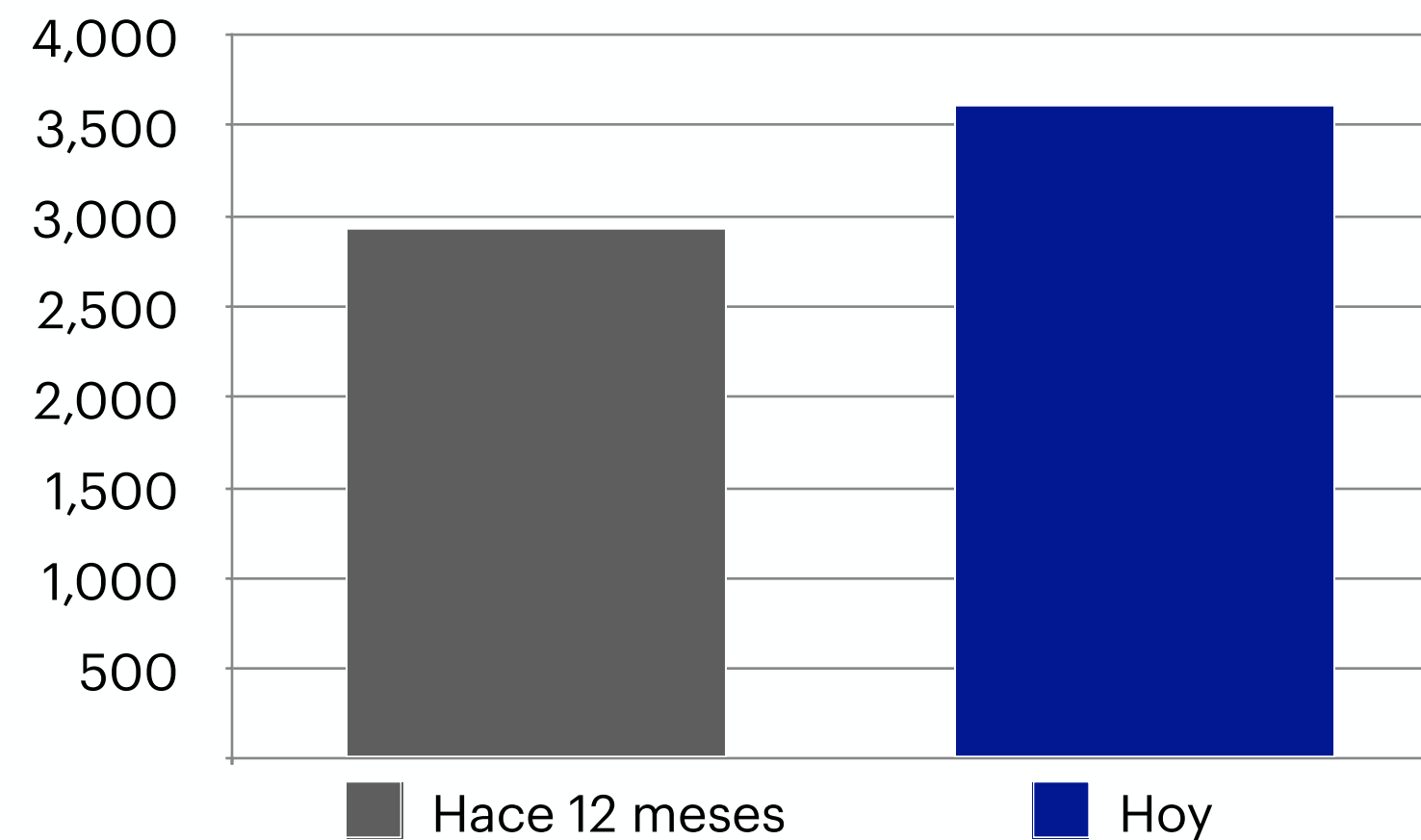


La oferta de renta corta creció 22.8% en un año

3,606

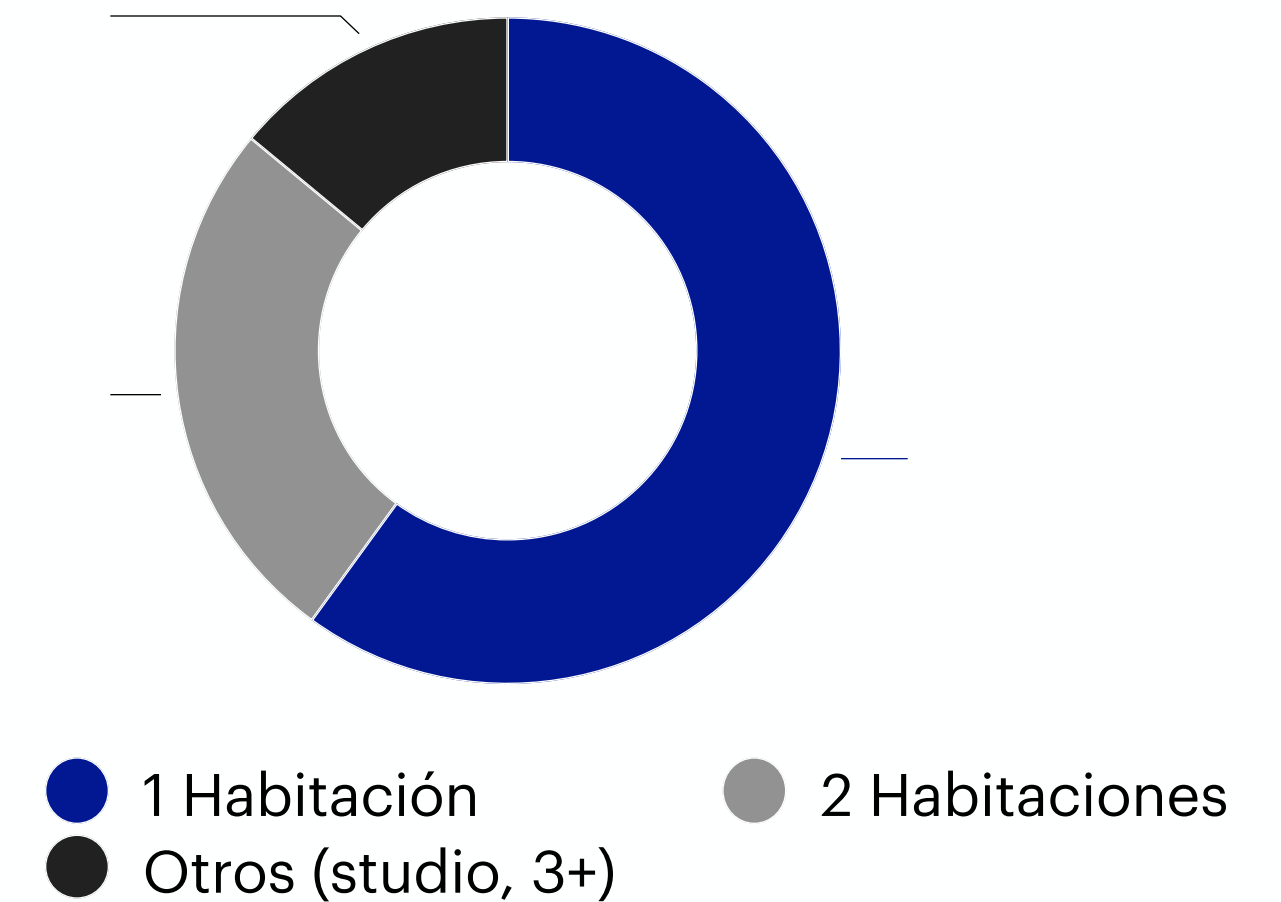
listados activos hoy · +22.8%

Listados activos: hace 12m vs. hoy



Tamaño más popular: 1 Habitación

Distribución de listados por tamaño (dormitorios)



