

EDICIÓN 25

INVESTOR

LIFESTYLE

SEPTIEMBRE 2025
www.investor.com.pa

DONOVAN MITCHELL

ENCESTANDO SUEÑOS

EL PASO DE LA ESTRELLA DE
LA NBA POR PANAMÁ





REACH FOR THE CROWN

EL OYSTER PERPETUAL

Somos parte de tu destino

Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com





œ AirEuropa SKYTEAM
Tú decides



SEASIDE

En el corazón de Calle Uruguay

Proyecto con permisos para rentas cortas, con amenidades premium y todo lo que necesitas a menos de 1 kilómetro de distancia.



- Unidades de **56 y 64m²** perfectas para invertir, rentar y disfrutar en periodos de vacaciones.
- Mobiliario, línea blanca y equipamiento incluidos.*
- Gestionado por expertos en la mejor zona de la ciudad.

Property Manager
CORPORATE STAYS
— BEYOND BUSINESS —

Salas de ventas

Costa del Este | Ave. Balboa | Calle 47
Casco Antiguo | Boquete | Playa Bonita



empresasbern.com | [@empresasbern](https://www.instagram.com/empresasbern)
info@empresasbern.com | +507 6679-2204

*Imágenes de referencia inspiracional. Diseño conceptual. Validar con su asesor de inversión los elementos incluidos.

CONSTRUIR EL FUTURO JUNTOS



MATÍAS MORALES
mmorales@investor.com.pa

La ovación en la arena Roberto Durán marcó más que el inicio de un programa deportivo: fue el renacer de una pasión colectiva. Con Ences-tando Sueños, el baloncesto panameño volvió a convertirse en lenguaje de identidad y en pla-taforma de oportunidades. En la duela, la me-moria de décadas gloriosas se unió al horizonte global de una nueva generación, recordando que el deporte es mucho más que competencia: es comunidad, es disciplina, es futuro.

Ese mismo impulso atraviesa esta edición. Desde distintos ángulos —la cultura, la tecnología, el medioambiente o la eco-nomía— emerge una misma convicción: lo que parecía frágil, rutinario o incluso agotado, puede transformarse en motor de resiliencia. La literatura nos recuerda que lo cotidiano guar-da una fuerza universal. Los océanos revelan que lo invisible sostiene la vida y abre nuevas economías posibles. La salud tecnológica demuestra que lo esencial ya no está en contar pasos, sino en entrenar la recuperación y el foco. Incluso la información digital, en su aparente frialdad, se redefine cuando deja de dispersarse en enlaces para convertirse en conocimiento en contexto

Más allá de los tableros y de los títulos, la lección es cla-ra: el verdadero poder está en redescubrir lo que nos sostiene y atreverse a convertirlo en futuro compartido. La resiliencia no es solo resistencia: es la capacidad de convertir sueños en movimiento y movimiento en futuro.



ESCANEA AQUÍ
PARA VISITAR LA
PÁGINA WEB

PRESIDENTE EJECUTIVO
José Ramón Mena Mauriz

DIRECTOR DE CONTENIDO
Matías Morales

COLABORADORES Y
COLUMNISTAS
Matías Morales
Kelly Araque
Yamilly Bonilla

José Ramón Mena Mauriz
Jorge Chanis Barahona
Mónica Guzmán Zubieta

EDITOR DE DISEÑO
Ricardo Bermúdez

DISEÑO EDITORIAL
Selene Márquez

FOTOGRAFÍA
Adiddas
Aris Martínez
Octavio Frauca

BANCO DE IMÁGENES
AFP
Unsplash

CORRECCIÓN
Edubenis Sánchez

♦
GERENTE COMERCIAL
Iris De León
IRISDELEON@INVESTOR.COM.PA

GERENTE DE MARKETING
Yamilly Bonilla

♦
REDES SOCIALES
Tesla Pescetto

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

♦
Investor Lifestyle Magazine
es una publicación 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 publicado



Haz realidad tu nuevo comienzo

En MetroBank te acompañamos
en cada paso para la compra de
tu nuevo hogar, ofreciendo
asesoría y excelentes
condiciones de financiamiento.

