

EDICIÓN 15

INVESTOR LIFESTYLE

OCTUBRE / NOVIEMBRE 2024

www.investor.com.pa

JORGE VALLARINO M. CEO DE GLOBAL BANK

30 AÑOS APOSTANDO POR
LA BANCA PANAMEÑA



EMBLEMA CON LA CORONA DE ROLEX



DÍA DE LA SEMANA COMPLETO

ROLEX



CALIBRE 3255





PRESTIGIO Y EXCELENCIA

Elegido por presidentes, líderes mundiales y visionarios. Se presentó en 1956, y fue el primer reloj en mostrar la fecha y el día de la semana completo. Disponible solo en oro de 18 quilates o platino, y en 26 idiomas diferentes, sigue dando continuidad a su legado como símbolo del éxito. **El Day-Date.**

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40
EN ORO BLANCO DE 18 QUILATES

DISTRIBUIDOR OFICIAL ROLEX



BRAZALETE PRESIDENT



ZEGNA

MADS MIKKELSEN
IL CONTE JACKET



PINOALTO
BOQUETE COUNTRY CLUB

Invierte en una propiedad que te permita **generar ingresos** por **rentas vacacionales** y tener un **lugar para relajarte y descansar.**

Luego de éxito en ventas fase I
GRAN LANZAMIENTO FASE II



Condo Suites desde 98 m²
¡Proyecto en construcción!

 Boquete - Chiriquí



video Pinoalto



empresasbern.com



+507 6679-2204

info@empresasbern.com

en esta edición

16 THE LIST: VINOS
En la milla de oro de La Rioja

26 THE LIST: VALORES
Un movimiento que inspira y conecta

42 ABOUT
Chris Lenz: Apostando por el istmo

52 PROTAGONISTA
Jorge Vallarino M. Un líder entre la innovación y la tradición

64 TENDENCIAS
Rolex Perpetual Planet: Explorando y protegiendo el planeta

74 INVESTOR BUSINESS
Subastas, honor y gloria

84 INVESTOR BUSINESS
La Cumbre que transforma el turismo de aventura

96 LIFESTYLE
Reapertura de Tory Burch en Multiplaza

98 OPINIÓN
Así y Así



58
TENDENCIAS
La moda se apodera del Casco



22
THE LIST: TRADICIÓN
El agua que cautivó al mundo cumple 125 años



90
LIFESTYLE
#NICKYDIDWELL



63
TENDENCIAS
La emblemática Pantera toma forma de bolso



94 LIFESTYLE
20 años de innovación inmobiliaria



POTENCIA INFINITA EN CADA RECORRIDO



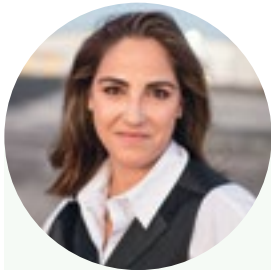
LX



COTÍZALO AQUÍ
TE ESPERAMOS EN
LEXUS SHOROOM
COSTA DEL ESTE



LA HORA DE PANAMÁ



PATRICIA ARAMBURÚ
patricia@investor.com.pa

Cada vez que hablo de Panamá, siento un orgullo que no puedo describir completamente con palabras. Como bien dice Mónica Guzmán en su columna de esta edición, somos “multimillonarios de vivir en esta tierra” y más afortunados aún de llamarla nuestra nación. No podría estar más de acuerdo.

Panamá es mucho más que un canal. Su valor no está solo en sus paisajes o su posición estratégica, sino en lo que representa para quienes vivimos aquí. Nuestro pasaporte, como dice Mónica, es tan exclusivo gracias a nuestro “oro verde”, como el de Mónaco o Dubái lo es por sus lujos y extravagancias. La diferencia es que nuestro tesoro es natural, vivo, y está aquí para todos los que quieran descubrirlo.

Lo que estamos viendo ahora es solo el principio de una década que promete mucho para Panamá como destino turístico. Nos hemos convertido en un lugar que llama la atención del mundo, no solo por nuestra infraestructura moderna, sino por ese espíritu auténtico que proyectamos, esa mezcla de culturas, de aventuras y de naturaleza. Pero, este auge no puede suceder sin cada uno de nosotros. Panamá nos necesita a todos para brillar y para seguir creciendo como marca y como destino.

Promover nuestra “tierrita”, como decimos con cariño, es más importante que nunca. Donde quiera que vayamos, llevemos el nombre de Panamá en alto. Compartamos lo que tenemos: un país lleno de vida, riqueza y, sobre todo, de oportunidades. Este es nuestro momento. Depende de todos nosotros que Panamá brille.



Jorge E. Vallarino M., el protagonista de esta edición, recibió a Investor Lifestyle en su despacho de la casa matriz de Global Bank, que lidera como CEO y que este año celebra su 30 aniversario.

Paty

DIRECTORA DE CONTENIDO
Patricia Aramburú

COLABORADORES Y
COLUMNISTAS

Oscar Castaño Llorente
Matías Morales
José Ramón Mena
Raúl Altamar Arias
Marian Franco Cruz
Mónica Guzmán Zubieta

EDITOR DE DISEÑO
Ricardo Bermúdez

DISEÑO EDITORIAL
Ricardo Bermúdez
Selene Márquez

FOTOGRAFÍA
Aris Martínez

BANCO DE IMÁGENES
Unsplash

REDES SOCIALES
Tesla Pescetto

COLOR DIGITAL
Mauricio Arias

CORRECCIÓN
Edubenis Sánchez

♦
GERENTE DE MARKETING
Mónica Guzmán Zubieta

GERENTE DE PUBLICIDAD
Iris De León
IRISDELEON@INVESTOR.COM.PA

COORDINADOR GENERAL
Matías Morales

♦
INSTAGRAM
@INVESTORLIFESTYLEMAGAZINE

PÁGINA WEB
WWW.INVESTOR.COM.PA

♦
DISTRIBUCIÓN
Inserción sectorizada en diario
La Prensa / Distribución propia
Hoteles / Consultorios médicos
Bancos / Oficinas corporativas
Malls / Clubes / Spas
Coffee Shops

♦
IMPRESA
Casa Editorial El Tiempo
Bogotá, Colombia

♦
Investor Lifestyle Magazine es
una publicación bimestral de
Grupo Investor Lifestyle S.A.

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción, sin autorización escrita del titular. La redacción no se hace responsable de las opiniones vertidas por los autores de los trabajos publicados.

Disfruta cada Kilómetro en tu auto nuevo



Aplica aquí



Te brindamos atención personalizada
y excelentes condiciones de
financiamiento para tu auto.

**Solicita tu préstamo o leasing
con nosotros**

T. 204- 9000 | @metrobankpanama
Punta Pacífica | Calle 50 | ZL Colón | David



MetroBank
ES CONFIANZA

‘Dracarys’

GAZTELUGATXE, O ROCADRAGÓN PARA LOS 'FANS' DE 'GAME OF THRONES', ES EL DESTINO PERFECTO PARA LOS QUE BUSCAN HISTORIA, AVENTURA Y PAISAJES ÉPICOS.

SI ERES FANÁTICO DE 'GAME OF THRONES', LO MÁS SEGURO ES QUE RECONOZCAS ESTE FAMOSO ISLOTE: su nombre es Gaztelugatxe y proviene de las palabras en euskera gaztelu (castillo) y aitz (roca), que se podría traducir como "castillo de roca". Sin embargo, en la cultura popular se le conoce como Rocadragón, por su protagonismo en la serie, que lo ha convertido en una visita imperdible en el País Vasco.

Conectado con la costa por un rústico puente de piedra, este lugar ofrece vistas espectaculares del mar Cantábrico y está protegido por su rica biodiversidad, lo que resulta en un destino obligado para turistas y peregrinos. En la cima de

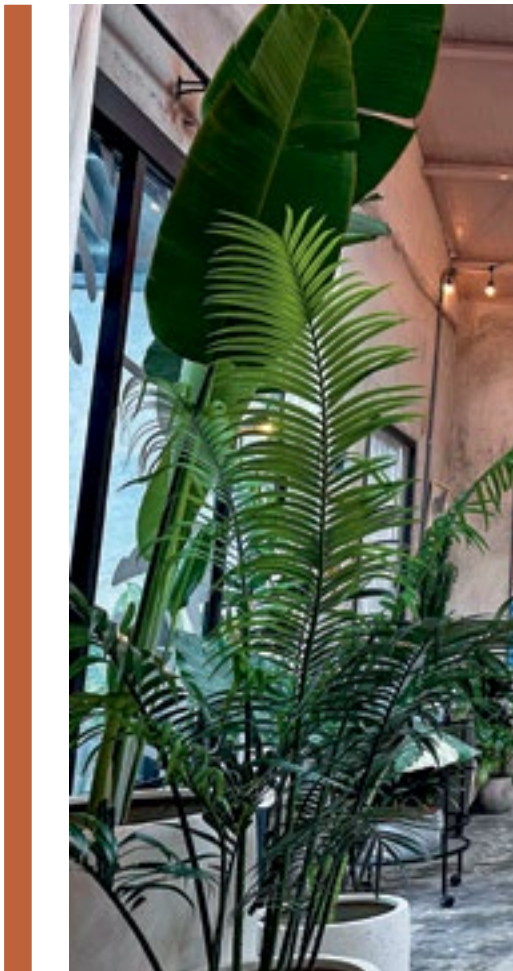
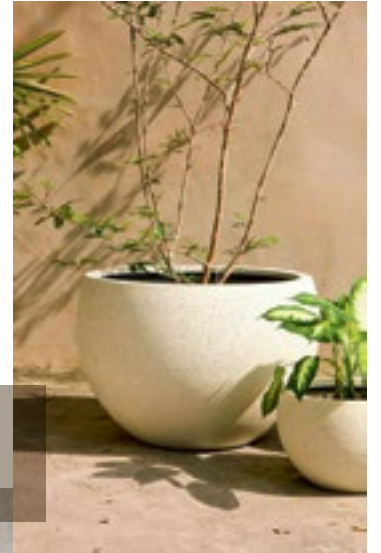
la roca está ubicada una ermita dedicada a san Juan Bautista. Para llegar, los visitantes deben caminar unos 2 kilómetros por un sendero para luego subir 241 escalones que serpentean por el puente de piedra. La caminata es bastante empinada, pero las vistas panorámicas del mar Cantábrico hacen que el esfuerzo valga la pena.

La entrada a Gaztelugatxe es restringida en ciertas épocas del año debido a su popularidad y para proteger el entorno natural del islote. Es necesario reservar con antelación para acceder, especialmente durante la temporada alta de turismo.

Foto por: **Unsplash**



wallpaper





@mamajungla

TRANSFORMANDO ESPACIOS CON

EL TOQUE VERDE

Mamá Jungla nació en plena pandemia, cuando el deseo de reconectar con la naturaleza desde casa cobró mayor relevancia. Anabella Fernández (diseñadora de interiores), Michelle Meléndez (dueña de un vivero) y Teresita Fernández (arquitecta) vieron una oportunidad y decidieron unir sus pasiones por el diseño, las plantas y los espacios. Empezaron con una tienda *online* especializada en potes en diciembre de 2020. Con el tiempo, el proyecto creció hasta convertirse en una comunidad dedicada al bienestar a través de la integración de la naturaleza en los hogares.

El nombre, "Mamá Jungla", refleja esta visión: "mamá" evoca el cuidado de la madre tierra, y "jungla" representa la diversidad y lo imperfecto de la naturaleza. Las fundadoras creen que las plantas no solo mejoran los espacios, sino que transforman la vida de quienes las cuidan. Mamá Jungla ofrece una amplia gama de servicios que van desde la venta de potes y plantas, hasta proyectos de diseño comercial, *plant styling* para hogares y negocios, y asesorías personalizadas.

Uno de los mayores retos al inicio fue educar a los clientes sobre cómo integrar plantas sin que se sintieran abrumados. La



clave ha sido hacer recomendaciones basadas en el clima, luz y estilo de vida de cada cliente, y ofrecer guías de cuidado para cada proyecto.

Con la evolución de la marca, Mamá Jungla ha inaugurado su tienda física en San Francisco. Para el futuro, planean seguir innovando siempre con el enfoque en el bienestar, diseño y conexión con la naturaleza.



Nuestro servicio favorito es el de 'plant styling', en el que intervenimos tu espacio, ya sea en casa o negocio, totalmente curado para ti".



ESCANEA AQUÍ
PARA VER MÁS





TORRE DE OÑA EN LA MILLA DE ORO DE LA RIOJA

FUNDADA EN 1985 POR EL EMPRESARIO CUBANO LEANDRO ÁVILA Y ACTUALMENTE PARTE DEL GRUPO RIOJA ALTA, TORRE DE OÑA ES UNA BODEGA 'BOUTIQUE' QUE DESTACA POR SU ELEGANCIA Y SU ENFOQUE EN LA EXCELENCIA. LA EXPERIENCIA DE LA VISITA, JUNTO CON LA CATÁ DE LOS VINOS FINCA SAN MARTÍN Y FINCA MARTELO, DEMUESTRA EL COMPROMISO CON LA TRADICIÓN Y LA MODERNIDAD EN CADA BOTELLA.

Texto y fotos por JOSÉ RAMÓN MENA

Fue en 1985 cuando don Leandro Ávila, empresario de origen cubano, se enamoró de La Rioja, uno de los lugares más representativos y conocidos en el mundo por su tradición y conexión con la cultura del vino, e inició la tarea de hacer realidad su sueño: ser propietario de su propia bodega. Con la colaboración de socios y amigos de la zona, adquirió parcelas con excepcionales viñedos y comenzó la construcción de una casa señorial, que durante años fue su hogar familiar, y de una bodega que combinaría tradición con tecnologías innovadoras.

El proyecto dio sus frutos y en 1992 salió el primer vino bajo la etiqueta de la nueva bodega. Solo unos pocos años



FINCA SAN MARTÍN

Todo el espíritu joven de una tierra única, determinada por un ciclo vegetativo largo y maduraciones fenológicas perfectas. Ofreció vinos de gran intensidad aromática, muy buen equilibrio de grado y acidez y muy aptos para largas crianzas. Embutidos, picoteos, entrantes, primeros platos contundentes y carnes en general.



FINCA MARTELO

Nace en el viñedo homónimo de Torre de Oña, en el corazón de Rioja Alavesa, con una diversidad natural de las variedades: 95% tempranillo y un 5% de mazuelo, garnacha e incluso viura. Vino ideal para la gastronomía por su estructura y elegancia. De trago largo, marida con carnes estofadas y asadas, así como con caza y embutidos curados.



después (1995), un emblemático grupo bodeguero, como Rioja Alta, adquirió Torre de Oña a la familia Ávila. Esta peculiar historia despertó mi interés por conocer más acerca de esta bodega, que reúne ingredientes tan variados como el emprendimiento de un empresario foráneo enamorado de una tierra, unos viñedos de calidad incuestionable y el saber hacer de un grupo tan importante y reconocido como Rioja Alta, que supo identificar el potencial de esta joya vinícola.

Nuestra experiencia fue excepcional desde el primer contacto con Marta Sáenz, del equipo de relaciones públicas, y Samuel Fernández, responsable de comunicación, quienes se pusieron amablemente a nuestra disposición para coordinar y guiarnos durante la visita. Torre de Oña, situada en lo que se conoce como "la Milla de Oro



Finca San Martín y Finca Martelo son el reflejo de la visión de Torre de Oña: vinos que conjugan modernidad y tradición en cada sorbo, y que transportan al paladar los sabores únicos de la Milla de Oro de La Rioja.



Los viñedos de Torre de Oña, enmarcados por la sierra de Cantabria, producen algunas de las uvas más exclusivas para la elaboración de sus vinos modernos y elegantes.



de La Rioja", cerca de la ciudad de La Guardia, goza de un entorno privilegiado. A 600 metros sobre el nivel del mar y con un microclima protegido por la sierra de Cantabria, las uvas de sus 65 hectáreas de viñedos, principalmente de tempranillo y mazuelo, se usan exclusivamente para producir sus vinos, con una filosofía similar a la de los vinos de pago o *château*.

Una vez más, recorrimos las carreteras de La Rioja y nos adentramos entre viñedos hasta llegar a nuestra cita, donde Marta nos esperaba con gran entusiasmo. Durante la visita, paseamos por los viñedos que rodean la bodega, mientras Marta nos detallaba no solo la historia de Torre de Oña, sino también la calidad de sus viñedos y por qué de ellos se producen algunos de los vinos más modernos de Rioja Alta.

Finca San Martín y Finca Martelo, claramente identificables por los antiguos mojones de piedra tallada que delimitan cada una de ellas, dan nombre a los vinos actuales de la bodega. A pesar de que la casa señorial y el entorno transmiten un ambiente clásico, al entrar en la bodega se percibe una sofisticación moderna que genera en el visitante la sensación de estar en una "bodega boutique" donde la excelencia y el cuidado por los detalles son evidentes en cada estancia.


Como nos explicó Marta, la inversión en busca de la excelencia se nota en todas las instalaciones, pero lo que más me impresionó fue la transición entre elegancia, modernidad y vanguardia técnica en cada sala.

Al final del recorrido, nos llevaron a un



jardín contiguo donde, aprovechando el día veraniego, nos habían preparado una cata especial de Finca San Martín y Finca Martelo. El entorno y el cuidado de los detalles hicieron que el final de la visita se convirtiera en una experiencia enoturística inolvidable. Además, nos deleitaron con unos entrantes preparados en la cocina privada de la bodega, que sirvieron de acompañamiento perfecto.

El crianza Finca San Martín, elaborado con uva 100 % tempranillo, es versátil y excelente para cualquier ocasión. De color rojo intenso y brillante, evoca recuerdos de frutos rojos y chocolates, con un sabor fresco y suave en boca. Finca Martelo, con 94 puntos Parker, es un vino elegante y estructurado, elaborado con 95 % tempranillo y 5 % mazuelo. De color rojo rubí intenso, con aromas de mora y toques de pimienta, es refinado y perfecto para acompañar carnes y embutidos curados.

En definitiva, nuestra visita a Torre de Oña no sólo no defraudó, sino que se convirtió en una experiencia formidable. Fuimos testigos de la historia y cultura del vino desarrollada con la pasión de antaño, pero con una nueva filosofía que fusiona experiencias. Esta bodega y sus vinos son, sin duda, una garantía de calidad. Nos quedamos con la impresión de que apenas están empezando a escribir su historia, y que pronto sabremos más de ellos. 