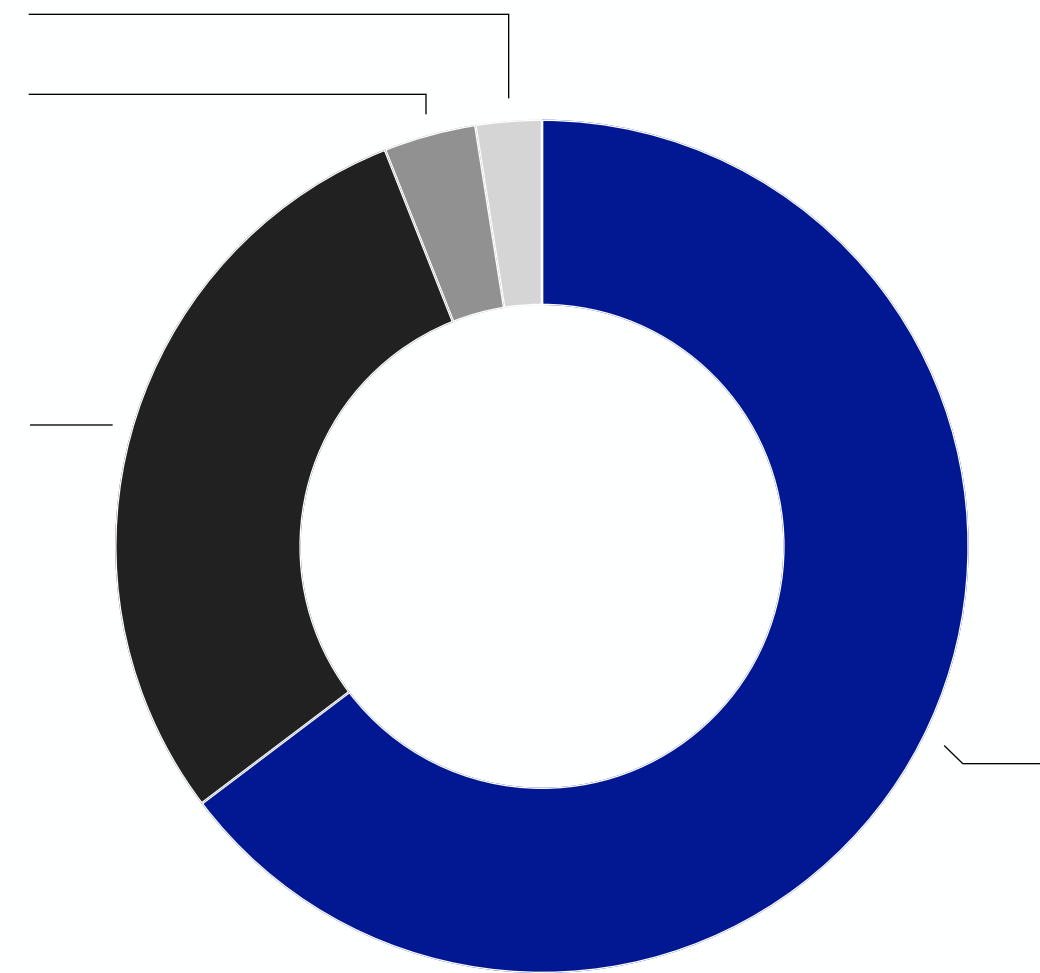
Crecimiento De La Oferta Por Tamaño De Unidad (2023-2026)

El crecimiento de listados fue liderado por unidades de 1 y 2 habitaciones — consistente con el perfil de compradores de vivienda vertical más reciente, donde el bucket de 50-70 m² concentra la mayor cantidad de unidades vendidas.

Lectura: el crecimiento de +22.8% en listados activos junto con una ocupación que también sube (+6.3%) indica que la nueva oferta está siendo absorbida por demanda real, no solo por más unidades compitiendo por la misma demanda.

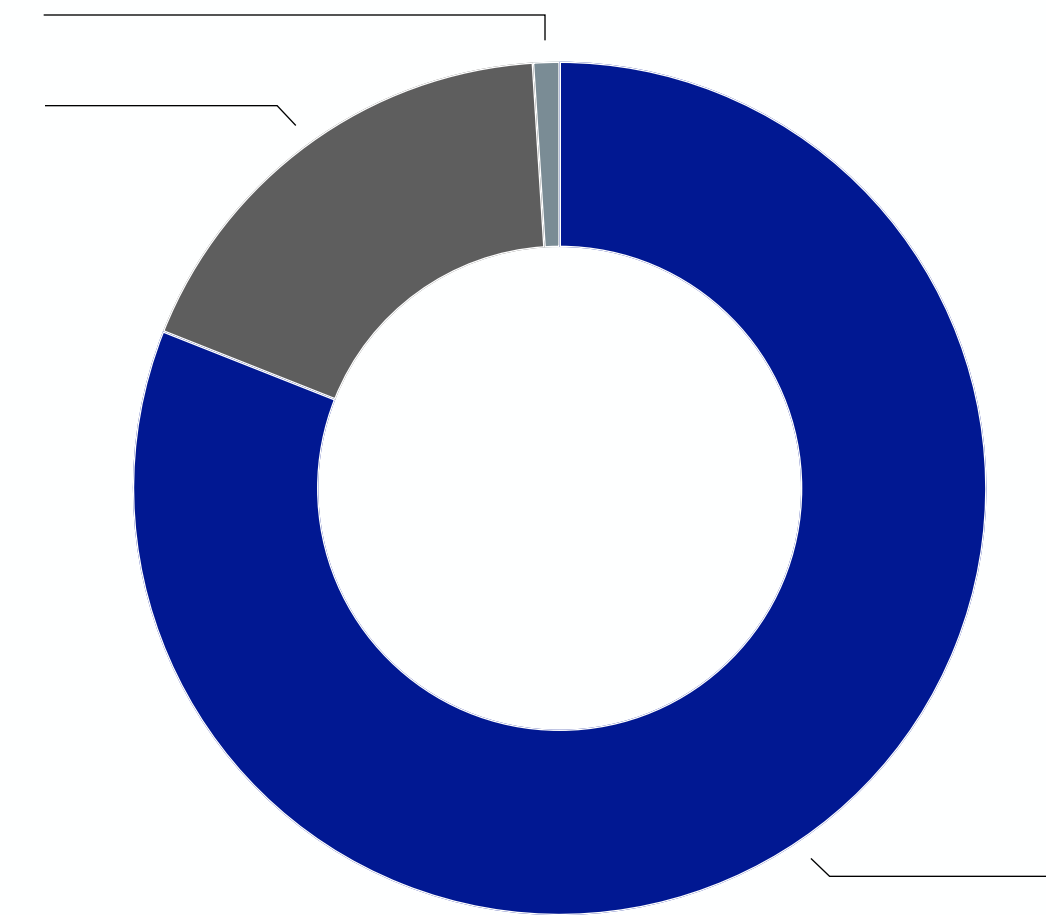
Cómo se distribuye la oferta: canal y tipo de unidad

POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN



● Solo Airbnb ● Multi-canal ● Solo Booking ● Solo Vrbo

POR TIPO DE UNIDAD



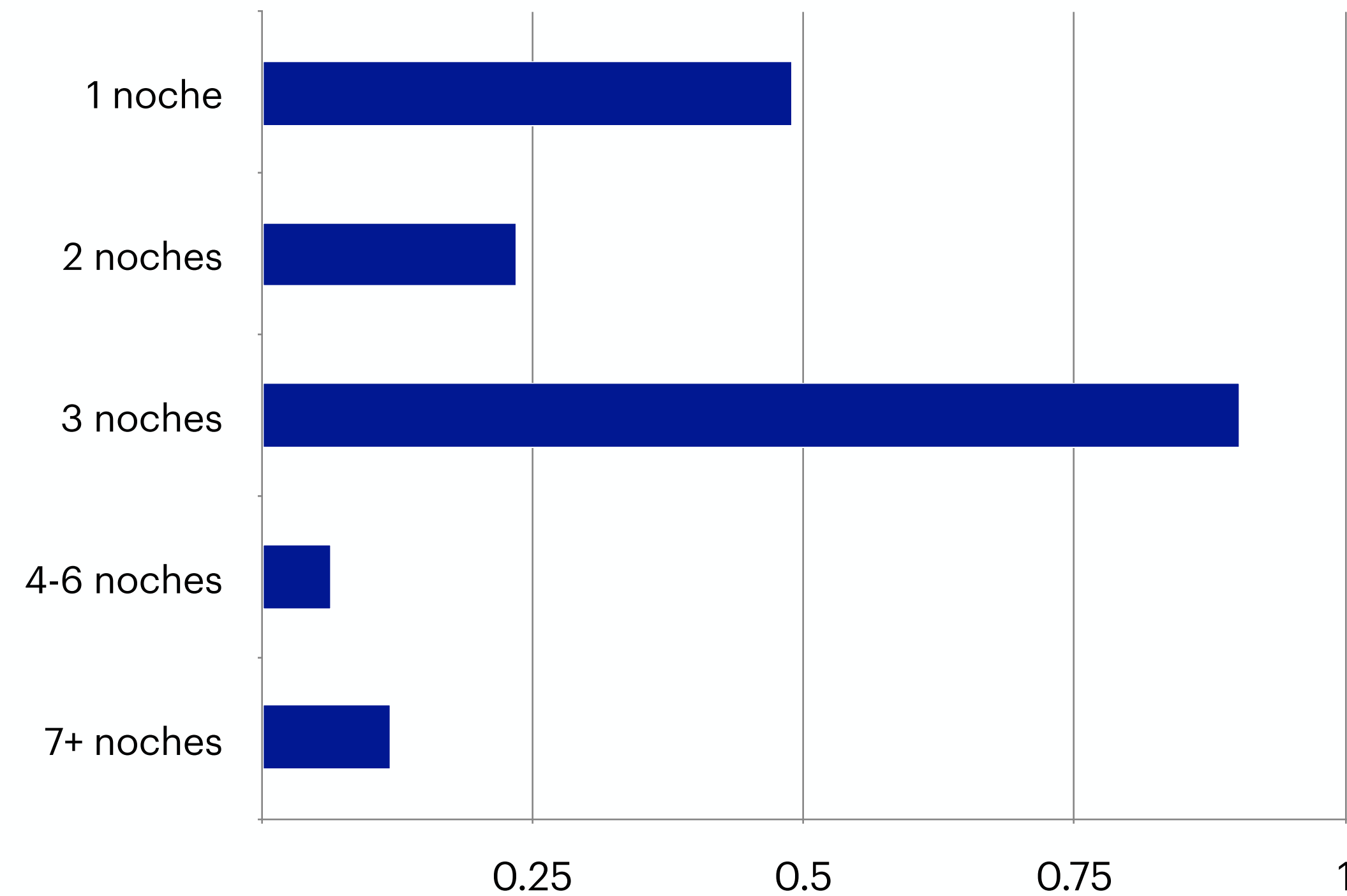
● Entire Place (unidad completa) ● Private Room ● Shared Room

29.3% de los listados usa múltiples canales (Airbnb + Vrbo + Booking) — típico de operadores profesionalizados que buscan maximizar ocupación repartiendo el riesgo entre plataformas. Un 64.7% opera solo en Airbnb, la plataforma dominante del mercado.