**¡Tu hipoteca,
en las mejores manos!**

[Aplica aquí](#)



MetroBank
ES CONFIANZA

en esta edición



16

VINOS

Una historia que se cultiva con las manos



32

ABOUT

Los corales, catedrales vivas del océano



48

PROTAGONISTA

Tres compañías, un mismo sueño deportivo



62

TENDENCIAS

Bolsos que cruzan fronteras con estilo

22

MODA

Elegancia, identidad y visión compartida

38

TRAVEL

Descubriendo el Museo Louwman en La Haya

44

GASTRONOMÍA

Cosme y las picanterías: dos mesas que dan pa' volver

58

TENDENCIAS

Resistencia y tiempo en la misma pista

70

INVESTOR BUSINESS

La búsqueda ya no es encontrar enlaces, sino resolver en contexto

92

LIFESTYLE

Mujeres lideran inversiones en Ella Invierte

96

OPINIÓN

Así y Asá



56

TENDENCIAS

Esencia pura de elegancia



84

LIFESTYLE

#CELEBRACIÓNDEAMOR

The Blue Essence of Beauty.


ALESSI
JOYEROS

Área Bancaria, frente al Hotel Hyatt
(507) 264-1126 (507) 6493-5126

Casco Antiguo, frente al Hotel La Compañía
(507) 379-3901 / 3920 (507) 6472-2411

@alessijoyeros



Tasmania... o el refugio donde el tiempo se suspende

MÁS QUE UN DESTINO, TASMANIA ES UNA METÁFORA DE LO INTACTO. UN RECORDATORIO DE QUE LA VERDADERA RIQUEZA ESTÁ EN LO ESENCIAL: RESPIRAR, CONTEMPLAR Y GUARDAR INSTANTES QUE SE VUELVEN ETERNOS.

AL SUR DE AUSTRALIA, SEPARADA DEL CONTINENTE POR MARES HELADOS, TASMANIA EMERGE COMO UN TERRITORIO DISTINTO, CASI MÍTICO. Es una isla que guarda en su aislamiento la fuerza de lo indomable: bosques milenarios que parecen detenidos en otra era, cielos que

se encienden con auroras australes y un aire considerado el más limpio del planeta. No es casualidad que muchos la llamen "el fin del mundo", porque recorrerla es adentrarse en un espacio donde la modernidad se detiene, donde lo humano pierde protagonismo frente al poder de

lo natural. Tasmania no se ofrece como un paisaje más en la lista de viajes, sino como un recordatorio de lo que somos capaces de olvidar: la belleza que existe cuando el mundo respira en silencio, sin prisa, sin artificio.

Pero Tasmania no es sólo geografía: es símbolo. Es memoria y futuro a la vez. Como en la imagen, donde la inmensidad abraza la mirada, nos recuerda que lo esencial nunca necesita adornos: basta un instante para volver al origen.

Foto por: Kelly Araque





@29rpmstudio

ELEGIR, PREPARAR, ESPERAR

CUANDO UN TOCADISCOS CUENTA HISTORIAS

Hubo un tiempo en que el tocadiscos era el centro del mundo. Estaba ahí, en la sala principal, como un altar doméstico: alrededor suyo las personas se reunían no sólo a escuchar música, sino a estar juntas, compartir y a sentir la aguja descender como un rito.

En @29rpmstudio no venden objetos: reviven atmósferas. Este estudio coreano especializado en audio *vintage* ha convertido la estética retro en una forma de vida y la tecnología analógica en puente emocional. Aquí no se trata solo de equipos funcionales, sino de piezas únicas que despiertan memoria, calidez y presencia.

Su estilo —pulcro, cálido y minimalista— ha conectado con una comunidad global que reconoce el valor de lo hecho con paciencia. Las imágenes invitan al silencio previo al sonido, al gesto ritual de poner la aguja, a elegir una canción no con clics, sino con pausa y deseo.

Cada pieza parece tener memoria y la transmite en sus vetas, su brillo discreto, su sonido cálido. @29rpmstudio no solo vende tocadiscos: vende la excusa perfecta para desacelerar, quedarse quieto y escuchar mejor. Porque, a veces, el lujo no está en tener lo último, sino en saber volver al origen.





En cada vuelta del vinilo, una historia olvidada encuentra su lugar exacto entre el arte y la emoción”.





Jones Winery & Vineyards

UNA HISTORIA QUE SE CULTIVA CON LAS MANOS

UBICADA EN RUTHERGLEN, VICTORIA, ESTA ES UNA DE LAS BODEGAS MÁS ANTIGUAS Y AUTÉNTICAS DE AUSTRALIA. DESDE 1860, LA FAMILIA JONES HA CULTIVADO UNA FILOSOFÍA DE TRABAJO ARTESANAL Y CONEXIÓN PROFUNDA CON LA TIERRA.