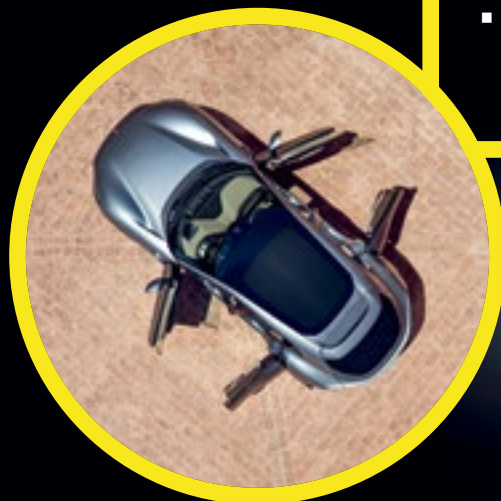


La cata al aire libre en el jardín de la bodega Torre de Oña nos permitió disfrutar de los vinos Finca San Martín y Finca Martelo en un entorno incomparable.



FERRARI PUROSANGUE: EL SUV DEL CAVALLINO RAMPANTE

EL FERRARI PUROSANGUE MARCA UN ANTES Y UN DESPUÉS PARA LA MARCA ITALIANA. ESTE ES EL PRIMER SUV DE LA HISTORIA DE FERRARI, Y AUNQUE ROMPE CON LA TRADICIÓN DE SUS DEPORTIVOS BIPLAZA, MANTIENE INTACTA LA ESENCIA DEL CAVALLINO RAMPANTE: VELOCIDAD, LUJO Y POTENCIA EXTREMA.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

- **Motor V12 atmosférico:** Desarrolla 725 CV con un motor 6.5 litros para un rendimiento sobresaliente.
- **Velocidad máxima:** Alcanza 310 km/h, convirtiéndose en uno de los SUV más rápidos.
- **Aceleración impresionante:** De 0 a 100 km/h en sólo 3.3 segundos.
- **Tracción integral:** Sistema 4x4 para equilibrar la potencia y mejorar la maniobrabilidad.
- **Capacidad del maletero:** Espacioso maletero de 473 litros, que combina lujo y practicidad.





DISEÑO ICÓNICO

Ferrari mantiene su lenguaje de diseño característico en el Purosangue, con líneas agresivas y aerodinámicas. El SUV tiene una silueta elegante, que integra la estética deportiva de la marca con la versatilidad que exige este tipo de vehículo.



PERSONALIZACIÓN EXCLUSIVA

Los propietarios del Purosangue pueden elegir entre una amplia gama de opciones de personalización tanto en el exterior como en el interior, desde colores hasta materiales exclusivos, garantizando que cada vehículo sea verdaderamente único.



TECNOLOGÍA AVANZADA

Con la integración de un sistema de suspensión adaptativa y control de estabilidad mejorado, el Purosangue asegura un manejo deportivo sin comprometer la comodidad, haciendo de cada trayecto una experiencia inolvidable.





EL AGUA QUE CAUTIVÓ AL MUNDO CUMPLE 125 AÑOS

S.Pellegrino celebra su 125 aniversario con una edición especial de su botella y una serie de eventos globales que conmemoran su legado. La marca, que comenzó en una pequeña ciudad italiana, ha recorrido un largo camino para convertirse en un emblema de la gastronomía mundial.





Texto y fotos CORTESÍA

Era el año 1906 cuando S. Pellegrino se presentó al mundo como un producto excepcional, en la prestigiosa Exposición Internacional de Milán, y ganó rápidamente un lugar en la alta sociedad europea.

La exposición, conocida por resaltar lo mejor de la innovación y la cultura global, fue el escenario perfecto para que la icónica agua mineral italiana demostrara que no solo era una bebida, sino un símbolo de elegancia y buen gusto. Este evento marcó el comienzo de una relación duradera entre S. Pellegrino y la alta gastronomía, una historia que, 125 años después, sigue viva en las mejores mesas del mundo.

DE TERME AL MUNDO

El origen de S. Pellegrino se remonta a 1899, cuando la Società Anonima delle Terme di San Pellegrino decidió embotellar el agua mineral de las termas de San Pellegrino Terme, una pequeña ciudad en

los Alpes italianos famosa por sus aguas curativas. Desde sus inicios, esta agua se valoró no solo por sus beneficios naturales, sino por su sabor único y equilibrado, que la convirtió en un complemento perfecto para la alta cocina.

Durante las primeras décadas del siglo XX, S. Pellegrino comenzó a conquistar mercados internacionales, exportando su agua a países como Estados Unidos, Brasil, Egipto y Australia. La aceptación en estas tierras lejanas no fue casual; se debió a la percepción de que S. Pellegrino representaba lo mejor de la cultura y el estilo de vida italiano.



Desde sus inicios, esta agua se valoró no solo por sus beneficios naturales, sino por su sabor único y equilibrado, que la convirtió en un complemento perfecto para la alta cocina.



INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN

En 1932, S. Pellegrino dio un paso audaz al lanzar su primera bebida saborizada: la Aranciata, hecha con agua mineral y jugo de naranja siciliana. Este producto fue un éxito inmediato y marcó el inicio de una serie de bebidas que, hasta el día de hoy, forman parte del portafolio de la marca.



La década del 50 trajo consigo otro avance clave: la introducción de las botellas de vidrio verde, que hasta la fecha son sinónimo de elegancia y calidad. Además, la marca siguió expandiendo sus operaciones, fundando la empresa Acqua Panna en la Toscana.

UN LEGADO INIGUALABLE


El legado de S. Pellegrino no se limita a su agua mineral. A lo largo de su historia, ha forjado una relación particular con la alta cocina. Es patrocinador de algunos de los eventos gastronómicos más importantes del mundo, como The World's 50 Best Restaurants y la S. Pellegrino Young Chef Academy, una iniciativa que impulsa a jóvenes talentos de la gastronomía global.

Este compromiso ha permitido que la

marca mantenga su lugar de privilegio en las mesas más exclusivas del mundo. Su agua no es solo una bebida, sino un símbolo de sofisticación y buen gusto, el acompañamiento ideal para las experiencias culinarias más refinadas.

HISTORIA Y TRADICIÓN

Con su inigualable proceso natural —en el que el agua viaja durante más de 30 años a través de las rocas de los Alpes y se enriquece con minerales— S. Pellegrino sigue siendo un referente de calidad. Cada botella cuenta una historia de paciencia, dedicación y tradición.

Este aniversario no solo celebra el pasado, sino también el futuro. Con su mirada puesta en la innovación y la sostenibilidad, S. Pellegrino sigue en constante evolución y mantiene su compromiso con la excelencia mientras abraza los desafíos de los tiempos modernos. 

S. PELLEGRINO A TRAVÉS DEL TIEMPO

1899: Se funda la Società Anónima delle Terme di San Pellegrino y comienza la embotellación de agua mineral en San Pellegrino Terme, Italia.

1906: S. Pellegrino participa en la Exposición Internacional de Milán, consolidándose así como un producto de excelencia.

1908: La marca comienza a exportar su agua mineral a mercados internacionales, incluyendo destinos como Egipto, Estados Unidos y Brasil.

1932: S. Pellegrino lanza su primera bebida saborizada, la Aranciata, hecha con agua mineral y jugo de naranja siciliana.

1950s: Se introducen las icónicas botellas de vidrio verde, símbolo de elegancia que siguen siendo un emblema de la marca.

1957: S. Pellegrino adquiere la marca Acqua Panna en la Toscana, expandiendo así su portafolio de aguas minerales.

1997: Nestlé adquiere S. Pellegrino y refuerza su presencia global y distribución.

1999: S. Pellegrino celebra su centenario con el lanzamiento de una edición especial de su botella, con lo que reafirma su compromiso con la gastronomía internacional.

2010: Las ventas globales de productos S. Pellegrino alcanzan mil millones de botellas en un solo año.

2015: Se lanza la S. Pellegrino Young Chef Academy, una iniciativa global para apoyar a jóvenes talentos culinarios.

2024: S. Pellegrino celebra 125 años.





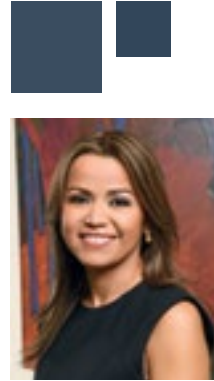

ALESSI
JOYEROS

Área Bancaria, Av. Ricardo Arias y calle 52
(507) 264-1126 (507) 6493-5126

Casco Antiguo, frente al Hotel La Compañía
(507) 379-3901 / 3920

Instagram: @alessijoyeros

Panamá en Positivo es una plataforma creada en 2012 por Marisol Guizado, con el propósito de promover un cambio positivo en la sociedad. Desde entonces, ha sido un referente de inspiración y motivación que contribuye a enaltecer acciones que promuevan y siembren esperanza en la comunidad.



UN MOVIMIENTO QUE INSPIRA Y CONECTA



Este año, Panamá en Positivo celebra su décima gala con un jurado de lujo, conformado por 18 figuras conocidas, empresarios y profesionales, líderes de distintos sectores del país.



Lo que comenzó como un programa de radio, se ha convertido en una plataforma que promueve buenas noticias y destaca acciones positivas en la comunidad.



Por **PATRICIA ARAMBURÚ**
Fotos **CORTESÍA**

Con más de once años de trayectoria, Panamá en Positivo ha fomentado el emprendimiento, la educación y el *networking* con propósito. Lo que comenzó como un programa de radio con Marisol Guizado como presentadora, transmitido por Wao 971/2, rápidamente captó la atención de personas influyentes que compartían buenas noticias y experiencias positivas en la comunidad. Hoy, este espacio no solo continúa al aire, sino que ha evolucionado hacia una plataforma integral y se ha consolidado como un movimiento que ha dejado una huella indeleble en la sociedad.

En sus 12 años de evolución, la plataforma ha conectado a diversos actores de la sociedad panameña, destacando el impacto de aquellos que, desde distintas áreas, están generando cambios significativos. Se ha convertido en un espacio en el que empresas y personas encuentran inspiración y apoyo para liderar con una mentalidad positiva.

Al inicio, “uno de los principales desafíos fue superar el escepticismo”, recuerda Guizado, su fundadora. La clave para avanzar, asegura, fue rodearse de personas que compartían la fe en el potencial de lo positivo. Este enfoque ha sido esencial para enfrentar los retos y avanzar con pasión.



NOMINADOS PARA PREMIOS PANAMÁ EN POSITIVO 2024

ARTISTA EN POSITIVO:

María Alejandra Branca @labaterista507
Señor Loop @senorloop
Los Dollies @losdollies
Kenny y Kiara @kennyykiaraoficial
Jhonthan Chávez @jhonthanchavezoficial

JUVENTUD EN POSITIVO

Monique Amado, Cumple con Causa
@cumpleconcausa
Andrea Pinzón Banfield @baran.blu
Abdul Gaviria @abdulgaviria
Marcos Peñaranda @mp.arquitectura1
Kevin Chong @22Distribuidora

ONG EN POSITIVO

Fundación Comunidad Doojo @comunidaddoojo
Caravana de Asistencia Social @caravanasocial
Huellas de Ángel @huellasdeangelpanama
Nutrehogar Nacional @nutrehogar
Fundación Mai @fundacionmaipity

MEDIO DIGITAL EN POSITIVO

Tráfico Panamá @traficocpanama
El Chotin @elchotin.xyz
CocoasNet @cocoas_netpty
Praxis @praxispty
Flow La Musica @flowlamusicaoficial

EMPRENDIMIENTO EN POSITIVO

Black Dog @blackdogpanama
Tío Yeyo @tio_yeyo
Samar Ajram @eyeconicbysam
Fonda Tiki @fonda_tiki
Taylin Luzcando @effluzpreemiesandtwins

EMPRESA EN POSITIVO

Arrocha @farmarrocha
Melo @melopetandgarden
Carnes de Cocle @americanstarpanama
Cerro Punta @cerropuntasa
Ricardo Pérez, S.A. @toyotapanama

ARTE Y CULTURA EN POSITIVO

MAC Panamá @mac_panama
Mario Saldaña @mariopty77
Tony Vergara @tonyverguera
Lázaro Abraham Pérez @elfrikideloslibros_
Sergio Smith @madmagos

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN POSITIVO

Istmo @istmo.co
Ever Go @evergo_pa
Eco paper | Papel plantable @ecopaper_pa
Panama Compost @panamacompost
Recimetal @recimetal

AGENTE DE CAMBIO EN POSITIVO

Elmis Castillo @elmiscastillo
Reina Medaglia @queenmedaglia
Pituka Ortega Heilbron @pitukaoh
Sara Omi @sara.omic
Caroline Freire @cfreiresamudio

DEPORTISTA EN POSITIVO

Hillary Heron @hillyheron
Karlas Navas @karlanavas27
Amir Murillo @amirmurillo
Chema Caballero @chemacaballero
Cristoff Jurado @cristoffjurado

PAÍS AMIGO EN POSITIVO

Marruecos
El Salvador
Turquía
Italia
México

COMUNICADOR EN POSITIVO

Marelissa Him @marelissa
Rodney Clark @elchombo_official
Caroline Schmitt @carolinepanama
Guillermo Ruiz @guillermo.ruiz.q
@manana_ancon @radioanconpa
Miguel Remón @miguelremon

TURISMO EN POSITIVO

Panamá al Natural @panamaalnatural
Red Sostur Panama @redsostur
Altieri Specialty Coffee @altieri.coffee
Eco Venao @eco_venao
Panama Kare @panamakare





Pide tu Préstamo de Auto

Global TAP 100% digital y en minutos hazlo realidad



Tasa promocional y letras muy atractiva



Plazo hasta 110 meses



Paga tu primera letras en 3 meses



Póliza de auto con 3 meses de cashback



Firma digital



Abono al 0% a 12 meses con tu Tarjeta de Crédito

Solicítalo aquí



Primero la gente



GLOBAL
BANK



Estos premios no solo celebran los logros de individuos y organizaciones, sino que también nos recuerdan que todos podemos ser agentes de cambio y trabajar siempre por un Panamá en Positivo”, manifiesta Marisol Guizado, fundadora de la plataforma, quien, a pesar de los desafíos personales, encontró en este proyecto la fortaleza para transformar su realidad y contribuir al bienestar del país. “De los momentos difíciles siempre surgen las mejores cosas”, afirma con gratitud”.




Cada año más empresarios se suman a esta iniciativa de promover lo positivo y hacer negocios basados en valores que dejen una huella.

UNA DÉCADA POSITIVA

Entre los logros más destacados de este año se encuentra la celebración de la décima gala de los premios Panamá en Positivo. En este evento se premia a los ganadores en distintas categorías creadas por la plataforma. Esta edición será un homenaje al trabajo de la fundación dedicada a la resocialización de mujeres privadas de libertad. Desde el lanzamiento del libro Voces de Resiliencia, escrito por nueve reclusas, hasta la colaboración con Modart, los proyectos relacionados con exámenes de la vista y la participación en actividades deportivas, han sido parte de un sueño colectivo que sigue cobrando fuerza.

El proceso de nominación de los premios Panamá en Positivo, realizado a principios del año, permitió que cualquier persona o empresa nominara a candidatos e iniciativas en diversas categorías. Los finalistas fueron seleccionados por un jurado conformado por Julio De La Lastra, Ignacio Mallol, Juan Octavio Díaz, Roberto Mendoza, Itai Bardov, Aimeé Sentmat, María Fábrega, Gustavo Rodríguez, Ivette Franco, Fanny Márquez, Aurelio Barría, Mirei Endara, Marcela Galindo, Miguel Bolinaga, Virginia Matos, José Mena, Enrique Clément, Maribel Gamallo e Ilya Espino de Marotta.

“Panamá en Positivo promueve valores fundamentales como el amor, la humildad y la generosidad, esenciales para multiplicar el impacto positivo en la sociedad”, reafirma Guizado, orgullosa de lo que han logrado en estos años. “Hemos podido ayudar a innumerables personas a descubrir y abrazar su misión de vida, creando un círculo de apoyo que sigue creciendo”.

Con la filosofía de “Siembra positividad y cosecharás felicidad”, esta plataforma se ha consolidado como un espacio integral que inspira a la comunidad a marcar la diferencia y a construir un mejor Panamá para las futuras generaciones. 



“Después de 12 años de arduo trabajo, el público está empezando a comprender y apreciar el concepto de Panamá en Positivo”, afirma con orgullo su fundadora.

Bringing our sparkles
for *125 years.*

S. PELLEGRINO®

**125
YEARS**



 Felipe Motta

f @ www.felipemotta.com

EL PAÍS VASCO EN SIETE DÍAS

De Bilbao AL CANTÁBRICO

ESTE VIAJE ES MUCHO MÁS QUE SOLO UN PASEO POR EL NORTE DE ESPAÑA; ES UNA VERDADERA INMERSIÓN EN LA CULTURA Y GASTRONOMÍA VASCA. CADA PARADA OFRECE UNA EXPERIENCIA ENRIQUECEDORA Y DESVELA LA MÍSTICA E HISTORIAS QUE HACEN DE ESTA REGIÓN UN LUGAR ESPECIAL.

Por **PATRICIA ARAMBURÚ**
Fotos **UNSPASH**

Una tarde nublada de mediados de julio aterrizamos en Bilbao, listos para iniciar nuestra aventura por el País Vasco y las joyas del Cantábrico. Aunque era pleno verano, el clima nos sorprendió con una brisa fresca y cielo gris, lo que nos recordó el carácter único del norte de España.

Bilbao, capital de la provincia y territorio histórico de Vizcaya, en la comunidad autónoma del País Vasco, es una ciudad que se disfruta andando (a pie). Nuestra primera parada fue el icónico Museo Guggenheim, obra maestra de la arquitectura contemporánea que impresiona tanto por su exterior como por las exposiciones que alberga. Pasamos varias horas recorriendo sus galerías, admirando tanto las instalaciones permanentes como las temporales, y quedamos fascinados con la fusión entre arte y tecnología que ofrece. Bilbao fue una combinación perfecta de arte, historia y gastronomía, una ciudad que nos sorprendió en cada esquina y que marcó el inicio perfecto de nuestro recorrido por el País Vasco.

Al tercer día nos dirigimos a San Sebastián, que desde el primer momento me

cautivó y se convirtió en mi lugar favorito del viaje. Donostia, como se le llama en euskera, tiene algo especial: su elegante arquitectura y la calma de sus playas te atrapan. Nuestra primera parada fue la playa de La Concha, que rápidamente se convirtió en una de mis favoritas. No solo es visualmente impresionante, sino que ofrece una experiencia tranquila y perfecta para disfrutar del mar. El agua estaba en condiciones óptimas, con una temperatura ideal, y el ambiente era sereno y respetuoso.

La perla del Cantábrico es también un destino famoso por su alta cocina. Nos adentramos en el casco antiguo para probar los famosos pintxos; allí se destaca el restaurante Atari por su creatividad y calidad. También tuvimos una cena inolvidable en Agorregi Jatetxea, un restaurante con una estrella Michelin. La experiencia fue un festín para los sentidos, una combinación perfecta de sabores y atención al detalle, que permanecerá en mi memoria. Seguro regresaré.