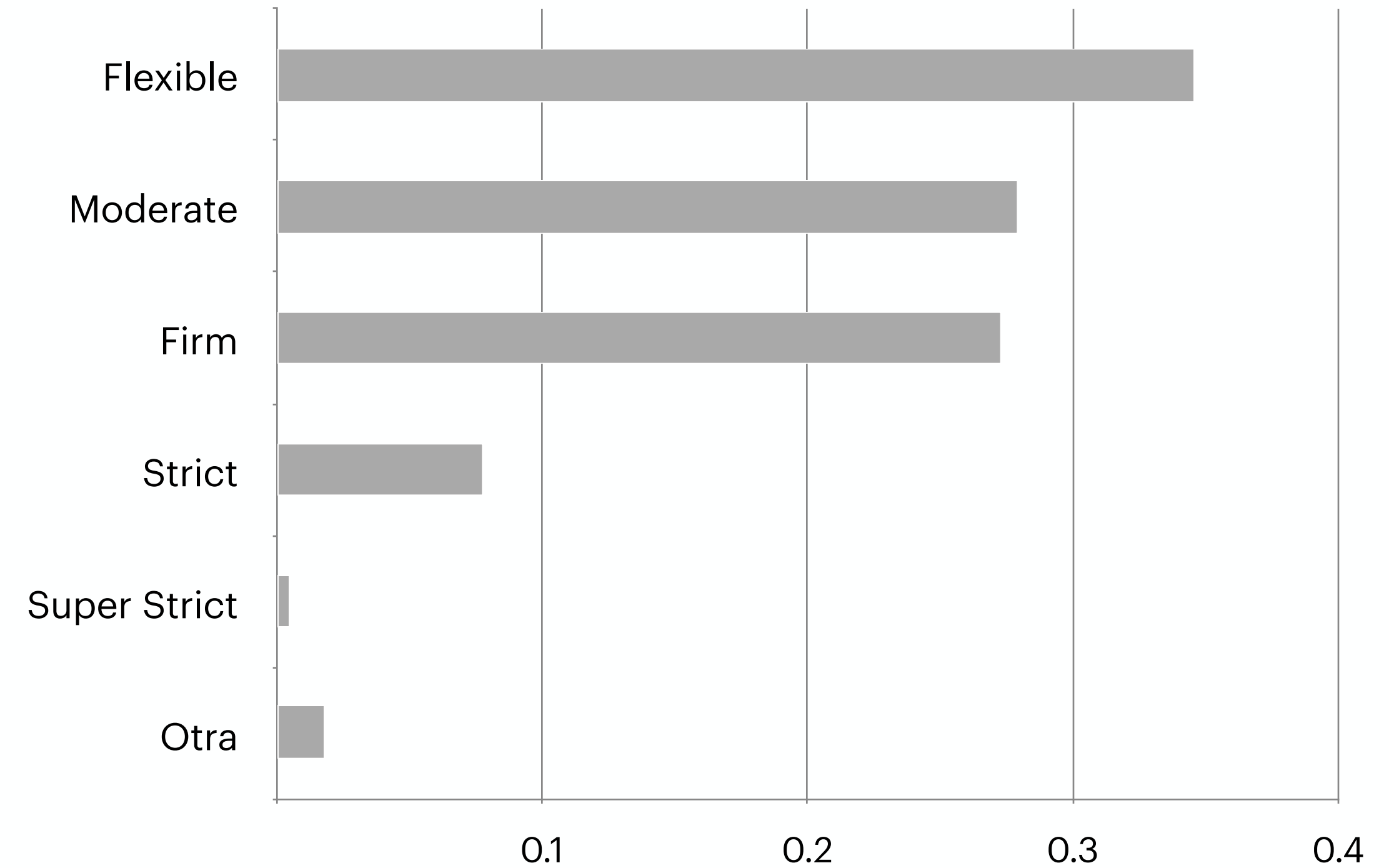
81% de la oferta es unidad completa ("entire place") — coherente con el perfil de inversión (compra para renta), más que habitaciones sueltas dentro de una vivienda ocupada por el propietario.

Estadía mínima y políticas de cancelación

ESTADÍA MÍNIMA REQUERIDA

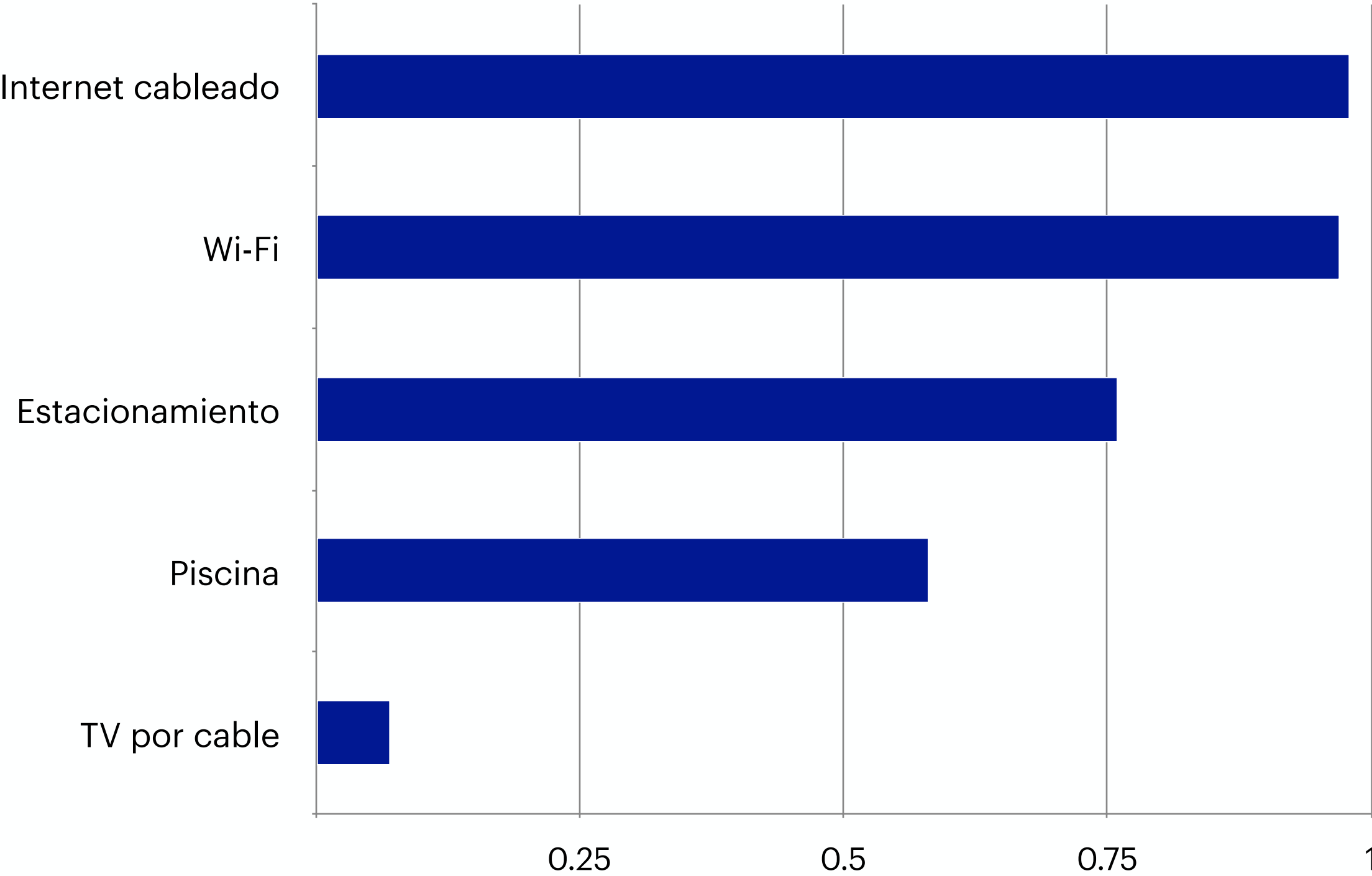


POLÍTICA DE CANCELACIÓN



72.5% de los listados exige 1-2 noches de estadía mínima y 62.5% usa políticas flexibles o moderadas — un mercado orientado a estadías cortas y de bajo compromiso, típico de demanda de negocios y turismo urbano.

Amenidades más comunes y principales gestores



Top 5 Gestores De Propiedades (Por N.º De Listados)

Gestor	Listados	Reseñas
Wynwood House	187	14,587
Boutique Partners	154	5,447
Amazin Places	96	17,520
Livily Premier	94	141
AcoModo Rent	70	2,612

Internet (98%) y Wi-Fi (97%) son casi universales; el estacionamiento (76%) y la piscina (58%) marcan una diferencia competitiva relevante entre listados — variables a considerar al diseñar amenidades de proyectos nuevos orientados a renta corta.