Por **KELLY ARAQUE**
Fotos **CORTESÍA**

Atres horas al norte de Melbourne, entre caminos rurales y campos dorados, Rutherglen guarda una de las bodegas más antiguas —y discretas— de Australia. Su nombre no figura entre los gigantes del vino. No aparece en publicidades espectaculares ni en etiquetas llamativas de exportación. Y, sin embargo, Jones Winery & Vineyard ha logrado lo que muchos buscan con grandes presupuestos: cons-

truir un legado. Desde 1860, esta pequeña finca de 10,1 hectáreas ha permanecido en manos de la misma familia, que ha hecho del vino no una industria, sino una expresión heredada, paciente y profundamente personal.

En un país donde las distancias imponen respeto y el mercado suele premiar la escala, la familia Jones eligió otra vía: trabajar cada hilera de vid como si fuese única, cuidar el suelo con obsesión, dejar que el tiempo marque el ritmo y que cada botella hable por sí sola. El prestigio, en su caso, no vino con medallas ni campañas. Llegó

con el tiempo. Con generaciones que, en lugar de diversificarse o vender, decidieron quedarse y reinventar la tradición.

Hoy, el viñedo está a cargo de Mandy y Arthur Jones, quinta generación al frente del proyecto. Ella, enóloga formada en Francia; él, agricultor meticuloso con mirada técnica. Juntos mantienen el alma de la bodega entre barricas y decisiones que respetan lo esencial. Desde 2023 se ha sumado Benjamin, hijo de Arthur y rostro joven del vino australiano. Formado en la Universidad de Adelaida y finalista del certamen Young Gun of Wine, Benjamin



EN JONES WINERY, CADA MIEMBRO DE LA FAMILIA TRABAJA EN EL CAMPO, PARTICIPA EN LA VINIFICACIÓN Y ATIENDE PERSONALMENTE A QUIENES SE ACERCAN AL VIÑEDO.



ha lanzado su propia línea bajo el nombre J6, elaborada íntegramente con uvas de la finca familiar. Su incorporación marca un nuevo ciclo en el que la historia se honra no con nostalgia, sino con innovación consciente.

En Jones Winery, cada miembro de la familia trabaja en el campo, participa en la vinificación y atiende personalmente a quienes se acercan al viñedo. No hay empleados que sustituyan esa cercanía. La experiencia de visitar la bodega es, en muchos sentidos, una conversación entre generaciones: quien sirve el vino también conoce la parcela, la poda y el punto exacto de madurez de la uva. Esa conexión directa es parte del encanto que ha convertido a

este lugar en un secreto bien guardado de Victoria.

Las variedades que cultivan combinan lo clásico con lo experimental. En sus parcelas más antiguas, el durif, el syrah y el muscat reflejan la tradición de Rutherglen. Pero también hay espacio para cepas blancas de origen mediterráneo como fiano, marsanne y roussanne, así como malbec, que aquí adquiere un perfil menos opulento y más texturado. Entre ellas, la fiano ocupa un lugar especial. Cosechado a mano el 6 de febrero de 2024 y fermentado con levaduras nativas en tanques de acero inoxidable, es un vino que brilla por su acidez fresca, sus notas tropicales y su crianza sobre lías, que aporta complejidad sin peso. Una prueba clara de cómo el viñedo puede adaptarse al clima sin perder elegancia.

Si hay una uva que define el carácter de Rutherglen es el durif. Esta variedad, producto de una cruce entre syrah y pe-

loursin, produce vinos densos, con taninos firmes y una intensidad aromática que, mal manejada, puede volverse abrumadora. En Jones Winery, sin embargo, la durif se expresa con otra lógica. En lugar de apuntar al poder, busca el equilibrio. Con un nivel alcohólico moderado (13%), mantiene la estructura, pero permite que la fruta hable con claridad. Es un vino que acompaña, no que impone. Ideal para platos de cordero, guisos especiados o quesos añejos, pero también lo suficientemente sobrio como para envejecer con dignidad.