Además de estos maravillosos destinos, conocimos lugares que vale la pena descubrir en la costa cantábrica. A continuación, te comparto un itinerario detallado de nuestra ruta, que destaca lo mejor de cada parada, un recorrido lleno de sorpresas y paisajes inolvidables.



La playa de La Concha en San Sebastián, uno de los destinos más populares y pintorescos de la costa cantábrica.





SAN SEBASTIÁN ME CAUTIVÓ DESDE EL PRIMER MOMENTO. SU ELEGANTE ARQUITECTURA Y LA CALMA DE SUS PLAYAS TE ATRAPAN; LA PLAYA DE LA CONCHA RÁPIDAMENTE SE CONVIRTIÓ EN UNA DE MIS FAVORITAS”.

La concurrida y extensa playa de El Sardinero en Santander, un rincón ideal para pasear y disfrutar de la brisa del Cantábrico.





SUBIR LOS 241 ESCALONES HASTA LA ERMITA DE SAN JUAN DE GAZTELUGATXE NO ES SOLO UN RETO FÍSICO, SINO UNA EXPERIENCIA ESPIRITUAL CON VISTAS QUE TE DEJAN SIN ALIENTO”.



Famoso por ser la ubicación de Rocardragón en 'Juego de Tronos', San Juan de Gaztelugatxe combina belleza natural con un toque de fantasía que atrae a visitantes de todo el mundo.

7 DÍAS POR TIERRA

DÍA 1 Y 2: LLEGADA A BILBAO

- Museo Guggenheim: compra las entradas en línea. Admira su arquitectura y colección de arte contemporáneo.
- Casco Viejo: calles estrechas llenas de bares de 'pintxos', la Plaza Nueva y la Catedral de Santiago.
- Paseo por el corazón comercial de Bilbao, lleno de tiendas, restaurantes y edificios elegantes, como el Palacio de la Diputación y el Hotel Carlton.

DÍA 3: SAN JUAN DE GAZTELUGATXE Y GERNIKA

- Sube los 241 escalones hasta la ermita en San Juan de Gaztelugatxe, una joya natural.
- Visita Gernika y su Casa de Juntas, símbolo histórico del País Vasco.
- Almuerza platos locales como el bacalao al pil-pil.

DÍA 4 Y 5: SAN SEBASTIÁN

- Relájate en la playa de La Concha o camina hasta el Peine del Viento.
- Sube al Monte Igueldo para disfrutar de las mejores vistas de la ciudad.
- Disfruta de 'pintxos' en el casco viejo y cena en un restaurante Michelin como Agorregi Jatetxea o Arzak.

DÍA 6: SANTANDER

- Explora la península de la Magdalena y las playas de El Sardinero y Mataleñas.
- Almuerza mariscos en la zona portuaria.

DÍA 7: RIBADESELLA Y GÜEYU MAR

- Pasea por la playa de Santa Marina en Ribadesella y visita la cueva de Tito Bustillo.
- Almuerza en Güeyu Mar, famoso por sus mariscos a la parrilla.

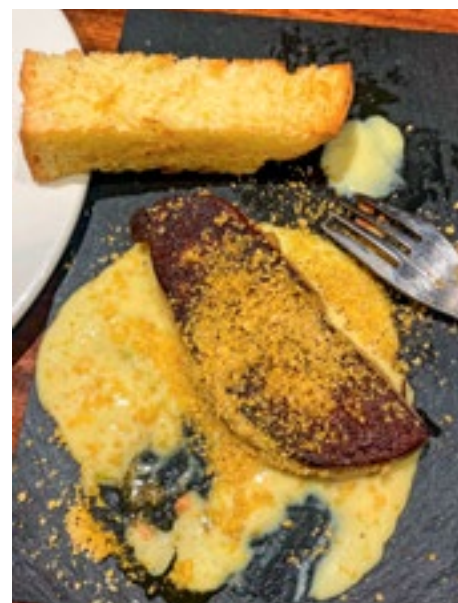


Foto cortesía de Jacob Larrinaga

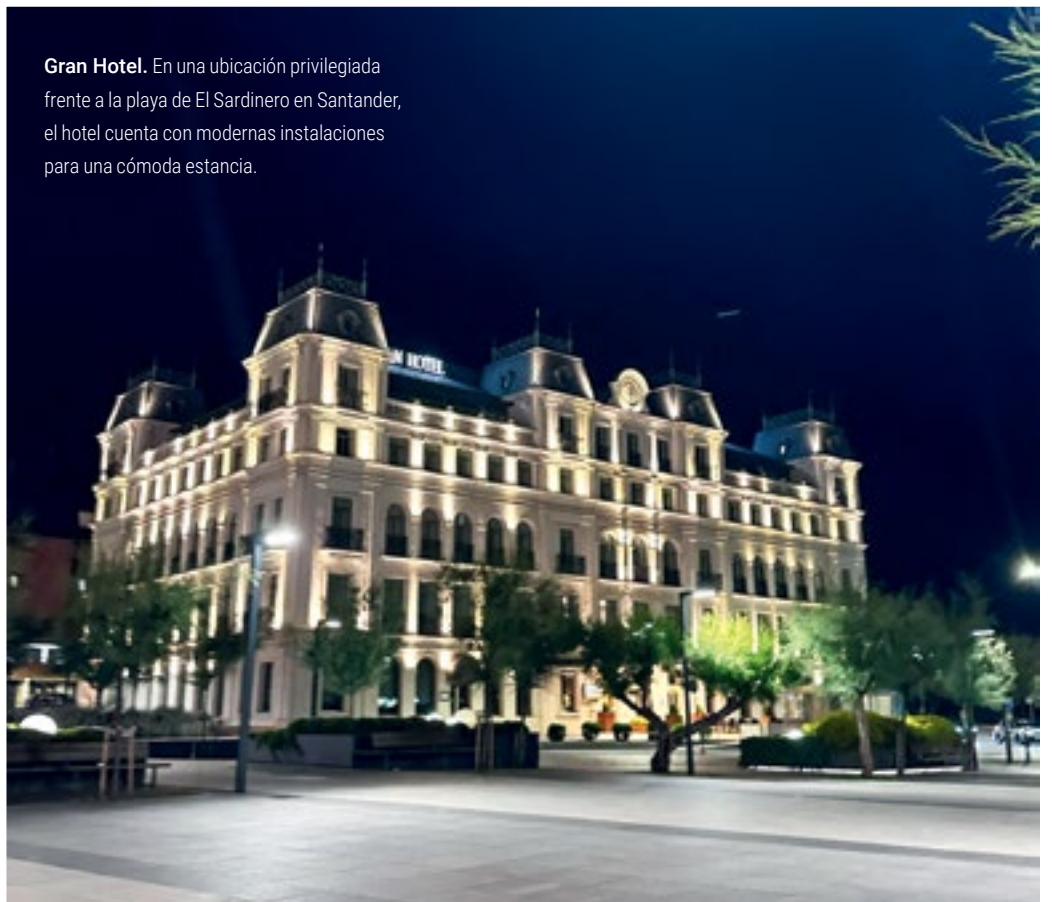
Pintxo De Foie. Uno de los más famosos de San Sebastián, en Atari, ganador de una estrella Michelin. Los 'pintxos' son pequeños bocados llenos de creatividad y sabor, una experiencia gastronómica única.



5 IMPERDIBLES DEL RECORRIDO:

- **Palacio de la Magdalena (Santander):** Ubicado en una península, este palacio histórico ofrece vistas impresionantes de la bahía y un recorrido cultural por la historia de la región. (En la foto).
- **Museo Guggenheim (Bilbao):** ícono de la arquitectura contemporánea y hogar de exposiciones de arte moderno que fusiona tecnología y creatividad.
- **San Juan de Gaztelugatxe (Vizcaya):** este impresionante islote, famoso por su ermita en lo alto y sus 241 escalones, ofrece vistas panorámicas inigualables del mar.
- **Guernika:** un lugar lleno de historia, conocido por el bombardeo de la Guerra Civil y el símbolo de la resistencia vasca.
- **Playa de La Concha (San Sebastián):** considerada una de las mejores playas urbanas de Europa, es un destino obligado por su belleza natural y tranquilidad.

Gran Hotel. En una ubicación privilegiada frente a la playa de El Sardinero en Santander, el hotel cuenta con modernas instalaciones para una cómoda estancia.



INVESTOR

L I F E S T Y L E



Miradas únicas, contenido diverso

Nuestra plataforma te trae lo mejor de Panamá y el mundo, con historias y análisis actualizados constantemente para darte mejores puntos de vista



ESCANEA PARA VISITAR
INVESTOR.COM.PA
INVESTOR LIFESTYLE



El auge de Panamá

EN INFRAESTRUCTURA Y MERCADO INMOBILIARIO DEL CONTINENTE AMERICANO



CIARA CAPONI

License Partner, Engel & Völkers Panamá. Especialista en Bienes Raíces de Lujo.

Con más de 12 años de experiencia en el vibrante mercado inmobiliario de Panamá, he sido testigo de primera mano de las fluctuaciones del sector, incluyendo sus altibajos.

La resiliencia única de Panamá como país nos ha permitido mantener un crecimiento y desarrollo sostenidos, consolidando nuestra posición como el destino preferido tanto para inversionistas como para aquellos en busca de un estilo de vida alternativo.

En mi rol como License Partner en Engel & Völkers Panamá, he observado cómo nuestra infraestructura de primer nivel, las ventajas fiscales únicas y un entorno político estable, sitúan a Panamá a la vanguardia como el destino logístico y de inversión predilecto a nivel mundial.

Además, las proyecciones del Banco Mundial, que continúan posicionando a Panamá entre las economías más dinámicas de la región, refuerzan mi visión optimista sobre el futuro prometedor del país en el escenario global.



Arriba. Vista aérea de la ciudad de Panamá y el desarrollo Ocean Reef Islands. **Abajo.** Santa María y su cancha de golf.

PANAMÁ COMO EL DESTINO LOGÍSTICO Y DE INVERSIÓN PARA EL MUNDO

Panamá no solo se ha consolidado como un centro logístico global, sino que también está emergiendo como el destino predilecto para los inversionistas que buscan un refugio seguro y rentable.

La combinación de una ubicación estratégica, incentivos fiscales, estabilidad política y una creciente oferta inmobiliaria de lujo ha posicionado al país como el destino ideal para un "Plan B" tanto para inversionistas individuales como corporativos.





A la Izq. Ipanema en Costa del Este es un proyecto residencial frente al mar.

Abajo. Dieci diseñado por Pininfarina, en Costa del Este. **A la Der.** Santa Familia en Casco Viejo.



Con una amplia selección de bienes raíces de primer nivel a precios competitivos, Panamá facilita el acceso a inversionistas de todo el mundo, diferenciándose así de otros países de Centroamérica donde las opciones de desarrollos inmobiliarios de lujo son más limitadas y menos variadas.

Uno de los mayores atractivos de Panamá es su diversidad de opciones inmobiliarias, adaptadas a una amplia gama de presupuestos, desde compradores con alto poder adquisitivo hasta quienes buscan oportunidades más asequibles.

Panamá ha adoptado con éxito el concepto de *branded residences*, propiedades que están respaldadas por reconocidas marcas internacionales de lujo como Ritz-Carlton, JW Marriott, Fendi, Pininfarina y Waldorf Astoria. Estas residencias ofrecen a los compradores un nivel de servicio y calidad que rivaliza con los mejores proyectos en ciudades globales como Nueva York, Londres o Miami.

Sin duda alguna, Panamá está preparado para ser el próximo gran destino de inversión en el escenario global.

UN PLAN B PARA EL RESTO DEL MUNDO

En un contexto global incierto, muchas familias e inversionistas de América del Norte, América Latina y Europa han comenzado a ver a Panamá como el lugar ideal para establecer un "Plan B".

Con la pandemia y la inestabilidad en diversos países, la idea de tener una segunda residencia en un país seguro, dolarizado, con excelente calidad de vida y acceso a servicios de primera categoría, ha cobrado gran relevancia.

Para los inversionistas internacionales, el mercado inmobiliario de Panamá ofrece una oportunidad sin precedentes para beneficiarse de la valorización de propiedades en un país en constante crecimiento.





METROPOLITAN SCHOOL OF PANAMA

A NORD ANGLIA EDUCATION SCHOOL

5 RAZONES QUE HACEN DEL PROGRAMA DE PRIMERA INFANCIA DEL MET LA MEJOR ELECCIÓN EN PANAMÁ

**Un enfoque transformador y completo para
una educación temprana de clase mundial**

Formación Integral desde los primeros años

En un mundo donde el aprendizaje temprano sienta las bases para toda una vida de éxito, elegir el entorno adecuado para su hijo es una de las decisiones más importantes que tomará como padre. En el Metropolitan School of Panama, nuestro programa de Primera Infancia está diseñado para proporcionar a su hijo una educación de clase mundial desde el inicio. Con un enfoque que se centra en lo académico a través del juego, el bienestar social, emocional y físico, nos aseguramos de que su hijo crezca en un ambiente que inspira la curiosidad, la creatividad y el desarrollo integral.

El Programa de la Escuela Primaria (PEP)

El aprendizaje basado en el juego es un componente esencial del Programa de la Escuela Primaria (PEP), y enfatiza la importancia del juego en la educación infantil. Este enfoque global prepara a los estudiantes no solo para enfrentar los desafíos del mundo moderno, sino también para convertirse en pensadores independientes con una mentalidad abierta.

A continuación, le presentamos cinco razones que hacen de nuestro enfoque una experiencia transformadora para los más pequeños.



1 Fuerte Comunidad y Participación de los Padres

En el MET, creemos que la educación es una responsabilidad compartida entre la escuela y las familias. Fomentamos una comunidad cercana donde los padres no solo son observadores, sino que participan activamente en el proceso educativo de sus hijos. Organizamos talleres para padres, eventos escolares y reuniones regulares que fortalecen los vínculos entre el hogar y la escuela, creando un entorno de colaboración que impulsa el éxito académico y personal.

2 Enfoque en el Aprendizaje Basado en el Juego

Creemos firmemente que los niños aprenden mejor cuando están comprometidos y disfrutando de la experiencia. Nuestro enfoque del aprendizaje basado en el juego permite a los estudiantes explorar y descubrir el mundo a su propio ritmo, desarrollando habilidades sociales, emocionales y cognitivas en un ambiente seguro y divertido.



3 Inmersión Total en el Inglés

Desde el primer día en el MET, los estudiantes se sumergen en un ambiente donde el inglés es el idioma de instrucción. Esto asegura que, desde una edad temprana, no solo adquieran fluidez en el idioma, sino que también desarrollen la confianza necesaria para utilizar el inglés en diversas situaciones académicas y sociales.

4 Espacios de aprendizaje que promueven la indagación

Nuestras instalaciones están diseñadas para estimular tanto la creatividad como el aprendizaje activo. Cada espacio de aprendizaje y área de juego en el MET está planeado para dar un entorno seguro y dinámico que permita el aprendizaje lúdico y el descubrimiento autónomo. Los niños tienen acceso a espacios donde pueden explorar, crear y construir, fomentando tanto la independencia como el trabajo en equipo.



5 Desarrollo Holístico: Más Allá del Aula

En el MET, el desarrollo integral de nuestros estudiantes es una prioridad. Ofrecemos un día completo de actividades, que incluyen programas extracurriculares (ECA), deportes y aprendizaje socioemocional. Estas experiencias extracurriculares permiten que los niños exploren nuevas pasiones, desde las artes hasta los deportes, mientras desarrollan habilidades sociales y emocionales esenciales.



Descubra cómo nuestro programa de Primera Infancia puede proporcionar a su hijo una educación incomparable, desarrollando habilidades académicas, y un sentido de pertenencia y bienestar emocional en una comunidad vibrante y multicultural.



Visítenos en Nuestro Próximo
Open House el miércoles 23 de Octubre!

CONTÁCTENOS: +507 6208 2646
admissions@themetropolitanschool.com

@metschoolpanama @MetropolitanSchool

Escanee el código QR para mayor información. Conozca nuestro campus, interactúe con nuestros maestros y descubra por qué el Programa de Primera Infancia del MET es la mejor elección para su hijo.



CHRIS LENZ

APOSTANDO POR EL ISTMO

La mente detrás del hotel La Compañía, la sensación del Casco Antiguo, es la de un hombre motivado por dejar un legado. Chris Lenz ha hecho su misión de convertir a Panamá en un destino turístico único con sus proyectos e inversiones. Ahora empieza su nueva travesía: un oasis en El Valle de Antón.

Por RAÚL ALTAMAR ARIAS

Fotos CORTESÍA

Chris Lenz, empresario y *hotelier* de Toronto, Canadá, es energía pura. Habla rápido, trabaja incansablemente, pero sus ideas y sus palabras son claras, muestra de que su mente y su cuerpo están en sincronía. Él es la persona responsable del hotel La Compañía, que abrió a mediados de 2022 y que no ha parado de recibir elogios y expresiones de asombro de todo el que lo visita.

CIUDADANO DEL MUNDO

La historia de Lenz es digna de una película. Creció en el mundo de la hospitalidad: sus padres eran chefs y tenían una mansión renovada donde recibían huéspedes, y él dejó su sueño de estudiar arquitectura yéndose a Europa para trabajar en hoteles y para también ser chef, de manera que pudiera manejar el negocio familiar. Estuvo varios años en Suiza, Italia y Alemania, y cuando su padre le pidió que regresara porque necesitaba su ayuda, él le pidió dos años más. Eligió irse a Asia, lleno de lugares exóticos e interesantes, y de una guía de turistas sacó una lista de hoteles a los cuales aplicó para trabajar.

Se estableció en Hong Kong y pronto recibió una oferta de la cadena Omni Hotels para ser gerente de alimentos y bebidas para sus hoteles en la región. Estuvo con ellos nueve años, y a los treinta ya había llegado al tope de su carrera. Entonces, se embarcó en su primer proyecto propio, algo totalmente diferente, lo cual sentó las bases para lo que haría años después en Panamá.

Imaginen esto. Igor's era un restaurante temático de horror, con cena y *show*. El club empezaba con una casa embrujada llena de cuartos con monstruos y sorpresas, para llegar al salón principal, donde los invitados se sentaban frente a un escenario, en una mesa larga, para una cena con entrada, plato principal y postre. Había actuaciones temáticas y luego una banda de *rock* disfrazada de esqueletos tocaba música. Fue un éxito rotundo. Lenz era el *host*, disfrazado a veces del vampiro Lestat, con colmillos que se mandó a hacer con un dentista. Como sus meseros también eran actores durante el *show*, para ahorrar costos, él patentó su "Lazy Lenz", una variación recta de la sobremesa circular Lazy Susan que se acostumbra en los restaurantes chinos para servir platillos. Algunas estatuas fueron hechas por los de Madame Tussauds. Sus operadores de humo habían trabajado en producciones de Andrew Lloyd Webber.