Fuente: AirDNA — Provincia de Panamá, todos los submercados (consultado jul-2026).

La ocupación sube y las estadías se acortan levemente

68%

Ocupación

+6.3%

27 días

Booking lead time

+4.6%

5 días

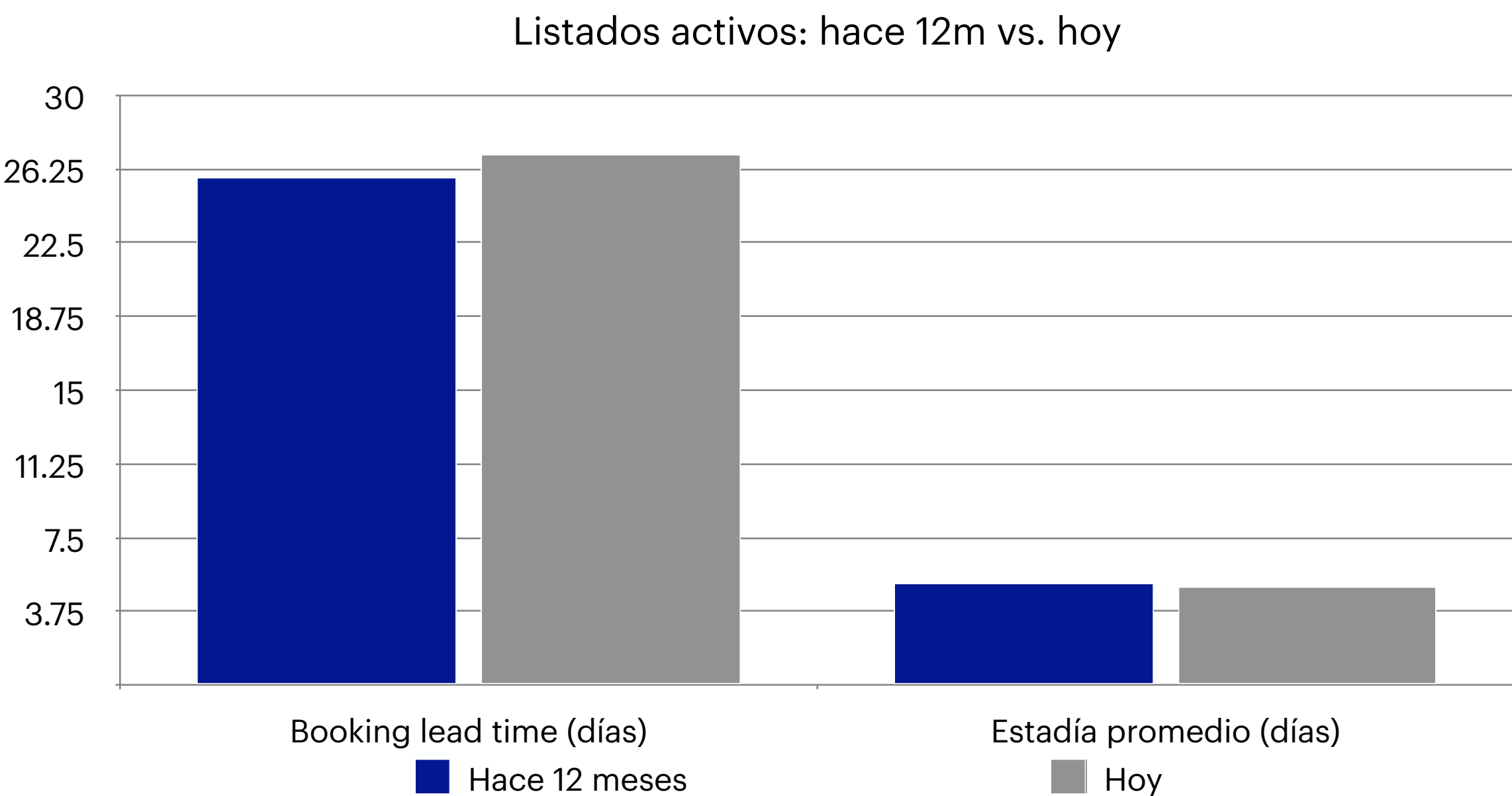
Estadía promedio

-4.0%

Ocupación: Hace 12 Meses Vs. Hoy

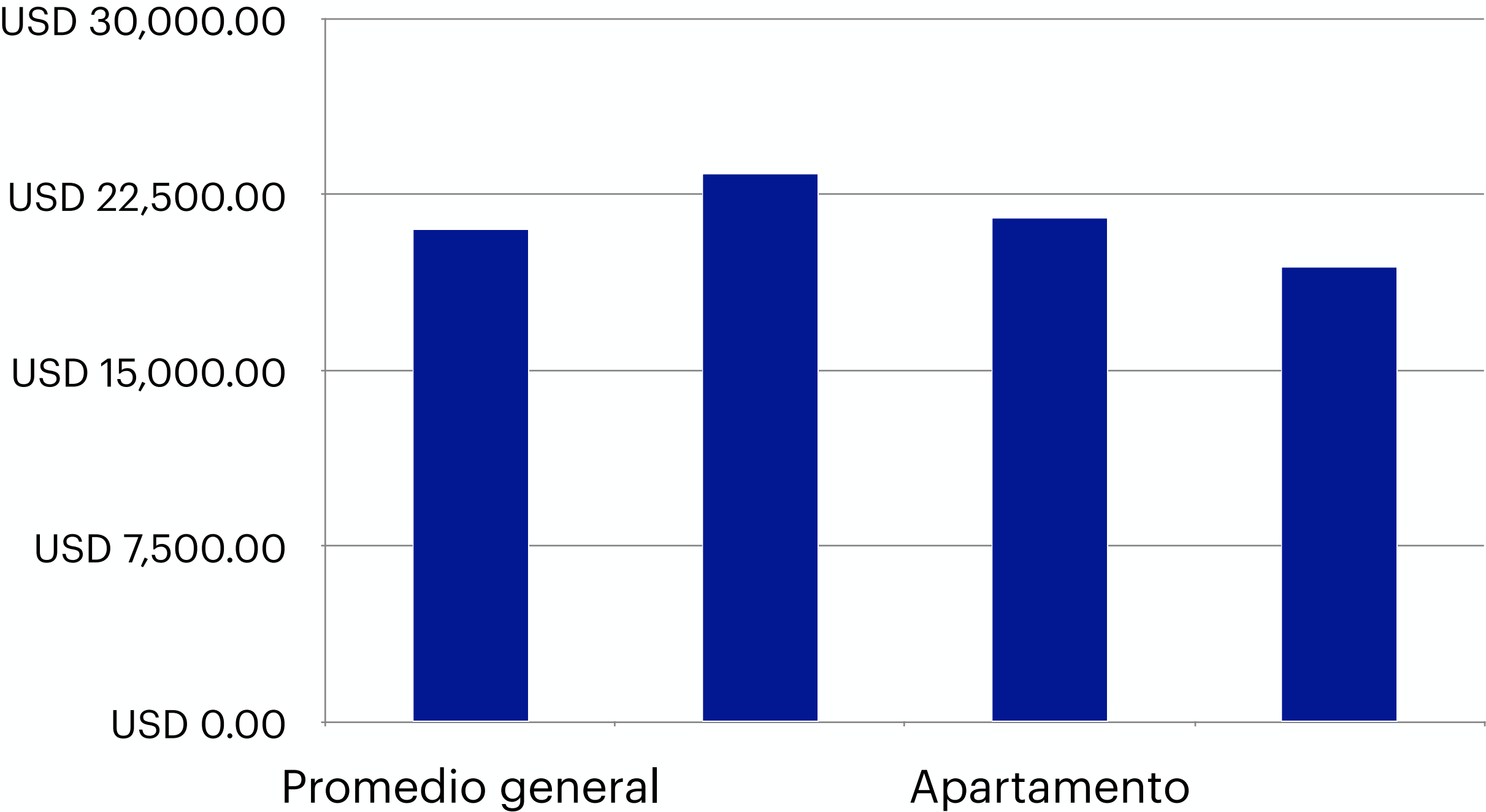


Booking Lead Time Y Estadía: Hace 12 Meses Vs. Hoy



Valores 'hace 12 meses' derivados del delta interanual reportado por AirDNA. Fuente: AirDNA — Provincia de Panamá (consultado jul-2026).

El revenue promedio sube 14.3%, liderado por unidades completas



VARIACIÓN INTERANUAL

Promedio general	\$20,996/año	+14.3%
Entire Place	\$23,400/año	+13.3%
Apartamento	\$21,500/año	+14.1%
Casa	\$19,400/año	+11.9%

REAL ESTATE FORESIGHT

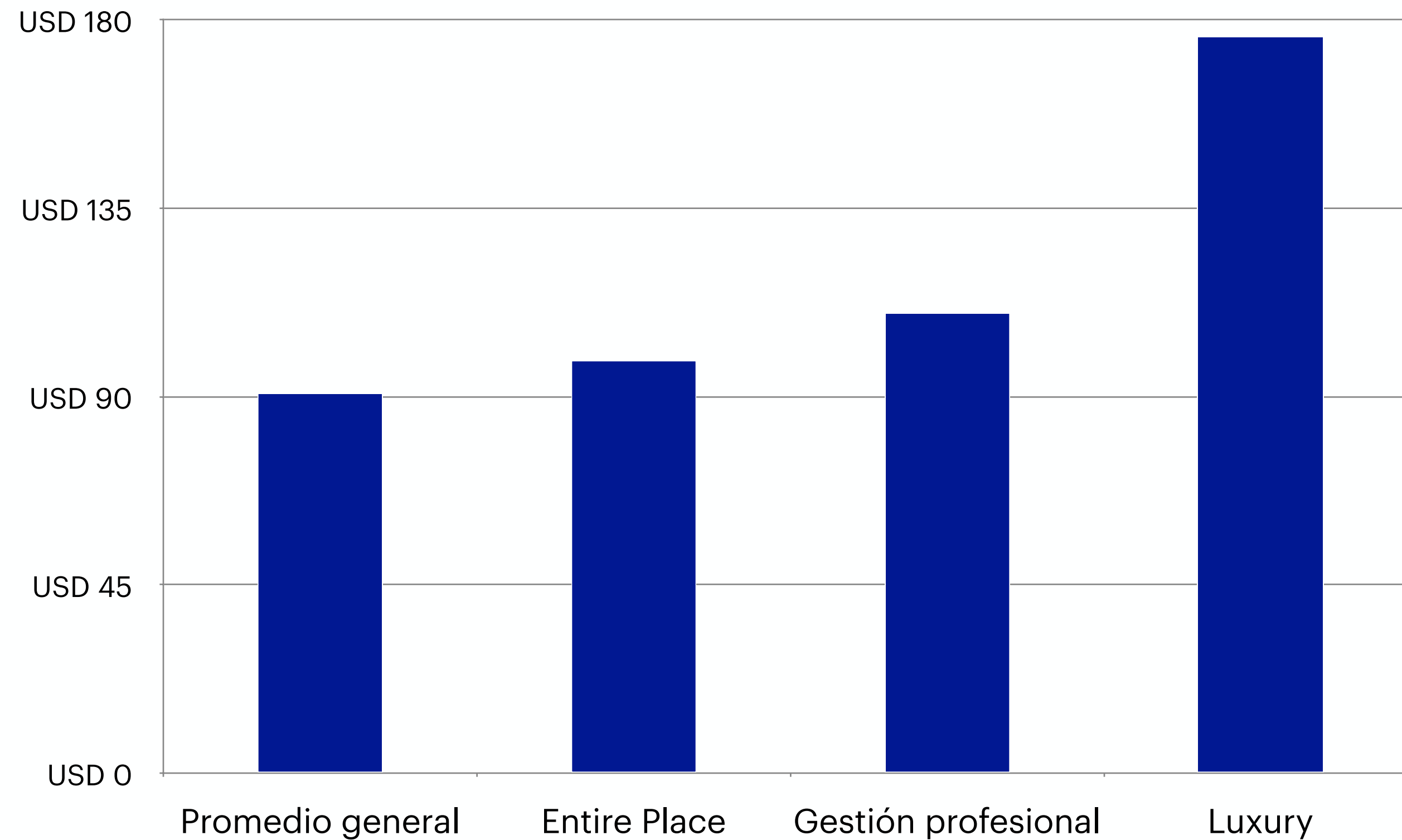
Entire Place capta el mayor revenue promedio (\$23.4k/año, +13.3%) — coherente con que el 81% de la oferta ya es de este tipo. El revenue total por tipo de propiedad creció 39.9% interanual (efecto combinado de más listados y mejor desempeño por unidad).



Valores 'hace 12 meses' derivados del delta interanual reportado por AirDNA. Fuente: AirDNA — Provincia de Panamá (consultado jul-2026).

4SREALESTATE.COM

La tarifa diaria promedio sube en todos los segmentos salvo luxury.



VARIACIÓN INTERANUAL

Promedio general

\$90.75/noche

Entire Place

\$98.44/noche

Gestión profesional

\$109.84/noche

Luxury

\$175.91/noche

Luxury es el único segmento que retrocede (-0.2%) pese a tener la tarifa más alta (\$175.91/noche) — posible señal de un techo de precio o de mayor sensibilidad de ese segmento a la competencia hotelera tradicional.

Fuente: AirDNA — Provincia de Panamá, todos los submercados, últimos 12 meses (consultado jul-2026).