La propuesta enológica se complementa con una experiencia gastronómica de altísimo nivel. El restaurante de la bodega está a cargo de Briony Bradford, chef formada junto a figuras como Ross Lusted, Paul Cooper y Brent Savage. Su cocina combina técnica francesa con ingredientes locales, celebrando la temporalidad y el entorno. No hay menú fijo: cada semana

se ajusta a lo que llega de los productores de la zona, muchos de ellos aliados históricos de la familia. El resultado son platos que dialogan con los vinos sin eclipsarlos. En cada servicio, la idea no es impresionar, sino armonizar.

Lo que realmente distingue a Jones Winery & Vineyard es esa sensación de autenticidad radical. No hay escenografía turística ni etiquetas prefabricadas. Las catas son dirigidas por los propios Jones sin guiones ni poses, con una honestidad que conmueve. El visitante no solo prueba vino; entra en una historia que ha sido cultivada, contada y transmitida con las manos. En un mundo donde todo parece acelerarse, esta bodega propone lo contrario: detenerse, entender, disfrutar. Como sus vinos, que no buscan tendencias, sino verdad. Porque hay lugares que no necesitan ser grandes para dejar una huella. Y este, en el corazón de Rutherglen, es uno de ellos. 



En un país donde las distancias imponen respeto y el mercado suele premiar la escala, la familia Jones eligió otra vía: trabajar cada hilera de vid como si fuese única, cuidar el suelo con obsesión, dejar que el tiempo marque el ritmo y que cada botella hable por sí sola.



Hoy, con seis generaciones involucradas, la bodega combina tradición, innovación y hospitalidad en una experiencia enológica íntima, donde cada vino cuenta una historia y cada visita deja una marca.

LA 'KOMBI' REGRESA ELÉCTRICA, MODERNA Y FUNCIONAL

PROTAGONISTA DE HISTORIAS QUE MARCARON TODA UNA ÉPOCA, ESTE ÍCONO RENACE EN VERSIÓN 100 % ELÉCTRICA CON EL ID.BUZZ, QUE YA SE EXHIBE EN EL PAÍS GRACIAS A DOMINGO ALONSO PANAMÁ, NUEVO REPRESENTANTE EXCLUSIVO DE VOLKSWAGEN. ESPACIOSO, SEGURO Y CONECTADO, ESTE MODELO ANTICIPA UNA NUEVA ERA DE MOVILIDAD SUSTENTABLE.



DETALLES DE CARROCERÍA

■ Estética retrofuturista

Diseño exterior bitono inspirado en la clásica *Kombi*, reinterpretado con líneas modernas que capturan la atención y evocan libertad.

■ Construcción alemana

Fabricado en Wolfsburg, Alemania, el ID.Buzz mantiene los estándares europeos de calidad, diseño y eficiencia aerodinámica.



SU LLEGADA A PANAMÁ COMO EXHIBICIÓN ANTICIPADA REFUERZA LA VISIÓN INNOVADORA DE DOMINGO ALONSO PANAMÁ COMO NUEVO REPRESENTANTE EXCLUSIVO.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