Sus inversionistas estaban contentos y eso llevó a que Lenz creara un pequeño imperio con más de treinta restaurantes, bares y clubes en Hong Kong. Abrió también un negocio de importación de alimentos, junto con otro de producción de comida. En el verano de 1998 tenía más de veinte mil reservas. El siguiente paso fue importar Igor's a Singapur, lo cual hizo pieza por pieza. Pero, en 2006 se hartó y vendió todo a una cadena de cafeterías. ¿Por qué? En sus palabras: “El trabajo se me empezó a hacer tedioso. Me levantaba en las mañanas y no estaba emocionado, y si no tenía esa emoción, esa energía, no podía transmitirla, y seguro otro lo haría”.

NUEVOS RUMBOS Y DESCUBRIMIENTOS
A estas alturas ya estaba casado con su esposa Vicky, una hongkonesa de ascendencia india, y tenían dos hijos. El siguiente paso fue construir un velero de lujo de 104 pies. “La ingenuidad con la ambición es una combinación tóxica”, señala Lenz, quien contra todo pronóstico hizo este bote en tres años con cien personas entre Malasia y Tailandia, rodeado de musulmanes extremistas. Al final él y su familia navegaron alrededor del mundo (más de 40 países en un par de años),



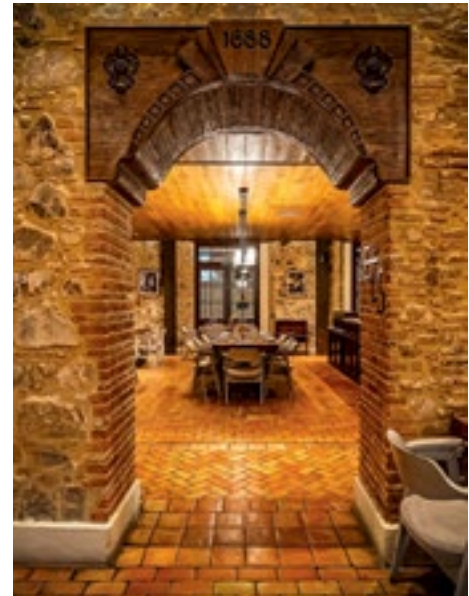
La verdad es que me gusta echarle polvo de hadas a mis proyectos, me gusta crear, el dar a luz a las ideas”.

con una maestra de mandarín para sus hijos mientras su esposa les hablaba en cantonés y él en inglés.

Pasando “de regreso a Tailandia” por el Canal de Panamá, decidieron quedarse un rato en el país, pensando que a sus hijos les vendría bien aprender español. Él no tenía idea de Panamá. “¿Cómo mantienes secreto todo un skyline?!” exclama por el desconcierto de no saber nada de una ciudad tan moderna a través de todas sus andanzas y conexiones internacionales.

Seis meses después, Lenz se sentía aburrido y odiaba Panamá. Tras reflexionar, entendió que en realidad se estaba odiando a sí mismo por estar ocioso. En un paseo por Casco Viejo, pensando en comprar una propiedad para hacer un local comercial y unos apartamentos, ¡el empresario terminó

Sus diversos restaurantes y bares ofrecen diferentes ambientes y experiencias temáticas basadas en la historia de Panamá. El equipo de diseño y construcción fue internacional, y el hotel ha dado un nuevo estándar de trabajo a muchos profesionales panameños.



comprando una cuadra entera! Y no cualquiera: era el sitio del convento y la iglesia de La Compañía de Jesús, la base colonial de los jesuitas en el istmo hasta 1767.

Allí comenzó un proceso de casi una década para crear el hotel La Compañía, un megaproyecto hotelero como ningún otro en el país, basado en las ideas y las capacidades que Lenz había adquirido. Según recuerda: “HLC se convirtió en una obsesión. Lo que se ve hoy no es lo que yo pensaba cuando compré la propiedad. Estuve años batallando contra la burocracia, y en ese tiempo aprendí más. Investigué el convento, ¿quiénes eran los jesuitas? ¿Qué carajo es la Compañía de Jesús? Empecé a visitar otros conventos, aprendiendo y aprendiendo, y ahora sé más que la persona promedio, solo como consecuencia”.

Luego, sintió un compromiso mayor, uno con la historia y con la cultura: “Cuando me di cuenta de que estaba restaurando un edificio de 1688, y que era un convento... yo no soy una persona muy religiosa; respeto la religión, pero si voy a restaurar algo que era religioso y de la época colonial, quiero hacerlo bien. Y esa se convirtió en la misión. Y todo el concepto comenzó a cambiar conforme fui aprendiendo de la historia de Panamá. Compilé una librería digital de más de siete mil imágenes; imprimí y enmarqué 2,200 fotos. ¿Sabes cuánto tiempo toma eso? La gente pensaba que estaba loco, pero me importó un bledo. Casi





El hotel La Compañía
cubre una cuadra entera en la avenida A de Casco Viejo y fue un proyecto que tomó casi diez años en concretarse.

Q&A

Retiro o trabajo
Trabajo

Corbatas o sandalias
Sandalias

Playa o montaña
Las dos

Verano o invierno
Verano

Playa o piscina
Playa

Vino o cerveza
Vino

Netflix o cine
Cine

Libro o 'ebook'
Soñar despierto

nadie creyó la visión que tenía”.

Esa visión está hoy manifestada en un hotel de lujo con tres alas temáticas inspiradas en España, Francia y Estados Unidos, y su historia con Panamá. Tiene cinco restaurantes y dos bares, 88 habitaciones, una *boutique*, una galería de arte, y cada rincón está lleno de tantos detalles históricos y artísticos que es considerado un “museo viviente”. Tan solo los dos enormes murales paralelos de mármol blanco en el *lobby*, que representan a Vasco Núñez de Balboa de un lado y a Henry Morgan del otro, o la mesa en la cava de vinos hecha con una madera de más de 400 años rescatada del convento original, marcan la intención de este hotelero sin igual.

“Estábamos creando cosas que a nivel local la gente nunca había visto. Llegué a importar más de 60 contenedores de 40 pies con obras hechas por mis proveedores y artesanos en Asia, todas basadas en mi *research*. Pude satisfacer mi propia adicción a la creación. La verdad es que me gusta echarles polvo de hadas a mis proyectos, me gusta crear, dar a luz a las ideas”, reflexiona Lenz.

También encontró otra motivación personal, ya que hasta el momento sus dos hijos solo conocían a un padre que tenía un yate y vivía una vida fácil. Reconoció que estaba dándoles un mal ejemplo y quería demostrarles que podía convertir un sueño en realidad. Sobre la paternidad, señala que a los hijos “si solo les damos cosas les quitamos

la habilidad de tener logros. Puedo llevarlos al monte Everest y tomarles una foto, pero no significaría nada, les estaría quitando la habilidad de subir una montaña. Ese no es mi deber como padre. Mi deber como padre es darles la oportunidad de sobresalir”.



APOSTANDO POR PANAMÁ

Un año más tarde abrió Villa Ana, un club privado tan exclusivo que no se puede entrar con teléfonos celulares o cámaras. Está en una casa aledaña al hotel en Casco, y su decoración y ambiente, basados en el estilo de la propietaria original, son algo digno de Londres o Nueva York, pero netamente panameños.

El siguiente gran proyecto de Lenz en Panamá es la transformación total del pintoresco hotel Los Mandarinos en El Valle de Antón. Listo para abrir a finales de año, y también asociado a la línea de hoteles de

lujo Unbound Collection de Hyatt, será un espacio de arte y bienestar, una especie de spa temático con un jardín de esculturas, todo diseñado por él. Su idea es vender experiencias y lujo, una combinación ganadora que antes no se había manifestado con tanta claridad en Panamá.

El empresario hotelero está consciente de que está innovando, de que lo que hace es una apuesta. Sin embargo, si la apuesta corre a su favor, sabe que tanto el público como los inversionistas verán a este pequeño istmo con otros ojos, y que querrán venir a conocerlo. ¹⁵

HOTEL HERMANO

un puente entre la hotelería y el turismo comunitario

Bern Hotels & Resorts ha creado este programa, con la idea de que los hoteles de marcas internacionales de la capital, adopten hoteles comunitarios para ofrecer infraestructura, capacitación y recursos a comunidades rurales, mejorando su servicio mientras preservan la autenticidad cultural y promueven el desarrollo sostenible.



El turismo de nicho es una realidad que cada vez gana más espacio en el mundo.

Personas que buscan vivir experiencias singulares, alejadas completamente de lo que el 'mainstream' muestra a través de las plataformas sociales.

Y en un país como Panamá, tan rico en biodiversidad y cultura, esta tendencia comienza a manifestarse. Pensando en ello, Bern Hotels & Resorts contactó a la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) para identificar las comunidades en necesidad y crear un proyecto piloto que busca empoderar a las comunidades rurales del país, brindándoles conocimientos y recursos para mejorar sus servicios de alojamiento y atraer a un tipo de turista que busca experiencias más auténticas y cercanas a la naturaleza.

Para Yvonne C. Löhner, directora corporativa de Operaciones del grupo y una de las encargadas de implementar el proyecto, el objetivo principal era brindar apoyo a pequeñas posadas y alojamientos en comunidades rurales, que muchas veces no cuentan con los recursos ni la capacitación para atraer a turistas internacionales. "El proyecto se enfocó en llevar nuestra experiencia en el sector hotelero a zonas apartadas de Panamá, donde el turismo comunitario es una fuente de ingresos vital", explicó.

Con eso en mente, un equipo del grupo liderado por Herman Bern Jr., se embarcó en una aventura hacia la Posada Media Luna, a orillas del río Tjër Di, en el corazón de la comarca Naso Tjërdi, para conocer de primera mano la realidad de sus habitantes y los retos que enfrentan en términos de infraestructura y servicios.

"Cuando llegamos a la posada, nos dimos cuenta de que había mucho por hacer, pero también nos impresionó el compromiso de la comunidad, especialmente de la Organización de las Mujeres Unidas de Bonyic, quienes gestionan el alojamiento y están completamente dedicadas a mejorar su servicio", comentó Löhner antes de agregar "la comunidad Bonyic en la comarca Naso Tjërdi es una de las siete etnias de Panamá, y su enfoque en compartir su cultura con los visitantes es realmente único y especial. Ellos bailaron para nosotros, nos mostraron sus artesanías —desde tallados en madera, pulseiras de chaquiras, hasta otros productos



La iniciativa "Hotel Hermano", impulsada por Bern Hotels & Resorts, conecta hoteles de la capital con posadas comunitarias en áreas rurales de Panamá, ofreciendo apoyo en infraestructura y capacitación para mejorar el turismo sostenible y preservar la cultura local.

nó sobre la experiencia: "Salir de nuestros hoteles de lujo y ver cómo estas comunidades viven y operan te abre los ojos. Fue una lección de humildad, y nos sentimos agradecidos de poder compartir nuestra experiencia y ayudarles a crecer".

"Hotel Hermano" es un testimonio del poder del trabajo colaborativo y de cómo las empresas privadas pueden jugar un rol crucial en el desarrollo de comunidades rurales, no sólo fortaleciéndolas, sino también posicionando a Panamá como un destino para el turismo sostenible, donde la experiencia humana es tan importante como el paisaje. Como señala la ejecutiva: "creemos que, al trabajar juntos, podemos elevar el estándar del turismo comunitario en Panamá y hacer que más personas descubran la riqueza cultural y natural que ofrece nuestro país", concluyó Ivonne.

hechos a mano— tuvimos la oportunidad de conocer cómo presentan su comida, todo muy autóctono y servido en hojas de banana. Esto y mucho más es lo que vive un turista al hospedarse allí".

DE VUELTA A LA CIUDAD

La realidad del turismo rural es compleja, es por esto que aprovechando la vasta experiencia de Bern Hotels & Resorts en educación a través de su Escuela de Hotelería y Turismo, se organizó una capacitación para una decena de comunidades rurales con el objetivo de poder entregarles las herramientas necesarias para gestionar mejor sus operaciones diarias y mejorar la

experiencia de estos turistas que buscan conocer más en profundidad una Panamá que incluso es desconocida para gran parte de la población nacional.

"Esta iniciativa está completamente alineada a los valores corporativos de nuestro grupo. Siempre hemos tenido una fuerte inclinación hacia la capacitación y el desarrollo comunitario. La iniciativa 'Hotel Hermano' nos permitió continuar con esa misión, ayudando a comunidades alejadas a mejorar sus servicios y atraer a más turistas", explicó Yvonne.

Para Bern Hotels & Resorts, esta iniciativa no fue solo una oportunidad de dar, sino también de aprender. Löhner reflexio-



BALBOA FACTORING

La empresa de factoraje, personalizada a tu medida

Es una compañía independiente —no afiliada a ningún banco— que acredita su liderazgo en más de 18 años al servicio del país y más de 500 clientes satisfechos. Las perspectivas para esta empresa son más que positivas con un gobierno que está reactivando la economía, con obras de infraestructura en ciernes y una emisión de bonos que es considerada un hito financiero de la post-pandemia, por haberla realizado una empresa independiente. “Son perspectivas positivamente sanas”, señala Johan Soto, CEO de la compañía. Es un horizonte en el que caben empresas comerciales, constructoras, contratistas del Estado y proveedores de servicios.

Por **OSCAR CASTAÑO LLORENTE**

Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

El 18 de septiembre de 2006 se abrió la compañía Balboa Factoring para competir en una actividad gobernada mayoritariamente por los bancos: el factoraje. Irrumpió en este negocio con la única ventaja para un jugador independiente del sector financiero: Brindar el mejor servicio personalizado para garantizar una respuesta rápida.

“Es nuestra ventaja, pues el cliente exige liquidez inmediata”, destaca Néstor Sánchez, fundador de esta empresa con una cartera de activos de 72 millones de dólares. Agrega que en un segundo plano pueden competir en tasas de interés con los bancos, y sin embargo en ese índice son ellos los de la ventaja, debido a que “su costo de fondos es más barato que el nuestro”.

El *factoring* es una opción de financiamiento a corto plazo para empresas o personas naturales dedicadas a la actividad comercial. Así mejoran la liquidez y el flujo de caja y reciben un adelanto sobre sus cuentas por cobrar.

Más de 500 clientes confían sus facturas en Balboa Factoring. Su servicio personalizado y eficaz se basa también en la reunión diaria del Comité de Crédito, integrado por los gerentes especializados y los directores. Este compromiso de la empresa de brindar una rápida respuesta, entendiendo las necesidades de sus clientes, son las principales ventajas competitivas de Balboa Factoring en la plaza.




Contratistas del Estado y empresas privadas establecen una relación de transparencia que se inicia en el acceso directo al fundador de la empresa y al CEO, Néstor Sánchez y Johan Soto, respectivamente. Estos dos profesionales acreditan una experiencia combinada de 50 años en la banca, y tienen el respaldo gerencial de expertas panameñas vinculadas a la empresa casi desde su inicio.

El crecimiento de la compañía es orgánico, como resultado de un trato *boutique*. Un número importante de clientes está con ella desde hace más de una década a través de un vínculo comercial en el que la compañía les responde con suficiencia por tener también “un pasivo robusto y bien diversificado”, comenta Soto.

El CEO se refiere a que en un principio lograron el respaldo de acreedores privados. Establecieron después relaciones comerciales con un puñado de bancos. Y por último, añade Soto, incursionaron en la Bolsa de Valores de Panamá para hacer una emisión de bonos por 30 millones de

dólares, el pasado 15 de julio.

Dedicada única y exclusivamente al factoraje, la especialización y enfoque en este segmento con *factoring*: adelantos sobre facturas / cuentas por cobrar y *pre-factoring*: financiamiento de proyectos con adelantos para iniciar los contratos, permite a Balboa Factoring brindar soluciones más eficientes y en el tiempo en que lo necesitan sus clientes. Comenta Sánchez que “en ambos casos se hace una cesión de los pagos por recibir a futuro y se adelanta un % del valor de las facturas o contratos, manteniendo la diferencia (retención del *factoring*) para cubrir los intereses pactados y gastos. Una vez recibido el pago de cancelación, el cliente recibe la diferencia que queda a favor (devolución del *factoring*)”.

Con el factoraje, Balboa Factoring brinda opciones de financiamiento a cientos de empresas panameñas, dando soluciones financieras que les permiten mejorar sus flujos de caja y lograr sus objetivos de crecimiento. 

RUMBO A LAS DOS DÉCADAS

CIFRAS Y LIDERAZGO

\$800

Millones

Es la cifra estimada de la cartera de ‘factoring’ en Panamá.

\$72

Millones

Es la cartera de Balboa Factoring, lo que la convierte en una empresa independiente fundamental en la industria.

Datos propios.

EL BIENESTAR DE NUESTRA CLASE BUSINESS: GASTRONOMÍA

Donde cada persona es un mundo

Hay días que te apetece comer ligero y otros que necesitas darte un gusto. Elige entre una amplia gama de opciones que incluyen menús diseñados por Martín Berasategui, 12 estrellas Michelin.



ae AirEuropa 
Tú decides



JORGE VALLARINO M.

UN LÍDER ENTRE LA INNOVACIÓN Y LA TRADICIÓN

Durante sus 15 años en Global Bank, Jorge Vallarino ha sido pieza clave en la transformación de esta entidad, llevándola a consolidarse entre los tres bancos más importantes de Panamá. Este año celebran tres décadas de trayectoria, guiados por una estrategia que combina la innovación, el crecimiento sostenible y una atención al bienestar del cliente. Conversamos con el hombre detrás del título de CEO, quien abrió a Investor las puertas de sus oficinas en la casa matriz del banco en Santa María.

Por PATRICIA ARAMBURÚ | Fotos ARIS MARTÍNEZ

A sus 47 años, Jorge Vallarino ha forjado una carrera extraordinaria en el mundo financiero. Desde su llegada a Global Bank, Jorge ha manejado diferentes áreas del banco, imprimiendo su visión y adquiriendo más responsabilidades hasta ser nombrado CEO en 2019. Su trayectoria y conocimiento íntimo del banco le han permitido tener un rol protagónico en la transformación de la institución, la cual se ha convertido en uno de los tres bancos más grandes de Panamá. Bajo su mando, Global Bank ha alcanzado 8.500 millones de dólares en activos y cuenta con un equipo de alrededor de 1.600 colaboradores, todo a través de una estrategia basada en la innovación y el crecimiento sostenible. Sin embargo, su éxito no ha sido cuestión de suerte; detrás de cada logro hay un proceso, disciplina y una transición gradual hacia el liderazgo, marcada por retos personales y estratégicos.

EL CLUB DE LAS CINCO

La mayoría de los días de Jorge Enrique, como le llaman en el banco (para no confundirlo con su padre Jorge Vallarino S., fundador y CEO hasta 2019), empieza a las 5:30 a.m. Desde su rutina diaria hasta sus decisiones profesionales, todo tiene una razón y un propósito. “Me di cuenta de que si no comenzaba mi día a esa hora, terminaba muy tarde”, comenta, haciendo hincapié en la importancia de mantener un equilibrio entre el trabajo y su salud física y mental.