Un mercado con estacionalidad marcada pero muy predecible

Febrero

Mejor mes (mayor RevPAR)

Septiembre

Peor mes (menor RevPAR)

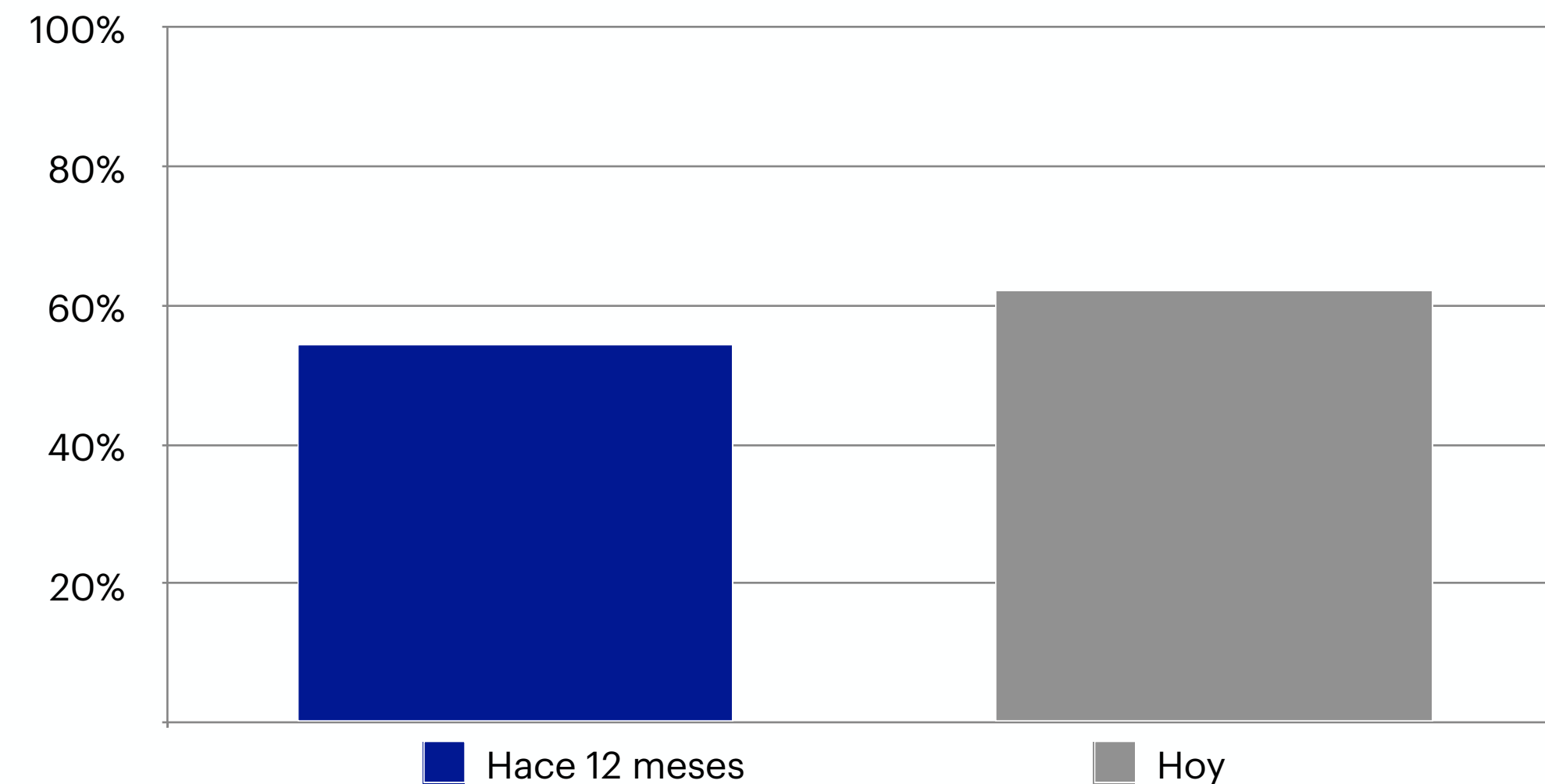
\$62.17

RevPAR promedio (+14.6%)

95/100

score de estacionalidad

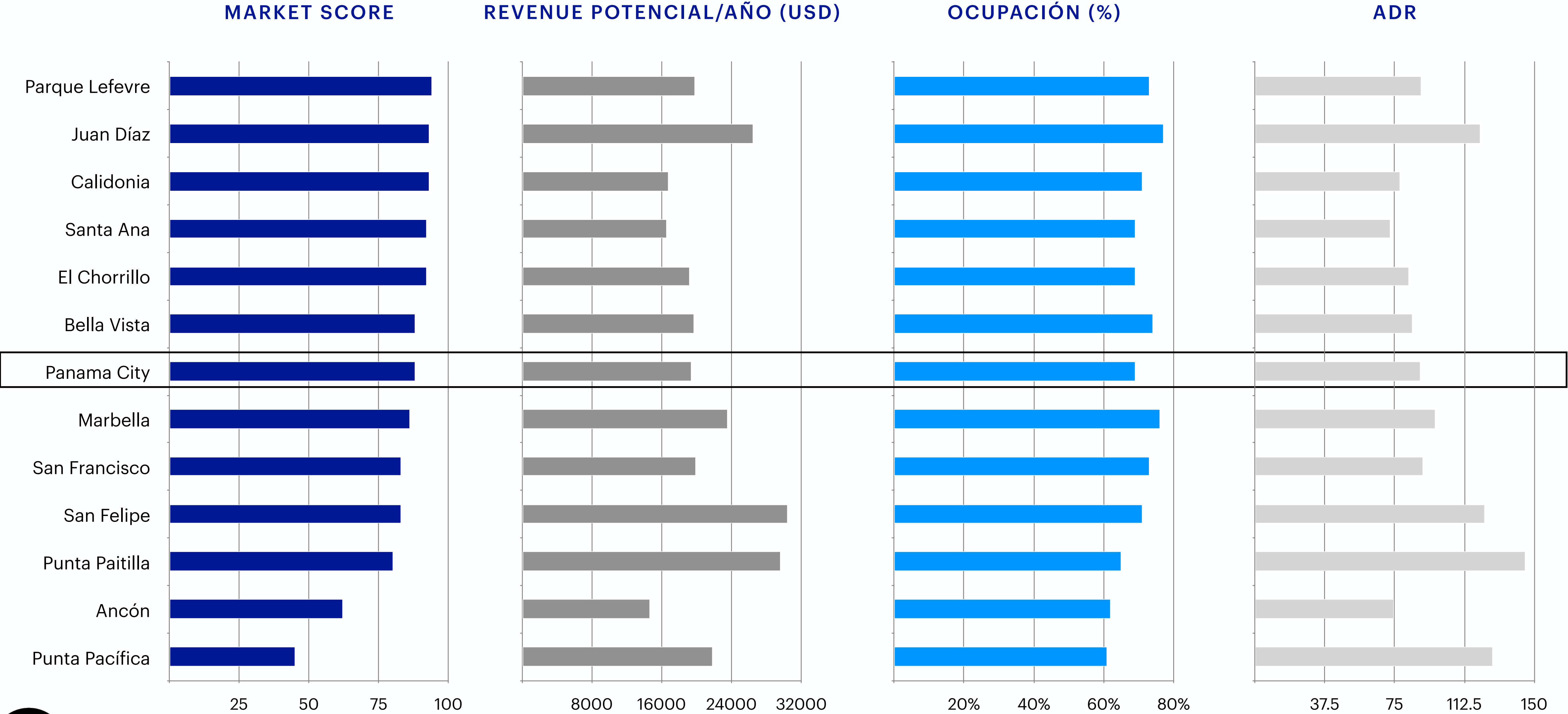
RevPAR: HACE 12 MESES VS. HOY



LECTURA CLAVE

Score de estacionalidad de 95/100 (sobre un score general de mercado de 100/100) indica que, aunque hay temporada alta (feb) y baja (sept), el patrón es estable y predecible año tras año, favorable para planificar precios dinámicos y proyectar ingresos.