■ Autonomía eléctrica

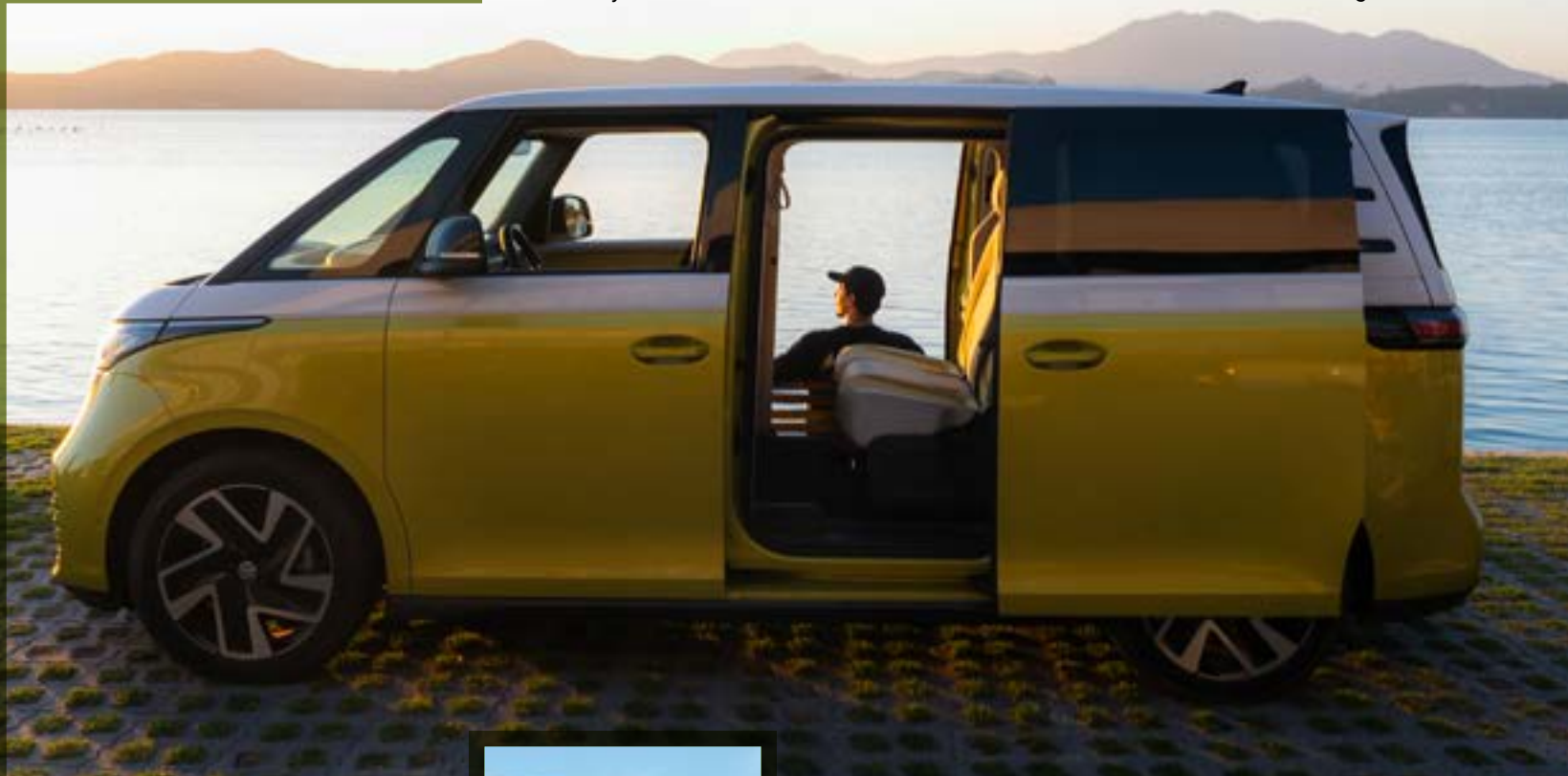
Ofrece hasta 475 kilómetros de autonomía 100 % eléctrica en su versión Pro de batalla larga, ideal para recorridos urbanos y familiares.

■ Potencia y tracción

Su motor de 286 caballos y 560 Nm de par entrega una aceleración suave, con tracción trasera para un manejo dinámico.

■ Sistema IQ.Drive

Incluye avanzadas asistencias a la conducción que optimizan la seguridad y comodidad, incluso en trayectos largos o condiciones exigentes.



INTERIOR INTELIGENTE

Su cabina es cómoda, versátil y tecnológicamente equipada, ideal para familias modernas que valoran conectividad y espacio.





Redefiniendo la
moda latinoamericana,
PFW 2025 presenta
propuestas cargadas de
historia y futuro.

Por YAMILLY BONILLA
Fotos CORTESÍA

ELEGANCIA, IDENTIDAD Y VISIÓN COMPARTIDAS

3 DISEÑADORES PARA VER EN PANAMA FASHION WEEK

La cita más esperada de la moda en Panamá. Del 25 al 28 de septiembre de 2025, Ciudad de las Artes se convertirá en el escenario donde la moda y la cultura se entrelazan en la vigésima cuarta edición de Panama Fashion Week. Este espacio simbólico, concebido como un enclave que une patrimonio, arquitectura y creación contemporánea, será la nueva casa de un evento que trasciende lo estético para consolidarse como un manifiesto visual y cultural.

Más de 20 diseñadores nacionales e internacionales participarán en esta edición, reafirmando su importancia como plataforma de proyección regional. Contemplará pasarelas, colaboraciones con marcas globales, proyectos solidarios como "Atardecer Rosa" y espacios de reflexión como los Fashion Talks. La campaña visual de este año, inspirada en la cultura callejera y el arte pop, dialoga con la sobriedad arquitectónica del *venue*, proponiendo un choque estético intencional que refleja la diversidad y la energía de la moda contemporánea.