Hace ejercicios entre 6:00 y 8:00 a.m., que varía entre ir al gimnasio, correr, hacer pilates, jugar golf o tenis, así se asegura de comenzar su jornada de manera activa para estar en la oficina a más tardar 9:00, listo para enfrentar un día cargado de responsabilidades.

Para el gerente general de Global Bank, el equilibrio entre su ocupada agenda y su vida personal es esencial. A pesar de la pre-



La casa matriz del banco, es un proyecto que destaca por su diseño moderno y su enfoque en la sostenibilidad. El edificio cuenta con certificación LEED Gold otorgada por el US Green Building Council.



Recuerdo que al poco tiempo de mi llegada al país a ejercer como vicepresidente de Finanzas y Banca de Inversión, junto con HSBC en Nueva York estructuramos y colocamos dos emisiones de bonos para un cliente corporativo en el mercado global, por 995 millones de dólares. Fuimos el primer banco local en hacer eso. Lo que yo traía era un valor agregado. Los accionistas confiaron en nosotros y eso fue fundamental para el crecimiento que experimentamos en esa primera década (2009-2019)”.

sión constante que implica liderar una organización tan grande, siempre encuentra tiempo para su familia, una prioridad que nunca sacrifica. “El balance es clave. La rutina te ayuda a mantener todo en orden, pero también hay que dejar espacio para lo que realmente importa”. Su felicidad plena la encuentra en el mar, donde disfruta de la pesca, una pasión que tiene desde joven. Nacido en Panamá en 1977, a los 6 años su familia se mudó a la ciudad de México por motivos profesionales de su padre. Jorge creció en este país hasta los 15 años y también lleva con él las raíces de esa cultura, la cual aprecia y honra. Cuando regresó a Panamá, a los 15 años, retomó sus estudios secundarios en la Academia Interamericana de Panamá y logró asegurarse un puesto en la reconocida Universidad de Stanford en Estados Unidos, para cumplir su sueño de ser banquero, como su papá.

Su carrera comenzó con una sólida formación académica. Después de obtener su licenciatura en Economía de Stanford University en el 2000 y de culminar una maestría en Administración de Empresas en Duke University, con honores, en 2005, se trasladó a Nueva York, donde se hizo un

nombre en la prestigiosa firma Merrill Lynch, empezando como asociado en el grupo de Estructuración de deuda para América Latina. Al poco tiempo, se trasladó a México, siguiendo los pasos de su padre, donde funge como vicepresidente de Banca de Inversión de la misma empresa neoyorquina donde empezó su carrera.

Fue en 2009 cuando sus raíces tocaron la puerta y el banco, que su papá lideraba, buscaba un director financiero. De vuelta a Panamá, tomó la posición de vicepresidente de Finanzas y Banca de Inversión (creando ese departamento).

En su primera década en el país, Jorge llevó a cabo transacciones financieras que nunca se habían visto en Panamá, utilizando su experiencia adquirida en Nueva York y México. “Recuerdo que al poco tiempo de mi llegada al banco, junto con HSBC en Nueva York, estructuramos y colocamos dos emisiones de bonos para un cliente corporativo en el mercado global. Fuimos el primer banco panameño en participar en una transacción de ese tipo. Poco tiempo después, Global Bank debutó como emisor en el mercado global, al emitir el primer “Bono Cubierto” en Latinoamérica. Durante mis primeros 10 años, el banco emitió más de 2.000 millones de dólares en bonos y financiamientos en el mercado global. Nos convertimos en el emisor privado de bonos más grande del país, creando una base de inversionistas en América, Asia y Europa, lo cual fue crucial para nuestro crecimiento”, relata con orgullo.

La confianza que su padre y otros accionistas depositaron en él fue clave para su éxito. “Mi experiencia en el mercado global era un valor agregado. Pero nada hubiera sido posible sin el respaldo de nuestra junta directiva y accionistas. Confiaron en nosotros y eso fue fundamental para el crecimiento que experimentamos en esa década (2009-2019)”. Cada decisión que tomaba era respaldada por ellos y eso nos permitió ser agresivos y crecer más que la competencia”, explica Jorge. Su experiencia, combinada con el crecimiento que vivía Panamá, la exitosa trayectoria de Global Bank y el apoyo de sus accionistas visionarios, fue una fórmula perfecta para transformar a Global Bank.

Pero no todo fue sencillo. “Yo venía de otra escuela, y mi enfoque era considerado agresivo en algunos aspectos y muy conservador en otros”. Gradualmente y con



va muy de la mano con su estrategia de sostenibilidad.

ESPÍRITU INNOVADOR

A pesar de los éxitos, Jorge es consciente de que la presión por mantener al banco en la cima es constante. “Siempre hay expectativas de seguir obteniendo buenos resultados financieros todos los años, pero nuestro enfoque sigue siendo un crecimiento sostenible y bien planificado”, asegura. En este sentido, su filosofía ha evolucionado hacia la delegación y no dejar que “la presión te detenga”. “No puedes hacerlo todo tú mismo, y delegar es esencial en una organización de este tamaño. Tengo la suerte de contar con un equipo de confianza que asume muchas responsabilidades”, dice, al aludir a la importancia de rodearse de personas capaces.

Con Jorge bajo su mando, Global Bank celebra 30 años de ser un banco 100 % panameño con más de 8.500 millones en activos. “Siempre hay expectativas de seguir obteniendo buenos resultados financieros, pero nuestro enfoque sigue siendo un crecimiento sostenible y bien planificado”, afirma.


el apoyo de su padre y la junta directiva, Jorge ha tenido luz verde para implementar su visión.

Global Bank se ha destacado en los mercados internacionales con transacciones innovadoras, logrando el reconocimiento de “deal of the year” en 2012, y ha establecido una ventaja competitiva al desarrollar una base de inversionistas de renta fija en América, Asia y Europa. Este alcance y larga trayectoria en el mercado global fue crucial en la adquisición de Banvivienda, otra entidad bancaria, consolidando el impresionante crecimiento del banco que pasó de \$2.100 millones en activos en 2009 a \$8.500 millones en 2019.

Uno de los proyectos que más orgullo le

genera fue la construcción del nuevo edificio corporativo, un espacio que no solo se destaca por su diseño moderno, sino también por su enfoque en la sostenibilidad y el bienestar de los empleados. “Quería que nuestro espacio de trabajo reflejase la visión del banco”, explica. Este proyecto causó controversia al principio por su ubicación y tamaño, pero ha excedido las expectativas, no solo por los premios que recibió por su diseño, llevado a cabo por el arquitecto panameño Eduardo Quintero, de la firma Forza Creativa, sino porque permitió al banco acceder a financiamiento de fondos de inversión verdes, por contar con certificación LEED Gold otorgada por el US Green Building Council, lo cual

Junto con su equipo, ha impulsado una transformación digital que ha llevado al lanzamiento de los productos digitales Global Tap, que incluyen una cuenta de ahorro, préstamo personal y el más reciente, su tercer producto digital, un préstamo de autos, todos tramitados 100 % en línea, lo que demuestra su compromiso con la evolución tecnológica. Kuara fue otro importante lanzamiento digital este año, que se sumó al competitivo mundo de las transacciones entre bancos. En conjunto con MMG Bank y Banesco, y pronto uniendo a otros bancos, es una aplicación que transfiere dinero al instante a los usuarios que tengan cuentas en las entidades bancarias afiliadas.

Más allá de los números y los grandes proyectos, su enfoque sigue siendo claro: mantener a Global Bank a la vanguardia, mientras él se asegura de que tanto su equipo como su familia caminen a la par de ese crecimiento. 

AMAZONAS
by MARKET PHARMACY

Vive o invierte a un paso de todo



1, 2 y 3 Recámaras ^{DESDE:} \$ **119,000.00**



PROMOTOR Y VENTAS: PROYECTO BELLA VISTA 40 S.A.
ADMINISTRADOR Y GESTOR: RI INMOBILIARIA

Esta información carece de valor contractual y puede estar sujeta a modificaciones. Las especificaciones y materiales gráficos expuestos en este anuncio son únicamente propuestas y pueden estar sujetas a cambios sin previo aviso. Las imágenes y decoraciones presentadas son meramente ilustrativas, le muestran al comprador algunas opciones de lo que puede hacer para decorar su propiedad. Los apartamentos, locales comerciales y oficinas no se entregan amueblados, ni decorados, ni diseñados. El Promotor no se hace responsable de cualquier enfoque, punto de vista y/o la exposición a la luz en las imágenes presentadas; o cómo los apartamentos puedan verse afectados por cualquier tipo de construcción existentes o a futuro, ya sea por el promotor o por un tercero.
*Consultar términos y condiciones con su vendedor.



Transformando el entorno

Bella Vista Calle 42 hacia Cinta Costera



ZONA DE NIÑOS
KIDS ZONE



ESPACIOS COWORKING
COWORKING



SPORT BAR
SPORT ROOM



ZONA DE MASCOTAS
PET ZONE



PISTA RUNNING
RUNNING TRACK



GINNASIO
GYM



PISCINA
POOL



ZONAS VERDES
GREEN SPACES



@AMAZONAPANAMA



203-8186



6220-0392

ATENCIONALCLIENTE@RIGROUPPANAMA.COM

PANAMÁ
FASHION
WEEK

LA MODA SE APODERA DEL CASCO

PANAMÁ VOLVIÓ A BRILLAR COMO EL PRINCIPAL ESCAPARATE DE LA MODA EN LA REGIÓN, REUNIENDO A DISEÑADORES LOCALES E INTERNACIONALES, ASÍ COMO A ENTUSIASTAS DE LA MODA Y LA CREATIVIDAD. CON UNA MEZCLA VIBRANTE DE ESTILOS, TENDENCIAS EMERGENTES Y UN ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD.





‘BOHO-CHIC’

Al hablar del estilo bohemio destacan los colores vibrantes y estampados alegres; nadie logra capturar esta esencia mejor que Michelle Nassar. Durante la pasarela se hizo referencia a los icónicos e inolvidables pantalones de basta ancha que marcaron tendencia en los años 70s, recordándonos que en lo que concierne el mundo de la moda, lo bueno siempre vuelve.

Por **MARIAN FRANCO CRUZ**
Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

La 23ª edición de la Semana de la Moda de Panamá se extendió a lo largo de cuatro días y reunió a más de veinte diseñadores en el American Trade Hotel.

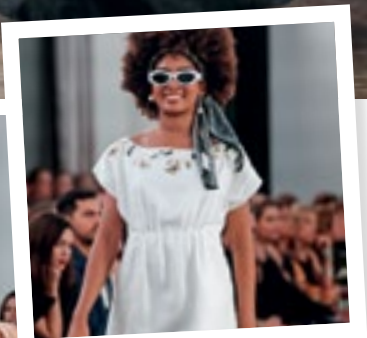
El Casco Antiguo sirvió como escenario para este evento que ha evolucionado a lo largo de los años, brindando una plataforma para destacar el talento emergente y consolidado dentro de la industria de la moda.

Más que un conjunto de pasarelas, el PFW es una plataforma que conecta la moda de la región con la comunidad creativa a nivel global.

Invitados especiales, *influencers* y entusiastas de la moda disfrutaron de pasarelas, cocteles de bienvenida y una casa de experiencias llena de actividades interactivas.

El reconocido diseñador español Marcos Luengo fue el invitado internacional que debutó el primer día de pasarelas con su colección titulada Ex-Machina, inspirada en el último proyecto del artista audiovisual Iván Puñal. “Mediante el uso de distintas herramientas de IA, el artista crea imágenes, sonidos y visuales; elementos que sirven a su vez de base para la creación de patrones de estampados y diseños que Luengo desarrolla en su colección”.

Panama Fashion Week (PFW) 2024 no solo celebró el talento, sino que reafirmó el papel de Panamá como un referente en la industria de la moda en Latinoamérica.



MARIPOSAS MONOCROMÁTICAS

La directora creativa de la emblemática casa de modas panameña, buscaba celebrar la vida y la resiliencia de las mujeres que logran enfrentarse a desafíos y salir adelante.

Como dijo Sophie: “Esta colección es un homenaje a mi esposo, a mi madre y a todas las mujeres que, con fuerza, transforman sus dificultades en arte”.

DÚO REVOLUCIONARIO

Bajo el nombre Toribio & Donato, Donato Sánchez y Óscar Toribio fusionaron su ojo artístico y han unido su talento para crear propuestas innovadoras en la moda sostenible. Este dúo costarricense, que ha revolucionado la moda en Centroamérica desde el año 2014 al apostar por un enfoque consciente y responsable con el medio ambiente, impactó con sus prendas y accesorios hechos a mano.



Las piezas son versátiles y tienen el principal objetivo de poder acompañar a sus usuarios en la cotidianidad al abrazar la modernidad y el estilo de vida urbano.



‘DENIM NEVER DIES’

El denim fue protagonista, especialmente en las presentaciones de Toribio & Donato y Chajin Designs, quien incorporó un *twist* cultural mediante el uso de molas y retazos de tela de polleras. La versatilidad de la mezclilla demuestra que nunca muere y siempre estará presente para adaptarse a cada ocasión.



SOSTENIBILIDAD Y MODA

Este año varios diseñadores vanguardistas decidieron implementar el *upcycling* en la creación de sus prendas, realizando arte y devolviendo a la vida piezas o materiales que serían descartados. Grandes casas de moda han abrazado este concepto y, poco a poco, más creativos de la industria han decidido sumarse a este movimiento, reinventando prendas y convirtiéndolas en algo completamente único e irrepetible.

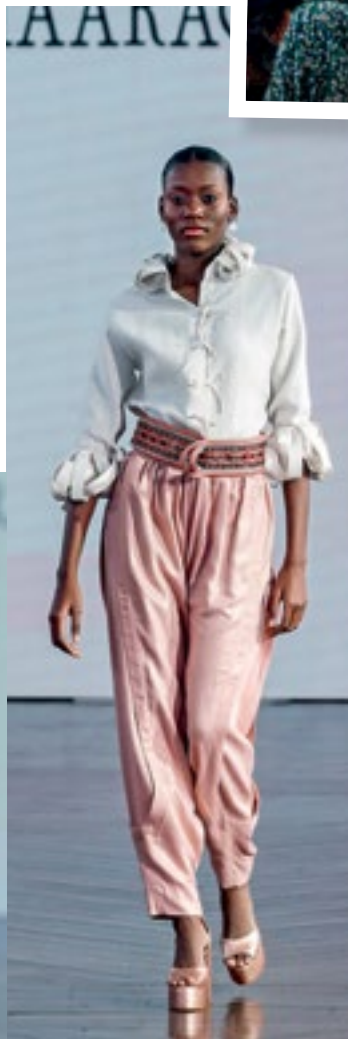


DE VUELTA A LO CLÁSICO

José Díaz Jurado dijo presente en el Panamá Fashion Week 2024, sorprendiéndonos a todos una vez más con su creatividad e inconfundible sello de calidad.

Su propuesta consistió en un conjunto de piezas como sacos, faldas, chaquetas, *blazers* y pantalones traídos a la vida utilizando telas minuciosamente seleccionadas e importadas de Europa y Oriente, entre ellas mencionó: seda, terciopelo, raso, brocado y lana.

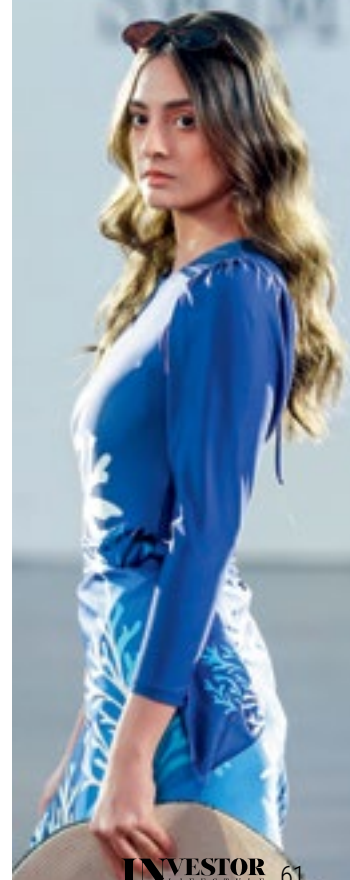
Díaz se vio altamente influenciado por los clásicos cortes de la alta sastrería. En esta línea el ingenioso diseñador logra que lo clásico abrace lo moderno.



LA MAGIA DEL BLANCO

La diseñadora panameña Verónica Ángel ha lanzado una colección de novias con la intención de acompañarlas en cada paso del camino hacia su "so very special moment".

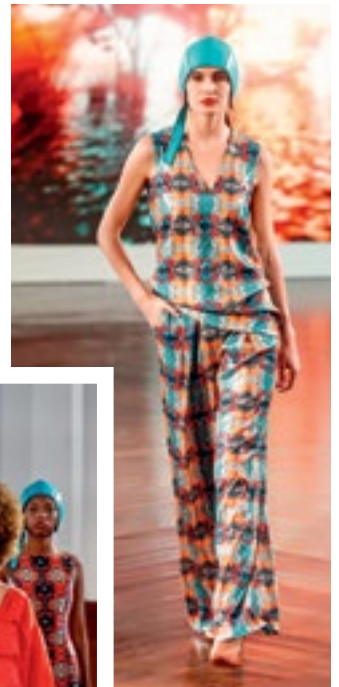
Desde la pedida de mano hasta el gran día, esta línea incluye piezas para diversos eventos, como el *bridal shower*, la ceremonia civil y la ceremonia religiosa.





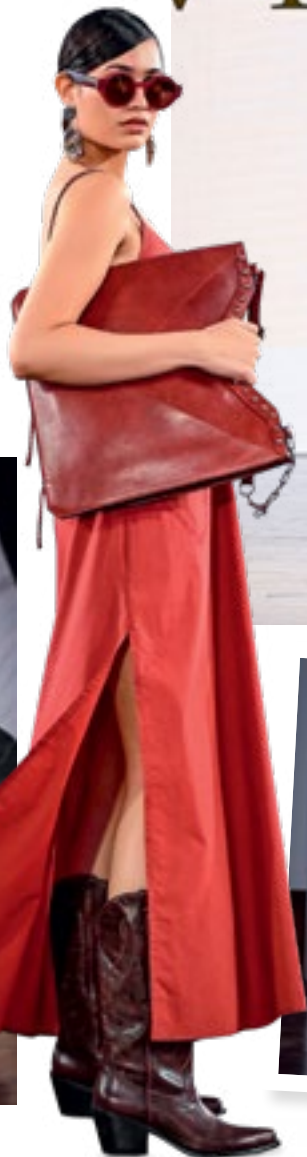
COLORES VIBRANTES

El español Marcos Luengo, artista internacional invitado, inundó la pasarela de color y estampados. Inspirado en la exhibición audiovisual del artista Iván Puñal, usó herramientas de IA para crear patrones y diseños de esta colección que tituló "Ex-Machina".