Los 13 submercados de Panamá



Market Score: score compuesto de AirDNA (demanda, revenue, estacionalidad, regulación) por submercado. Fuente: AirDNA (consultado jul-2026).



Insights Estratégicos - Renta Corta

Panamá ofrece un mercado estable para renta de corta estancia.

Market score: de 88% habla de una demanda consolidada, y un mercado atractivo de corta estancia.

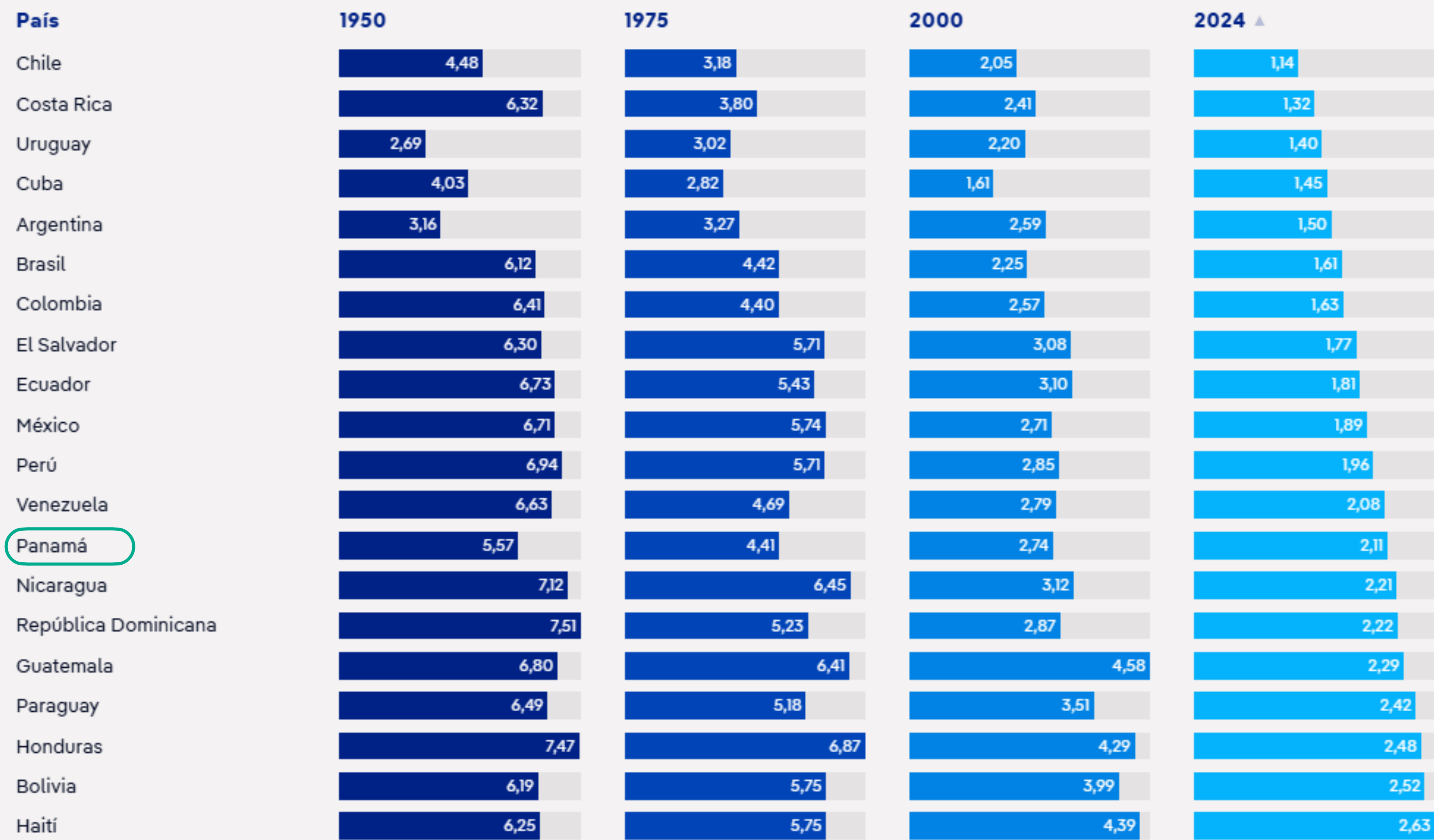
Ocupación: 69% desempeño solido. La propiedad esta ocupada 252 noches del año.

ADR: 88.90 refleja un promedio saludable para un apartamento bien ubicado.

Ingreso potencial: anual \$19400, equivale a un ingreso bruto mensual de \$1617 mes antes de gastos

Tasa de fecundidad por país en América Latina y El Caribe

1950-2024



 Fuente: Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas CEPAL 2025

Fuente: <https://laprensademonagas.com/cada-vez-menos-nacimientos-en-america-latina-venezuela-registra-un-promedio-de-208-hijos-por-mujer/>

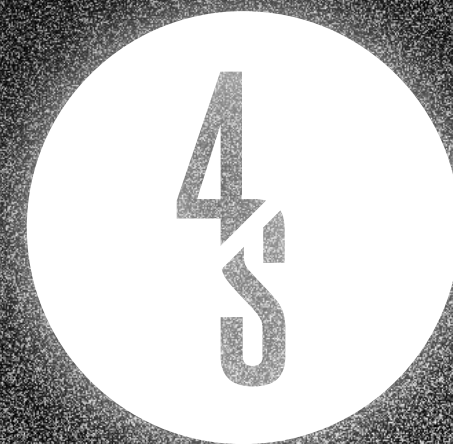
A Futuro.....

Dado que Panamá ha tenido una reducción en la tasa de fecundidad en los últimos 74 años. De 5.57 hijos por mujer en 1950 paso a 2.11 hijos por mujer en el 2024.

Panamá paso de familias numerosas a familias pequeñas. Estamos en el nivel mínimo necesario para que una población mantenga estable sin depender de inmigración.

En los próximos 10 años habrá:

- Menos demanda futura de viviendas grandes 3 o 4 recamaras
- Aumentara demanda de unidades pequeñas 1 y 2 habitaciones
- Desarrollos flexibles, bien ubicados, y con amenidades que complementen el espacio reducido de los apartamento
- Necesidad de desarrollar producto para una población que envejece



**REAL
ESTATE
FORESIGHT**



Regional Partner
Centroamérica & Caribe

4S Real Estate

**Monique
de
Céspedes**

Mobile +507 6450 0937

monique.cespedes@4Srealestate.com