Dentro de esta vibrante programación, tres nombres resuenan con fuerza: Daniela Arias, de Panamá; Abel López, de México, y Faride Ramos, de Colombia. Cada uno representa una voz distinta y poderosa, pero todos convergen en un mismo propósito: mostrar al mundo que la moda latinoamericana tiene identidad, sofisticación y un potencial ilimitado.

Daniela Arias | Casa Marciscano

La diseñadora panameña Daniela Arias, fundadora de Casa Marciscano, regresa a la pasarela tras una pausa significativa desde 2020. Su nueva colección, Interludio, es un relato sobre los encuentros, los opuestos y las pausas que generan transformación. "Interludio es la pausa donde nace lo nuevo", explica Arias, y subraya que este regreso simboliza tanto un renacer creativo como personal.

La colección juega con los contrastes: cuero frente a sedas, tules bordados frente a pedrería. Cada material se convierte en metáfora de atracción, fricción y fusión, conceptos que sintetizan el espíritu de la propuesta. Para Arias, más allá de lo estético, la colección representa un nuevo capítulo en su trayectoria y un recordatorio de que las pausas también son fértiles.

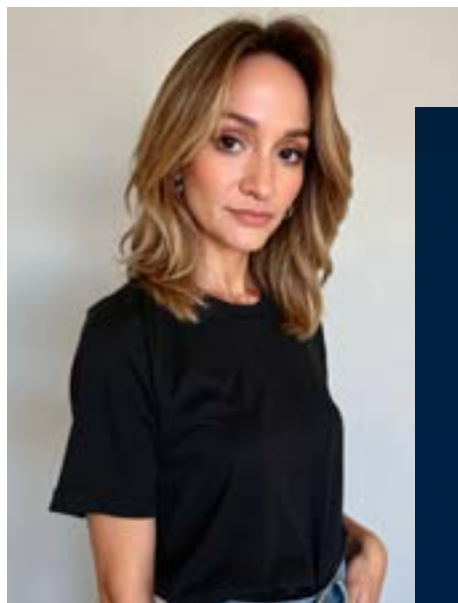
Lo que distingue a Casa Marciscano es su capacidad para reinterpretar la artesanía panameña en un contexto contemporáneo. Arias no la utiliza como adorno, sino como lenguaje: bordados y tejidos tradicionales se trasladan a siluetas minimalistas y actuales, creando piezas que conviven con naturalidad en un guardarropa global sin perder su raíz cultural.

La diseñadora reconoce los desafíos de construir moda con identidad en un país donde la industria aún está en desarrollo. Sin embargo, su visión es clara: mostrar una moda panameña sofisticada y lista



para dialogar con el lujo internacional. La mujer que viste Casa Marciscano, afirma, es sofisticada, segura y libre, alguien que no se rige por tendencias, sino por su propia narrativa personal.

"Más que mostrar ropa, quiero mostrar una forma de ver la moda panameña", concluye Daniela Arias, y deja claro que su regreso no es sólo una pasarela, sino una declaración de intenciones.

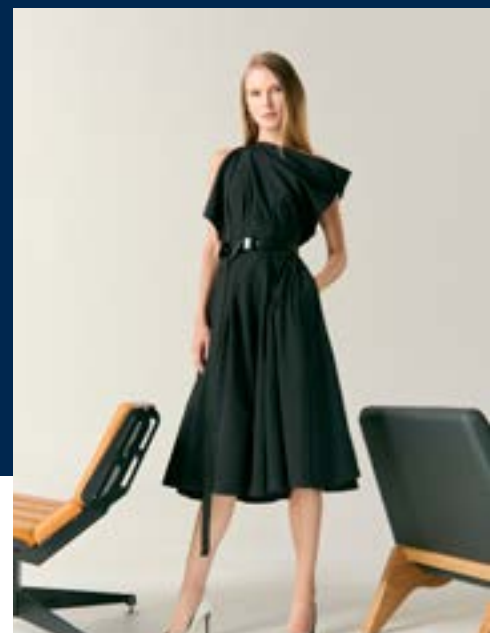


"La colección representa un nuevo capítulo en su trayectoria y un recordatorio de que las pausas también son fértiles".





“La indumentaria es un cúmulo de ideas, costumbres y exploraciones; es un reflejo de nuestra estadía en la tierra”.