LA HUELLA DE VÉLEZ

Vélez tomó protagonismo en su esperado debut en el Panama Fashion Week, donde deslumbró con una exquisita selección de zapatos y bolsos de sus colecciones primavera-verano y otoño-invierno. La icónica firma colombiana, con más de tres décadas en la industria, se ha consolidado gracias a su impecable manera de trabajar el cuero, su capacidad de fusionar lo tradicional con lo moderno y su permanente fidelidad a sus raíces artesanales.





LA MAISON PRESENTA SU MÁS RECIENTE CREACIÓN, PANTHÈRE DOUBLE, UNA CARTERA DE ESTILO ATEMPORAL, ELEGANTE Y QUE EXALTA LA PODEROSA FIGURA DE LA PANTERA.

La emblemática Pantera toma forma de bolso



Cartier ha vuelto a capturar la esencia

de la elegancia con su última obra maestra: el bolso Panthère Double. Inspirado en su emblema más célebre, la pantera. Esta creación fusiona moda y joyería en un diseño que resalta por su sofisticación y espíritu felino.

El detalle más cautivador es la cabeza esculpida de la pantera, realizada en colaboración con uno de los artesanos de los talleres de joyería de Cartier. Este motivo, que desde 1914 ha simbolizado poder y gracia, ahora se presenta como el punto focal del asa del bolso. Su estructura ondulante, que se propaga con sutileza desde los fuelles laterales, crea una armonía perfecta entre la funcionalidad y el diseño artístico.

Disponible en tamaños pequeño y mediano, y en tonos como negro, ciruela y caramelo, el Panthère Double se presenta como un accesorio indispensable para quienes buscan transmitir magnetismo y elegancia. La piel de becerro graneada, unida a los acabados dorados, añade un toque de lujo inconfundible que distingue a cada pieza, incluyendo la firma de la Maison grabada en el interior.

Cartier vuelve a demostrar que el estilo y la artesanía van de la mano, ofreciendo una creación que promete ser más que un simple bolso: un símbolo eterno de distinción.

Rolex Perpetual Planet: EXPLORANDO Y PROTEGIENDO EL PLANETA

DESDE LOS POLOS HASTA LAS SELVAS, ROLEX APOYA A EXPLORADORES Y CIENTÍFICOS COMPROMETIDOS CON LA PRESERVACIÓN DEL PLANETA A TRAVÉS DE LA INICIATIVA PERPETUAL PLANET. ESTE ESFUERZO BUSCA CONCIENTIZAR SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y FOMENTAR LA PROTECCIÓN DE ECOSISTEMAS VULNERABLES.





Steve Boyes lidera las expediciones Great Spine of Africa.



La sherpa Dawa Yangzum, situada sobre el pueblo de Phortse y el centro de escalada de Khumbu, donde imparte un curso de escalada para mujeres jóvenes.

Por **MATÍAS MORALES**
Fotos **CORTESÍA ROLEX**

Durante casi un siglo, Rolex ha respaldado a exploradores en sus travesías por las regiones más remotas del mundo, como la primera expedición al Everest en 1953. Hoy, su Iniciativa Perpetual Planet continúa con ese legado, enfocándose en la protección ambiental a través de la ciencia.

A través de ella la marca colabora con expertos en los polos, montañas y selvas para estudiar los efectos del cambio climático. Por ejemplo, la expedición "Before It's Gone" en el Ártico ha recopilado datos críticos sobre el hielo marino, mientras que en África, el conservacionista Steve Boyes documenta las aguas del continente, explorando su interconexión.



Sir Edmund Hillary y Tenzing Norgay se acercan al campamento más alto del Everest, a 8.500 metros, mayo de 1953.

Un hito notable es la colaboración de Rolex con la National Geographic Society en una expedición de dos años en el Amazonas. A través de estudios del sistema fluvial desde los Andes hasta el Atlántico, los científicos buscan entender el impacto del cambio climático en la mayor selva del mundo. La expedición ha evaluado la salud del río, crucial para la biodiversidad global, y estudia la interacción entre comunidades locales y ecosistemas, como los manglares.

Rolex, a través de la Iniciativa Perpetual Planet lanzada en 2019, sigue comprometida a largo plazo con la ciencia y la exploración, colaborando con más de 30 socios globales y respaldando nuevas generaciones de científicos y conservacionistas. Esta iniciativa refleja el compromiso de la marca no solo con la aventura, sino con la preservación de la Tierra para futuras generaciones. **RS**

La exploración del pasado también es clave. En el monte Logan de Canadá, los científicos han extraído núcleos de hielo que podrían contener registros climáticos de hasta 30,000 años, lo que proporciona información invaluable para entender el futuro climático.

En paralelo, exploraciones en cavernas de la Amazonía colombiana lideradas por Francesco Sauro han descubierto formas de vida que podrían ofrecer pistas sobre la vida en otros planetas, aportando también datos sobre la evolución de la Tierra.



El galardonado con los Premios Rolex a la Iniciativa 2023, Constantino Auccha Chutas, en la jornada de reforestación cerca de Quishuarani, Perú.



Gina Moseley, galardonada con los Premios Rolex a la Iniciativa 2021, explora una enorme cueva dentro de Dachstein Mammuthöhle, una enorme caverna en los Alpes austríacos.



EL ETERNO 'GLAMOUR' DE LAS GEMAS

LAS JOYAS SON MÁS QUE ACCESORIOS; SON EXPRESIONES DE ESTILO Y ELEGANCIA. EN ALESSI JOYEROS, CADA PIEZA ESTÁ DISEÑADA CON METICULOSA ATENCIÓN AL DETALLE, UTILIZANDO GEMAS DE CALIDAD SELECCIONADAS CUIDADOSAMENTE, QUE IRRADEAN UNA BELLEZA QUE TRASCIENDE EL TIEMPO Y QUE ACOMPAÑA LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES DE LA VIDA.

Por REDACCIÓN DE INVESTOR
Fotos CORTESÍA ALESSI JOYEROS



ESMERALDAS

Un clásico eterno, reconocidas por su verde intenso y sus inclusiones naturales que las hacen extraordinarias.



MORGANITA

Su delicado color rosa melocotón aporta romanticismo y sofisticación a las joyas, siendo ideal para anillos y collares.



DIAMANTE CANARIO

Con su vibrante tono amarillo, este diamante irradia lujo y singularidad, siendo una opción brillante para joyas exclusivas.



TANZANITA

Esta gema rara y exclusiva, única de Tanzania y mil veces más escasa que el diamante, destaca por su fascinante color azul-púrpura.



BRILLO ÚNICO

Las gemas son admiradas por su rareza y su capacidad para captar y reflejar la luz, lo que las hace destacar en piezas de joyería de alta gama.

Pixel Fold:

La nueva frontera del 'smartphone' según Google



CON UNA ESTÉTICA VANGUARDISTA E IA INTEGRADA, EL NUEVO TELÉFONO DE GOOGLE LLEGA PARA DESAFIAR LAS EXPECTATIVAS SOBRE LO QUE UN MÓVIL DEBERÍA SER EN LA ERA DE LA TECNOLOGÍA.

El Google Pixel Fold no es solo un 'smartphone'. Es una declaración de intenciones. En un mundo donde las pantallas más grandes y los dispositivos más finos parecían ser los únicos caminos posibles, Google ha decidido doblar, literalmente, el concepto de innovación móvil. El resultado es un teléfono plegable que se despliega ante tus ojos, y te ofrece lo mejor de dos mundos: un dispositivo compacto y funcional que, al abrirse, revela una minitableta lista para llevar la productividad y el entretenimiento a un nuevo nivel.



¿TELÉFONO O TABLETA?

Delgado y ligero, pero cuando lo abres, te encuentras con una pantalla de 7.6 pulgadas, perfecta para consumir contenido, hacer *multitasking* o, simplemente, maravillarse ante el despliegue visual. El Pixel Fold Pro es ambas cosas, y lo hace con una fluidez que casi te hace olvidar que hay una bisagra involucrada.

BISAGRA CON FRICCIÓN FLUIDA

La tecnología de pliegue también es digna de mención y ha sido sometida a pruebas rigurosas para garantizar que resista miles de aperturas sin perder su firmeza o flexibilidad.





- PANTALLA INTERNA DE 8 PULGADAS CON TECNOLOGÍA SUPER ACTUA FLEX.
- PROCESADOR GOOGLE TENSOR G4 OPTIMIZADO PARA RENDIMIENTO Y EFICIENCIA MEJORADA.
- SISTEMA DE TRIPLE CÁMARA CON MACRO FOCUS Y GRAN ANGULAR MEJORADO.
- DISEÑO ULTRADELGADO CON BISAGRA DE FRICCIÓN FLUIDA PARA MAYOR DURABILIDAD.
- NUEVAS FUNCIONES DE CÁMARA COMO 'MADE YOU LOOK' PARA FOTOS PERFECTAS.

GOOGLE AI EN PIXEL: EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ

Funciones destacadas como Screenshots, Studio, Circle to Search, Summarize y Gemini, llegarán al Pixel 9 Pro Fold, junto con herramientas avanzadas de fotografía como Magic Editor y Pro Controls.



EL PIXEL 9 PRO FOLD REDEFINE EL ESTÁNDAR DE LOS 'SMARTPHONES' PLEGABLES CON SU PANTALLA ENVOLVENTE Y EL PODER DEL CHIP TENSOR G4, OPTIMIZANDO CADA INTERACCIÓN MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL AVANZADA.



UNA CÁMARA DE PRIMERA CATEGORÍA.

El sistema de triple cámara trasera del Pixel 9 Pro te ofrece acercamientos impresionantes, *selfies* claros y colores vibrantes, incluso en condiciones de poca luz.



ELEVA EL ENTRETENIMIENTO CON PANTALLA OPTIMIZADA

Multivista en YouTube TV y mejoras en juegos como Asphalt Unite, Disney Speedstorm, Minecraft y Candy Crush para una experiencia inmersiva.



ESCANEA AQUÍ
Y CONOCE EL
TELÉFONO



Comunidad explora: una vida en armonía con la naturaleza

Vivir en una reserva forestal privada, con acceso a las comodidades de la ciudad, es un sueño cada vez más preciado. Explora, un innovador desarrollo residencial en Panamá Pacífico, redefine el concepto de calidad de vida al combinar lujo, sostenibilidad y una profunda conexión con la naturaleza.

Rodeado por una reserva que alberga más de 500 especies de flora y fauna, Explora permite vivir en un entorno donde la naturaleza es la protagonista.

Imagina abrir tu ventana y encontrarte con un espectáculo de vida silvestre con imponentes árboles centenarios, delicadas flores silvestres, ríos, lagos y arroyos para luego disfrutar de actividades al aire libre como senderismo, yoga y paseos en un entorno planificado para fomentar el bienestar físico y mental.

Cada rincón de Explora está diseñado para respetar y preservar este ecosistema único, con senderos y miradores habilitados para observar la naturaleza sin causar daño. Una arquitectura moderna que se fusiona armoniosamente con el paisaje natural, minimizando el impacto ambiental a través de tecnologías sostenibles y prácticas ecológicas, contando además con amenidades para que toda la familia pueda disfrutar; entre las que se destacan:

- Gimnasio
- Piscina con 'sundeck'
- Piscina para niños
- Salón de eventos
- 2 Gazebos para bbq
- 2 Gazebos para fiestas
- 'Sports Lounge'
- Zonas de esparcimiento
- 'Splash Park'



Inversión con visión de futuro

Explora Comunidad Verde ofrece apartamentos entre 110 y 235 m², con terrazas privadas, gimnasio, piscinas y espacios de esparcimiento. Su diseño integra lo mejor de la modernidad y la naturaleza, con vistas excepcionales y proximidad a parques. Este entorno no solo ofrece bienestar, sino también una inversión segura que combina confort y sostenibilidad.



Ubicado estratégicamente, el proyecto facilita el acceso a las principales avenidas y puntos clave del desarrollo de Panamá Pacífico, incluyendo restaurantes, instituciones educativas y opciones de entretenimiento.

Así Panamá Pacífico continúa estableciendo nuevos estándares en el desarrollo inmobiliario, al ofrecer a sus residentes una experiencia de vida que combina lo mejor de la naturaleza y la modernidad en un solo lugar.

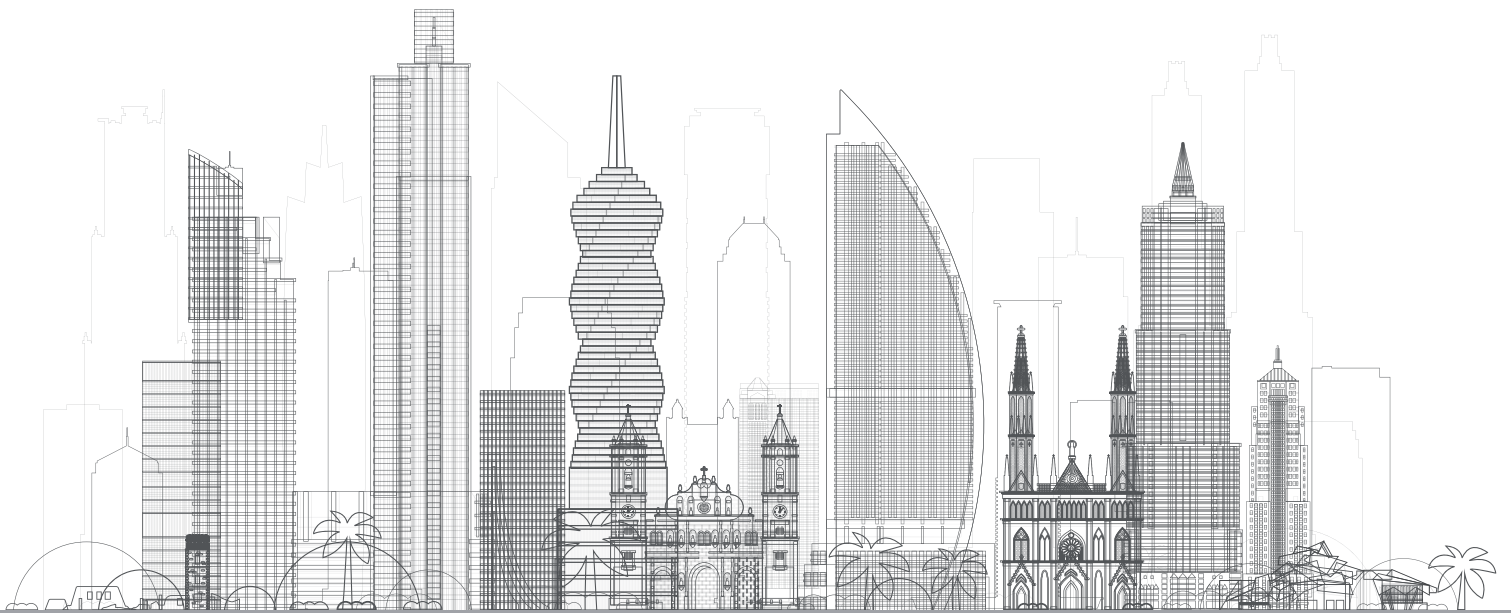


Beneficios de vivir en una reserva forestal

Residir en una reserva forestal no es solo cambiar de hogar; es adoptar un estilo de vida más saludable y sostenible. Respirar aire puro y estar rodeado de sonidos naturales ofrece una incomparable sensación de bienestar. Además, las viviendas en Explora están diseñadas con principios de sostenibilidad, con recursos renovables y tecnologías verdes, que brindan privacidad y tranquilidad lejos del bullicio urbano.



tassa
P A N A M A



AVALÚOS

Tel. 399-6969

www.tasacionesinmobiliarias.com.pa



NUEVO RÉCORD DE GEISHA

Durante la subasta privada electrónica de Lamastus Family Estates, se estableció el récord de 13,588 dólares por kilogramo del lote Aguacatillo Elida Geisha Honey ofrecido por una empresa de Corea del Sur. El café geisha de Chiriquí sigue cotizado como el más caro del mundo. "Lo más cercano a la perfección para producir un geisha es el área que tenemos en Panamá: altura, suelo volcánico, microclima... es por esta combinación de factores que a nivel mundial somos reconocidos", aseguró Wilford Lamastus.

ACCIONES PARA ACELERAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE

En el Foro Anual del Impacto de la Sostenibilidad de la ONU los temas centrales incluyeron el cambio climático, la paz y seguridad global, y la creciente desigualdad entre y dentro de los países, factores que están afectando el progreso hacia los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).



En septiembre, durante la Asamblea General de las Naciones Unidas, se celebró el Foro Anual del Impacto de la Sostenibilidad, donde líderes empresariales, políticos, organizaciones internacionales, innovadores y emprendedores sociales participaron en diálogos enfocados en temas clave como el cambio climático, la paz y la creciente desigualdad, que afectan el avance hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El evento coincidió con el verano más caluroso jamás registrado en el hemisferio norte, y un agosto que fue el décimo tercer mes en 14 con temperaturas globales por encima de 1.5°C respecto a niveles preindustriales. Ante esta urgencia, se destacó el papel crucial del sector privado, junto a gobiernos y la sociedad civil, para acelerar el desarrollo sostenible. El Foro Económico Mundial reafirmó su compromiso de fomentar alianzas multisectoriales para enfrentar estos desafíos globales.



[BANANO LIDERA EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES]

Según datos de la Oficina de Inteligencia Comercial (Intelcom) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), en julio de 2024, las exportaciones de bienes de Panamá alcanzaron los \$561 millones. El banano encabeza las exportaciones con un 13.7%, seguido de los camarones congelados (8.3%) y el azúcar de caña en bruto (7.9%). Las 10 principales fracciones arancelarias, incluyendo aceite de pescado y café tostado descafeinado, representaron el 58.9% del total exportado.

Convertimos tus cuentas por cobrar y contratos en **efectivo inmediato** a través de factoring y pre factoring.



Conoce más en balboafactoring.com ✉ efectivo@balboafactoring.com ☎ 269-1010





Por **OSCAR CASTAÑO**
Fotos **CORTESÍA SISÚ**

SUBASTAS, HONOR Y GLORIA

LOS CAFÉS DE ESPECIALIDAD PANAMEÑOS BATEN RÉCORDS EN VENTAS POR KILOGRAMO. SUS LOGROS SON EL CERTIFICADO DE CALIDAD OTORGADO POR EL JUEZ MÁS IMPLACABLE DE TODOS: EL MERCADO.

Panamá es el vigésimo país de América en extensión territorial, y al mismo tiempo es el número uno en subastas de cafés especiales realizadas por asociaciones dedicadas a su promoción. La última puja de Panamá supera en unas cien veces a otras de la región que si acaso sobrepasan los 120 dólares.

El pasado 8 de agosto, a las 12:45 de la noche, la subasta en línea Best of Panamá tañó la campana cerrando en 10.013 dólares —récord global en pujas de asociaciones— la disputa por un kilogramo de la categoría Geisha Natural, de la familia Lamastus. El lote completo, de 20 kilogramos, fue adquirido por la empresa japonesa Saza Coffee, luego de 2.410 ofertas, a un precio de 200.260 dólares.

En el segundo lugar de cotizaciones está el grano del segmento Geisha Lavado, de la finca Lorayne, presentado por Marcus Durán. De nuevo, Saza Coffee se impuso pagando 10.002 dólares por kilogramo y 200.040 por el lote.

En la categoría Varietal, la misma postora se adjudicó el lote Black Moon Constellation—Blak Moon Farm, de la denominación Chiroso, luego de su oferta de 1.630 dólares por kilogramo.



Habiendo redondeado un pago de 432.900 dólares por el precio máximo de los cafés de la subasta panameña, sin duda su protagonista central es Saza Coffee. Esta cadena de tiendas de café fundada hace 55 años en la ciudad de Hitachinaka, Japón, ilustra el interés en alza por el mundo del café en la propuesta panameña. Y anticipa sus próximos logros.

Las tiendas de Saza son más bien de espíritu *boutique* y constituyen una especie de hermandad donde reina tal minimalismo y tal atención personalizada, que su especialidad es la preparación de cafés finos adaptables al gusto de cada consumidor.

UNA COTIZACIÓN PARA QUÉ

La cifra pagada por el geisha natural de los Lamastus no fue el único récord de la jornada. La subasta, por primera vez, duró casi el doble de tiempo de lo habitual, desde las seis de la noche del 7 de agosto hasta pasadas las 5 de la mañana.

Esta edición, que “demoró 11 horas y 10 minutos y registró 18.878 ofertas, dejó también un récord en el precio promedio por kilogramo: 1.383 dólares”, informó Hunter Tedman, presidente de la Asociación de Cafés de Especialidad de Panamá.

De modo que siendo 50 lotes ocupados cada uno con 20 kilogramos, la cifra señalada por Tedman aumenta en 21,5 por ciento la de 2023.

Dice Wilford Lamastus Jr. que el ganador real de estos registros es el grupo de productores de las tierras altas chiricanas, donde se cultivan el geisha y los varietales. “Salen favorecidas las cosechas de 2025 y 2026”, proyecta Wilford, que dice sorprenderse “todavía” con la cotización récord de este año, la cual superó en 8 dólares a la máxima del año pasado.

Antes de ir a Casa Bruja, el bar que transmitió la última jornada bursátil, pasó por la Galería Weil Art, donde Flor Mizrahi estrenó su serie de fotografías sobre Panamá. Al bajarse del auto, vio que el kilo del geisha natural rozaba los 6.000 dólares.

Al igual que el productor boqueteño, varios de los invitados a la exposición miraban, cada tanto, sus dispositivos móviles para ver el desempeño de las cotizaciones. Un empresario del sector energético, al enterarse de que la venta de un lote podía sobrepasar los 200.000 dólares, le inquirió: ¿Nada más?

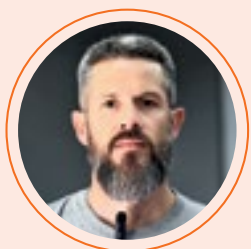


WORLD OF COFFEE PANAMA 2026

Entre 12 mil y 15 mil expertos en café, estarán en Panamá. Del 23 al 25 de octubre de 2026 se realizará por primera vez en Latinoamérica esta feria global donde se promocionará lo mejor del café nacional y de productos no tradicionales.

La respuesta de su interlocutor fue: “Significa mucho más que esa cifra”. Es un “certificado” semejante a la “medalla de oro obtenida por Djokovic en los Juegos Olímpicos”. Así que “no es un valor monetario” en comparación con los premios de un torneo de la Asociación de Tenis Profesional, pero sí “un reconocimiento que le permite al negocio continuar”.

Al menos el 20 por ciento de la recaudación por la subasta se destina a la Asociación de Cafés de Especialidad de Panamá. “Es una ganancia comunitaria, y no es ocasional”, especifica Lamastus Jr.



GRANDES RESULTADOS SE LOGRARON EN ESTA SUBASTA, COMO SUPERAR EL ALTÍSIMO PRECIO POR KILOGRAMO; SE SUPERÓ EL PROMEDIO Y EL VALOR TOTAL DE LA SUBASTA”.

Hunter Tedman

Presidente de la Asociación de Cafés de Especialidad de Panamá

Los ganadores de la subasta reinvierten parte de sus ganancias en innovación. En perfeccionar aún más el proceso de producción, en sus etapas de plantación, cosecha, despulpado, tueste, envase y comercialización.

Los Lamastus, en dicho sentido, crearon un recinto de secado con un control más preciso de la humedad. Son estos esfuerzos extras, casi imperceptibles, los que acercan a estos cafés especiales a la calificación de ciento por ciento que podría dar la cata a ciegas realizada por jueces internacionales, dos meses antes de la subasta.

SUBASTAS POR SÍ SOLAS

Como si fueran insuficientes las cotizaciones alcanzadas año tras año en la subasta Best of Panamá, que encabezan titulares de pren-



sa, ganan espacios informativos las pujas organizadas solo por familias productoras de tierras altas.

La agencia española de noticias EFE informó el pasado 24 de agosto que en la puja electrónica privada de la familia Peterson, propietaria de la Hacienda La Esmeralda, un kilogramo de la variedad geisha fue adquirido en 7.532 dólares, por la empresa estadounidense George Howell Company.

Los Peterson son pioneros en Panamá en esta modalidad de subastas, iniciadas en 2008, mientras que los Lamastus apuntan

ya cuatro ediciones. En la de este año, celebrada el 17 de septiembre, participaron 100 postores. Un comprador pagó la cifra récord de 13.724 dólares por un kilo de geisha.


Todo este posicionamiento del café especial panameño tiene ahora en la mira una presea mayor que la dorada. Algo así como un trofeo que incorpora los cuatros triunfos de Grand Slam de tenis, más el oro olímpico. En octubre de 2026 se realizará en Panamá, por primera vez, el World of Coffee.

El Convention Center acogerá este encuentro anual frecuentado por más de



12.000 visitantes especialistas y empresarios del café, luego de haberse realizado en ciudades de Europa, Oriente Medio y Asia. Dinamarca fue la sede de este año y Ginebra la de 2025.

A diferencia de la producción del grano, que requiere de unos cinco años antes de llegar al consumidor, el World of Coffee está a la vuelta de la esquina. En vista de su inicio, la Asociación de Cafés de Especialidad de Panamá recoge otro porcentaje de la bolsa de la subasta Best of Panamá para destinarlo a este evento de promoción y de reconocimiento. Para garantizar su éxito.

Hace 20 años, en el séptimo Best of Panamá, un kilogramo de geisha se vendió en 20 dólares. “Una barbaridad en ese entonces”, dice Wilford, pero que es ahora tan solo una fracción de 0,2 por ciento de la cotización del geisha de 2024. Eran las 12 y 45 de la noche cuando Wilford vio que su geisha natural llegaba a los 10.013 dólares. Nadie más pujó por él. Y con este honor, el país se ganó la gloria. 

UN ISTMO PARA EL MUNDO:

LA CUMBRE QUE TRANSFORMA EL TURISMO DE AVENTURA

PANAMÁ SE CONVERTIRÁ EN EL EPICENTRO DEL TURISMO DE AVENTURA CUANDO SEA LA SEDE DEL ADVENTURE TRAVEL WORLD SUMMIT, UN EVENTO GLOBAL QUE REUNIRÁ A MÁS DE 800 OPERADORES TURÍSTICOS, EMPRESARIOS, ESCRITORES E INFLUENCIADORES ESTE MES DE OCTUBRE EN EL PANAMA CONVENTION CENTER.

Por OSCAR CASTAÑO
Fotos CORTESÍA

La Cumbre Mundial de Viajes de Aventura Panamá 2024 logra dar en el clavo en la descripción del turismo posible en nuestro país. El Adventure Travel World Summit, como se denomina este encuentro anual en inglés, en su web habla del anfitrión en términos novelescos, pero reales.

Son palabras inspiradoras para los 800 turoperadores invitados a la Cumbre, quienes vienen promoviendo a Panamá en sus redes. Solo esta voz a voz sobre el país receptor, mencionado en diferentes idiomas, valdría varios millones de dólares si se presupuestaran en una campaña de publicidad.

La web dice que el anfitrión “serpentea a través del Caribe” para unir a Centroamérica con Suramérica. Que “pese a su tamaño compacto, tiene importancia mundial”, lo

que es otra manera de decir lo que siempre hemos sostenido: siendo este un istmo pequeño, nunca se agota.

La descripción profundiza en el “más allá de sus bosques volcánicos llenos de cantos de pájaros y de vida silvestre”, porque más acá transpira “una ciudad capital con una animada vida nocturna [con sus] callejuelas históricas”.

Luego, aborda “las playas salpicadas de palmeras y el Canal de renombre mundial que revolucionó los viajes y el comercio internacional”. Y cierra con un seductor “Panamá cautivará y sorprenderá a los viajeros en cada paso”.

¡HABEMUS PLAN!

La Cumbre corona el Plan Maestro de Turismo Sostenible oficializado en septiembre de 2020 que busca “impactar todo el resto del país: no solo Ciudad de Panamá, Colón





y los atractivos de Panamá Oeste”, explica Juan de la Guardia, quien hasta el pasado mes de agosto presidió la Asociación de Guías de Turismo de Panamá y conoce los pormenores de la Cumbre.

El plan refresca la oferta de turismo de Panamá, posicionando al país a la vanguardia de un sector económico que exige ahora no ser tratado como una industria y sí como una comunidad.

Si bien el encuentro reconoce los avances pautados en el plan, en el organizador del encuentro: Adventure Travel Trade Association, integrado por 30.000 asociados del mundo, “lo fundamental es promover un turismo consciente y regenerativo, que no deje huella” y “que les permita a las comunidades salir enriquecidas”, profundiza el exagremiado que preside la empresa Ogaya Travel.

Fuentes del mercado describen al turista descrito en el Plan Maestro de Turismo Sostenible como aquel dispuesto a gastar un tanto más que el turista regular. Se trata de un tipo de viajero tentado a pasar más días en el país para vivenciar las culturas afro, aborígenes, biodiversas o provinciales, planteadas, por ejemplo, en Bocas del Toro, Pedasí, Islas Secas y las comarcas indígenas, lugares a los que puede ir y volver en un mismo día.

Vivencias únicas como la de disfrutar el bosque de uno de los tres países con carbono negativo. Porque es en el marco del turismo sostenible, presentado en el mundo hace menos de un lustro, que el visitante quiere un turismo auténtico, capaz de reemplazar al de índole temático.

Dice una declaración recogida del Adventure Travel World Summit que la Cumbre rebasa “la simple conferencia”, debido a su característica de “reunión global” de personas que “trabajan duro y se divierten duro” en torno a oportunidades diferentes o complementarias a las del turismo tradicional.

Son aventureros con traje de operadores turísticos, agencias gubernamentales de promoción, empresarios locales y extranjeros, escritores, influenciadores y reporteros gráficos. Todos ellos interesados en obtener formación profunda de destinos y aprovechando un sinfín de oportunidades de networking, tanto dentro del sector como fuera de él.





**EL SUMMIT CIERRA
EL PLAN MAESTRO DE
TURISMO SOSTENIBLE
DE PANAMÁ, EL CUAL
BUSCA QUE LA ACTIVIDAD
IMPACTE MÁS ALLÁ DE
LA CAPITAL, COLÓN Y
PANAMÁ OESTE”**

*Juan de la Guardia, expresidente
de la Asociación de Guías de Turismo
de Panamá.*



La dinámica del encuentro favorece el cierre de negocios entre agencias del exterior interesadas en experiencias y destinos panameños o viceversa: de vivencias y lugares en otros países pensados en el turista panameño. O entre agencias y turoperadores extranjeros respecto de viajes a otros países.

Tiene entonces este summit de Aventura la ventaja de llevar a los visitantes a conocer los atractivos de nuestro país, lo que anticipa una reactivación del sector según el ideario actualizado del turista.

INVITADOS Y COMPETIDORES

Investor Lifestyle pudo contactar a figuras líderes regionales que destacan la relevancia del encuentro. Según Carmen Cecilia Cabello, presidenta de ProColombia, “la participación de esta agencia en la Adventure Travel World Summit de Panamá refleja nuestro compromiso en el fortalecimiento del turismo de naturaleza y de aventura en Colombia”.

El país trabaja desde hace años en “la consolidación como destino líder en este segmento [aventura] aprovechando nuestra biodiversidad única, que lo hace tan atractivo”, agrega la funcionaria colombiana que acompañará a seis empresarios

colombianos que “representan lo mejor de nuestra oferta en turismo de aventura”.

Recostado también sobre la franja del Pacífico, Perú mostrará su enorme oferta para hacer senderismo, ciclismo de montaña, surf, canopy, parapente y kayak. Un comentario enviado por PromPerú resalta que el país se ha consolidado como “uno de los destinos más deseados por los aventureros que buscan emociones extremas y paisajes impresionantes”.

La lista de atractivos, añade el comentario, obedece a “una vasta diversidad geográfica y un clima favorable”, ventajas que garantizan en Perú “un sinfín de actividades que cautivan a miles de entusiastas” todos los años.

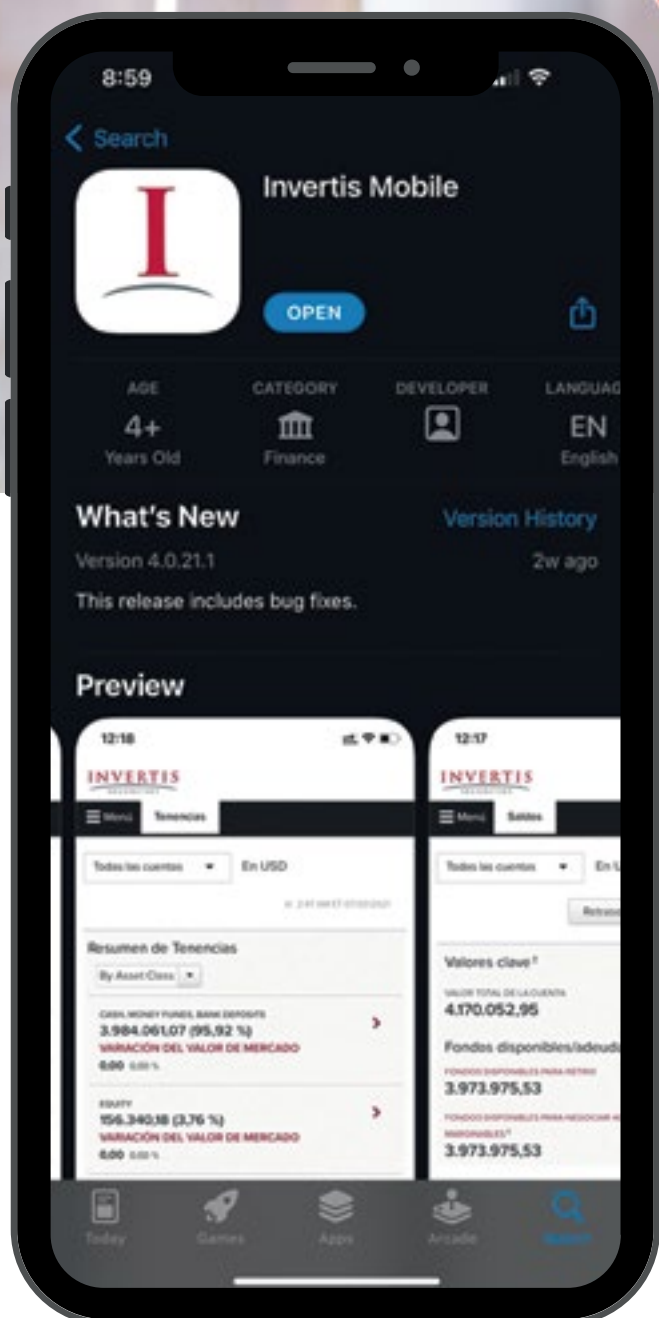
Realizados anteriores encuentros en Lugano, Suiza, en 2022, y luego en la prefectura de Hokkaido, en Japón, para este 2024 en Ciudad de Panamá el Adventure Travel World Summit está acorde con la vocación de rutas viajeras del anfitrión: un istmo donde, en esta ocasión, 800 aventureros hablarán de negocios, se inspirarán en nuevas y más excursiones, y proyectarán destinos de cultura y naturaleza de cualquier parte del mundo. O sea: de un presente y un futuro de la aventura turística mundial.

INVERTIS





SECURITIES

Grupo UniBank

Gestione su Portafolio de Inversiones desde **INVERTIS MOBILE**




Con tu cuenta de inversión tendrás acceso a **nuestra App**

-  Fácil de usar
-  Opera en tiempo real
-  Información actualizada
-  Respaldada por :

 **BNY MELLON** | **PERSHING**

Custodio Internacional

 invertissecurities.com

 (507) 214-0000

 @invertis.securities



ESCANEA AQUÍ PARA MÁS INFORMACIÓN



Los socios fundadores, Ángel Eduardo Pinzón Peralta y Román Quiros conmemoran casi una década de éxitos en ORG.

ORG: NUEVE AÑOS DE EXCELENCIA CONTABLE

EN SU NOVENO ANIVERSARIO, LA FIRMA DE CONTABILIDAD ORG CELEBRA UNA TRAYECTORIA MARCADA POR LOGROS SIGNIFICATIVOS, RETOS SUPERADOS Y UNA CONSTANTE EVOLUCIÓN EN UN MERCADO COMPETITIVO.



Por REDACCIÓN INVESTOR LIFESTYLE
Fotos ARIS MARTÍNEZ

Desde su fundación, ORG ha logrado posicionarse como una agencia contable de profesionales comprometidos con sus clientes. Este año celebran casi una década de trayectoria e Investor Business conversó con sus fundadores sobre el significado de este hito.

¿Cuáles han sido los mayores logros de ORG en estos nueve años de trayectoria?

Obtener el respeto y el reconocimiento de la comunidad de negocios, colegas, el sector bancario, inversionistas y autoridades, ha sido uno de nuestros mayores logros. Este reconocimiento ha sido fundamental y ha servido como la piedra angular que nos ha



FORMAR PARTE DE ALLINIAL GLOBAL, UNA ASOCIACIÓN DE FIRMAS DE CONTABILIDAD Y ASESORÍA INDEPENDIENTE A NIVEL MUNDIAL, HA SIDO FUNDAMENTAL EN NUESTRO CRECIMIENTO Y DESARROLLO”.

Ángel Pinzón, socio fundador de ORG.

permitido alcanzar hitos y metas importantes. Asimismo, el poder responder a las expectativas más exigentes de nuestros clientes y formar equipos que contribuyen a definir una cultura organizacional alineada con los valores de la empresa han sido baluartes clave a lo largo de estos nueve años.

¿Qué desafíos han enfrentado al dirigir una firma joven en un entorno tan competitivo?

El primer y probablemente el más grande desafío ha sido asumir el liderazgo de una firma nueva. La responsabilidad que implica esta posición frente a las volátiles tendencias del mercado y los entornos de negocios en nuestros clientes ha convertido esta tarea en un reto cada vez más exigente. El margen de error en decisiones o políticas corporativas es muy estrecho, lo que ha aumentado la demanda de precisión en nuestras acciones, ya que las consecuencias de cualquier error pueden ser difíciles de afrontar.

¿Cómo ha evolucionado la firma desde su fundación hasta hoy?

Hemos evolucionado en varios aspectos, como la inversión en tecnología, en capital humano y en la educación continua de nuestros miembros en diversas disciplinas. Una de nuestras convicciones más firmes es evolucionar constantemente para mantener la competitividad del negocio y avanzar al ritmo de las necesidades de nuestros clientes.

¿Qué cambios significativos han experimentado en términos de servicios, clientes o expansión?

Con el paso del tiempo nuestra gama de servicios ha ido fortaleciéndose. Hemos im-

plementado entrenamientos y capacitaciones en múltiples disciplinas para nuestros equipos, además de mantener colaboraciones estrechas con aliados estratégicos. Esto nos ha permitido no solo crecer, sino también identificar necesidades adicionales de nuestros clientes y responder de manera precisa y oportuna. En cuanto a la expansión, nuestros objetivos estratégicos se centran en explorar nuevos nichos de mercado a corto y mediano plazo.

¿Cuál creen que ha sido el factor clave para el crecimiento de ORG durante estos nueve años?

El factor clave ha sido la confianza que hemos ganado de nuestros clientes, aliados y colaboradores, así como de la comunidad de negocios en general. Además, el compromiso y sentido de responsabilidad que inculcamos como pilares fundamentales en nuestra cultura organizacional han jugado un papel esencial en nuestro crecimiento.

Este año cumplen siete años como miembros de Allinial Global. ¿Qué significa esta alianza y cómo ha influido en el desarrollo de ORG?

Formar parte de Allinial Global, una asociación de firmas de contabilidad y asesoría independiente a nivel mundial, ha sido fundamental en nuestro crecimiento y desarrollo. Esta afiliación nos ha proporcionado un impulso significativo en términos de penetración de mercado y reconocimiento por parte de clientes y otros actores clave. Ha sido un catalizador para nuestro crecimiento en el sector de servicios profesionales.

¿Qué beneficios han obtenido al ser parte de una asociación global como Allinial?

Nos ha permitido fortalecer nuestras relaciones con otras firmas miembros, lo que amplía nuestra oferta en el mercado. Además, hemos accedido a valiosa información, entrenamiento y capacitación sobre las tendencias globales y locales, dándonos una ventaja competitiva en nuestras industrias.

¿Cuáles son sus objetivos para ORG en el futuro cercano?

Programas de carrera y sucesión, gestión de calidad, posicionamiento en el mercado, automatización de procesos y funciones, y un enfoque en la rentabilidad. Estos elementos nos permitirán seguir creciendo y manteniéndonos competitivos en los próximos años.

EL MERCADO QUIERE **MÁS ENERGÍA FOTOVOLTAICA**

El sol alumbra para todos. Esta vez se trata de un recurso inagotable que, convertido en una fuente alternativa de electricidad, fomenta su empleo en personas y empresas. Empieza un lustro de transición.

Por **OSCAR CASTAÑO LLORENTE**
Fotos **CORTESÍA CAPES**

Lo que dejó en claro la resolución de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos después de subir de 2 a 3 % por ciento el tope de autoconsumo de energía, es que el mercado es el que asume el liderazgo de la transformación energética.

Son los usuarios de energías alternativas, en particular de la fotovoltaica, los que señalan cuál es el camino en los próximos cinco años, empezando por disminuir aún más el límite de autoconsumo. Hasta la fecha, ellos logran fomentar el uso de fuentes renovables.

Esta cruzada se torna evidente desde hace una década, cuando la capacidad instalada de clientes de autoconsumo mediante paneles solares y molinos eólicos llegaba a 425 kilovatios-hora, según la ASEP. Esta entidad sostiene que tal índice había ascendido a 102.268 kilovatios-hora hasta el pasado mes de febrero.

En esta línea, desde la Cámara Panameña de Energía Solar sostienen que la actual cifra correspondiente es de 120.741 kilovatios-hora. Se trata entonces de un aumento de 18,1 % que podría explicarse con la medida dispuesta por el regulador a mediados de abril de este año.

En número de clientes, había 13 en 2014, mientras que en febrero pasado tal cantidad subió a 3.325. Ahora la agrupación enseña una cifra de 4.179, que refleja un aumento de 24,2 % en los últimos cuatro meses.

TRANSICIÓN Y DESARROLLO

El uso de la energía fotovoltaica crece a pasos agigantados alrededor del mundo, sostiene José Ramón Gómez, líder regional de Energía del Banco Interamericano de Desarrollo. El consultor anticipa además que “no será posible una transición energética sin contar con el desarrollo del mercado de la energía solar en Latinoamérica”.

Y esta transición, argumenta Gómez, precisa robustos sistemas de transmisión eléctrica para incorporar esas nuevas fuentes de generación dentro de la matriz de los países de Latinoamérica y del Caribe.

En nuestro país viene fortaleciéndose el aumento del uso de la fotovoltaica por razones de estrategia y de ahorro, o por la



No será posible una transición energética sin contar con el desarrollo del mercado de la energía solar en Latinoamérica”.



José Ramón Gómez
Banco Interamericano de Desarrollo

combinación de ambos factores.

Compañías nacionales y multinacionales recorren el camino hacia el carbono neutral para disminuir así su huella de carbono, por lo que Javier Gutiérrez, líder de Celsia Centroamérica, sostiene que en ocasiones estos consumidores tienen clientes internacionales “que les exigen tomar” medidas de esta índole.

Otros consumidores se montaron en este tren solar debido a “una decisión netamente económica”, profundiza Gutiérrez. Son clientes interesados en obtener una generación distribuida del recurso, es decir, con la instalación de paneles donde ellos quieren consumir y producir.

Esto resulta “positivo” en el balance del cliente al tomar su decisión tanto de “obtener un ahorro de costos como de mejorar el impacto en sus indicadores ambientales y de sostenibilidad”, destaca.



La Cámara Panameña de Energía Solar está satisfecha con las condiciones de financiamiento ofrecidas por la banca local”.



Juan Andrés Navarro
Cámara Panameña de Energía Solar

CUANDO CALIENTA EL SOL...

La expansión de la energía fotovoltaica puede atribuirse a factores como “la abundante radiación solar de Panamá”, apunta Juan Andrés Navarro, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar, gremio que agrupa 87 empresas. En octubre del año pasado eran alrededor de 60.

Navarro coincide con Gutiérrez en “el interés creciente de las empresas y residentes por disminuir costos energéticos”.

Del lado de esta transición juega la ubicación estratégica del país, con unos estándares de radiación óptimos para instalar granjas solares sobre la franja del Pacífico, en especial en el arco seco de las provincias centrales, de Río Hato a Azuero, donde hay suficientes terrenos libres de obstáculos como edificios o bosques y donde son escasas las lluvias y los vientos.

El mercado también abandera la transición porque se disminuyó a la mitad la inversión requerida para un megavatio de potencia instalada, en comparación con el precio de hace una década. “Lo que antes costaba 100 dólares, ahora cuesta 50”, compara Gutiérrez, que adiciona el poder de un solo panel de hoy: “Puede generar tres veces lo que generaba hace una década”. Quiere decir, un aumento de “la potencia por metro cuadrado”.

La banca panameña se broncea también



Compañías nacionales y multinacionales recorren el camino hacia el carbono neutral para disminuir así su huella de carbono”.



Javier Gutiérrez
Líder de Celsia Centroamérica.

con el brillo de la energía solar. Del sector público, el Banco Nacional y la Caja de Ahorros; y del privado, Banco General, Banistmo y Banco Aliado, además del fondo de inversión alemán Ecoligo, son entidades que han desarrollado créditos a la medida.

Por ahora, la Cámara Panameña de Energía Solar “está satisfecha con las condiciones de financiamiento ofrecidas por la banca local”, reconoce Navarro, porque la considera

un factor crítico en la viabilidad de la energía fotovoltaica del país.

Que más personas y empresas se entusiasmen con esta fuente de energía, implica tasas de interés competitivas y plazos de pago flexibles, apunta el líder gremial. Por lo tanto, si más bancos comienzan a ofrecer “financiamientos verdes”, mejorarían aún más las condiciones para el desarrollo del mercado de energías renovables.

En Panamá se avecina la discusión de la Ley 6 de 1997, que establece el régimen al que se sujetan las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica. En la nueva norma debe prevalecer la seguridad jurídica para los inversionistas y mantenerse el respeto por unas reglas de juego claras, concretas y de largo plazo, enumera Gutiérrez.

Pero el aumento del límite de generación de autoconsumo responde a un acto del regulador, de la ASEP. Se trata de una discusión técnica que tiene la presión práctica del mercado.

Dice Juan Andrés Navarro que un marco legal favorable a la inversión de energías renovables, alienta aún más a consumidores y a empresas a adoptarlas. “Ambos sectores apoyan así los cambios de sostenibilidad del país”. Y aumentan el poder de un consumidor al que nada lo detiene.



Audits &
Accounting

Soluciones
Integrales e Inteligentes
orientados a sus necesidades



Servicios:



Auditoría.



Impuestos.



Contabilidad & Planilla.



Consultoría.



Servicios Legales.

Contacto

Ave. Balboa, P.H. Grand
Bay Tower (Unibank), Piso 4,
Oficina 401.

orgauditores.com.pa

+507 3923850



INNOVACIÓN FINANCIERA

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA BANCA EN SOSTENIBILIDAD

LA SOSTENIBILIDAD ES UN PILAR CLAVE EN LA ESTRATEGIA DE UNIBANK, QUE COLABORA CON INSTITUCIONES MULTILATERALES PARA FINANCIAR PROYECTOS VERDES Y DE INCLUSIÓN. A TRAVÉS DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS, HAN LOGRADO IMPACTOS SIGNIFICATIVO EN LA COMUNIDAD.

Por **MARIELA ARZE**

La autora es Vicepresidenta de Tesorería, Instituciones y Alianzas Estratégicas de Unibank

Existen diversas instituciones multilaterales y fondos de impacto que impulsan estrategias de sostenibilidad y a través de las cuales el sector bancario puede acceder a un fondeo destinado, entre otros, hacia préstamos verdes, cambio climático, pymes e inclusión de género. En adición, la sostenibilidad se sitúa como un pilar fundamental dentro de la estrategia corporativa bancaria a través del diseño de productos verdes y propuesta de valor asociada que deriven el impacto que dichos organismos mantienen como objetivo principal. Estas instituciones nos brindan de manera oportuna asistencias técnicas para reforzar nuestros sistemas, políticas y modelos de la estrategia del Banco frente a la colocación de estos recursos.

Dentro de la estrategia corporativa, la sostenibilidad representa un pilar fundamental en nuestra institución teniendo un rol importante y actuando de manera trans-



versal desde los altos niveles ejecutivos permeando hacia toda la organización. A través de alianzas estratégicas importantes con un objetivo en común se desarrollan las propuestas de valor para que estos impactos


positivos lleguen a proyectos finales.

En Unibank hemos obtenido estos financiamientos y hemos logrado impactar diversas empresas en pro de objetivos planteados en nuestros pilares estratégicos, por ejemplo, participamos en el proyecto de paneles solares de uno de los planteles de educación más importantes del país y su principal motivación era implementar medidas para mejorar las condiciones de sus colaboradores, incrementar la productividad de su trabajo y reducir sus costos energéticos. Así mismo, buscaron mejorar el confort térmico de los ocupantes de las instalaciones y que estas estrategias mejoren la competitividad de su negocio. Hemos participado en el financiamiento de una planta solar bajo la cual se han instalado varias tecnologías que han beneficiado sus instalaciones donde han migrado sus sistemas de iluminación, sistemas de aire acondicionado y sistemas fotovoltaicos en una institución educativa.

La sostenibilidad es el principio que busca cubrir las necesidades de las generaciones actuales garantizando el equilibrio entre la protección del medio ambiente, el desarrollo y bienestar social y el crecimiento económico”.

Mariela Arze
Vicepresidenta de Tesorería, Instituciones y Alianzas Estratégicas de Unibank

Los reguladores de la Banca están comprometidos con la sostenibilidad a través de la taxonomía de finanzas sostenibles entre otras iniciativas que se están dando. Entre los retos que mantiene la banca hacia adelante están todas las regulaciones por venir en este tema así como el compromiso de la alta gerencia y sus juntas directivas en apoyar dichas estrategias en pro de la sostenibilidad.

En Unibank mantenemos el compromiso de que la colocación de estos recursos tengan todos los elementos necesarios en el ámbito socio ambiental, teniendo la estructura transversal para oportunamente gestionar e impactar al ambiente así como ser conscientes de ser un ente de impulso hacia un banco más sostenible. 



#NICKYDIDWELL

RODEADOS DE SUS SERES QUERIDOS Y AMIGOS, EN UNA TARDE MÁGICA DE ABRIL, CELEBRARON SU UNIÓN NICOLE HUMBERT Y CARLOS DOWELL.

Luego de la ceremonia religiosa, los novios festejaron hasta el amanecer en el Club de Golf de Buenaventura. ¡Qué viva el amor!

FOTOGRAFÍA: Rubén Parra | COORDINACIÓN: Carlina Terrientes | DECORACIÓN: Carlos Mastellari - POMPA
VESTIDO: Gaudí / Berta | MAQUILLAJE: Ileana M Ho de Miranda Makeup Art | HEADPIECE: Always & Forever
PEINADO: Javier Velásquez | ILUMINACIÓN: Light Color
VIDEO: Carlos Yap | MÚSICA: Truenos y Relámpagos / Riki Silvera | MESA DE POSTRES: Delicias Betzabé
DULCE: Caprichos | MIXOLOGÍA: MHC Eventos











20 AÑOS DE INNOVACIÓN INMOBILIARIA

Haus conmemoró sus primeras dos décadas con un conversatorio titulado "Futuro de la industria inmobiliaria residencial", moderado por su CEO, Claudio Valencia, y que contó con la participación de expertos como Juan Raúl Humbert e Ignacio Mallo, quienes abordaron el impacto de la empresa en la clase media. Haus ha transformado el acceso a viviendas de calidad, ofreciendo a este sector propiedades accesibles con amenidades antes reservadas para proyectos de lujo.

FOTOS: Cortesía









REAPERTURA DE TORY BURCH EN MULTIPLAZA

Tory Burch celebró la reapertura de su 'boutique' en Multiplaza, con un diseño moderno y minimalista. La tienda, luminosa y espaciosa, cuenta con detalles florales de Caitlin McGauley, alfombras verdes y sillas de terciopelo, que crean un ambiente acogedor. Durante el evento, los invitados disfrutaron de la nueva colección y un recorrido exclusivo.

FOTOS: Juan González





ASÍ & ASÁ

Feliz en mi tierrita.
Nuestro pasaporte es tan
exclusivo por nuestra
naturaleza como Mónaco y
Dubái por sus extravagancias.

en la que ocho ladrones, que robaban el banco de España, imprimían euros de 50 y se llevaban 2,400 millones de euros cada uno. El plan era que robaban y se separaban por diez años en algún lugar paradisíaco. Cada uno con sus 2,400 millones de euros para disfrutar la buena y deliciosa vida. Eran ocho asaltantes y dos de ellos decidieron venir a Panamá con su botín.

Entonces, yo sé que es ficción y que uno no debe robar, pero me quedo con que si tuvieras 2,400 millones de euros, salud y amor, ¿a qué lugar del mundo te irías? Yo, 100 % a las playas de Panamá a comer patacón con pulpo y vivir a gusto con poquita ropa.

Queridos panameños, somos multimillonarios y afortunados de llamar a Panamá nuestra nación. Nuestro pasaporte es tan exclusivo por nuestra naturaleza como Mónaco y Dubái por sus extravagancias. (Sí sabes que aunque nazcas en Mónaco o Dubái te dan ese pasaporte). Bueno, nosotros así de exclusivos, pero así. #Asi&Asa

Vivamos para cuidar y disfrutar nuestras playas ¡¡¡y recuerden!!! no es necesario vivir así con tanto drama, suspenso y estrés. Porque la serie era buena, pero era estresante. O sea, hasta Madonna era fan de Tokio (una de las asaltantes). Anyways, no hay que robar ni imprimir euros; nacer en Panamá ya nos hace de los más afortunados del mundo. ¡Que viva Panamá! ¡Ojue! Y a vivir saladitos de agua de mar, pero así, sin 2,400 millones de euros.

#LaVidaTeDaYTeQuita
#AReirParaNoLlorar
#Asi&Asa



verdad, NUESTRAS PLAYAS son un paraíso, o sea, del gusto de todos. Así como Brad Pitt o George Clooney. Bueno, así. Es que nadie puede decir: “Nombre no, es que esos pelaos están feos y mal hechos. No son mi tipo”. O sea, el que es guapo es guapo. Así mismo son nuestras playas: bellas, bellas.

¿Recuerdan el megaéxito de Netflix La casa de papel? Les hago el resumen ejecutivo, minuta informativa. Era una serie

Mónica Guzmán Zubieta
@monicaguzmanzubieta

Resulta que uno nace donde nace. Se sabe, y es vox pópuli, que yo siempre he sufrido mucho mi pasaporte y nacionalidad. Por aquello de que soy artista y con un pasaporte de USA o Comunidad Europea, pues uno hubiera podido quedarse más tiempo allá luchando por el triunfo internacional. Recuerden que en mis tiempos no había You Tube ni Google ni nada de esas plataformas tan en bombas que nos dejan traspasar fronteras. En mis tiempos era a pulmón y apostándole al talento y suerte. La verdad, lo sufrí, pero ya lo superé. #VivoAlegreAquíEnLaTierrita

Además, a NADIE le encanta más su bandera y su tierrita que a mí. Más que el tembleque y el sombrero pintao, yo aprecio y amo el patacón, el pulpo al coco, el pescado frito y, por supuesto, el mar. La

ORIS

HÖLSTEIN 1904



Aquis Date

Go your own way



Ave. Samuel Lewis diagonal al Santuario Nacional
Town Center Costa del Este Planta Baja – Nivel M2



SANTOS
DE
Cartier