Abel López

Desde México, Abel López aterriza en Panamá con la promesa de un desfile audaz y sorprendente. Reconocido por su maestría en la sastrería contemporánea, López ha construido una propuesta donde la sofisticación latina convive con influencias nórdicas y un constante ejercicio de innovación. Para él, la moda es un proceso de evolución: “Siempre busco que exista una atmósfera de sorpresa, que el diseño no se petrifique, sino que siga en movimiento”.

Su colección para PFW 2025 se inspira en el océano y su profundidad acuática, trasladada a un lenguaje retrofuturista. Siluetas con volúmenes generosos, líneas ovoides y cortes galácticos reinterpretan la imagen de una princesa del 2026. El resultado es un espectáculo visual que celebra la fluidez, la audacia y la experimentación.

López encuentra en Latinoamérica una fuente inagotable de inspiración: la mujer latina, con su fuerza y autenticidad, es el centro de su proceso creativo. Desde la arquitectura hasta la esencia cultural de la región, todo se convierte en material para reinterpretar la sofisticación. “Hay una hermandad en lo latino que me inspira profundamente y me permite entender y reinterpretar a la mujer desde un ADN común”.

Comprometido con la sostenibilidad, López evita el sobreinventario y reutiliza retazos de casas de lujo dándoles una segunda oportunidad. Desde detalles mínimos como empaques hasta procesos productivos, la conciencia ambiental atraviesa su trabajo. “Es un compromiso con mi equipo, con el ahorro y con la tierra misma”, afirma.

Para él, la moda no solo es estética: es también revolución y libertad de expresión. Cada prenda refleja las transformaciones sociales y personales de nuestra época. “La indumentaria es un cúmulo de ideas, costumbres y exploraciones; es un reflejo de nuestra estadía en la tierra”, asegura.

Presentarse en Panamá es un reto que lo emociona: “No es mi país ni mi zona de confort, pero me ilusiona profundamente. Estoy listo para proponer y para que el público decida si se conecta con mi voz”. En esa vulnerabilidad, Abel López encuentra también la magia de la moda: el diálogo con lo desconocido.





Faride Ramos

El gran cierre de PFW 2025 estará a cargo de Faride Ramos, diseñadora colombiana que ha hecho de la moda un espacio de reflexión social y empoderamiento femenino. Su marca se define como un universo sartorial donde conviven atemporalidad, versatilidad y memoria. “No es solo ropa, es una narrativa construida desde lo femenino y el poder de habitar el cuerpo con autenticidad”.

Su nueva colección rechaza el cliché del *tropical chic* y busca deconstruir la mirada estereotipada hacia lo colombiano y lo latinoamericano. Con textiles cargados de historia, gestos sutiles y siluetas reinterpretadas, Ramos propone una estética no domesticada, sofisticada y profundamente contemporánea. Su objetivo es sensibilizar al público y abrir un diálogo más honesto sobre la identidad y el diseño de autor en la región.

Ramos trabaja desde una convicción clara: la moda es una herramienta de transformación social. Cada prenda es un acto de visibilización y empoderamiento, una invitación a repensar la feminidad y la sensualidad desde la libertad. La mujer Faride Ramos es múltiple, compleja y cambiante: alguien que se viste para sí misma, que valora la historia detrás de cada prenda y que entiende la moda como una declaración política.

En su preparación para PFW, la diseñadora sigue un calendario riguroso, pero también deja espacio a la intuición. Para ella, cada desfile es un acto de exposición y vulnerabilidad, pero también una oportunidad de transmitir un mensaje. “Me gustaría que el público se vaya con la sensación de haber sido testigo de algo honesto, con más preguntas que respuestas sobre la identidad, la belleza y el poder de lo que elegimos usar cada día”.

Con esta propuesta, Faride Ramos no solo presentará una colección, sino un manifiesto que desafía y expande la forma en que entendemos la moda en América Latina.



Con textiles cargados de historia, gestos sutiles y siluetas reinterpretadas, Ramos propone una estética no domesticada, sofisticada y profundamente contemporánea.



Un manifiesto latinoamericano en pasarela

Daniela Arias, Abel López y Faride Ramos representan tres visiones distintas, pero profundamente conectadas. Casa Marsiscano reinterpreta la artesanía panameña desde la sofisticación contemporánea, Abel López fusiona la sastrería futurista con ADN latino, y Faride Ramos utiliza la moda como lenguaje de identidad y transformación social.

Su presencia en Panama Fashion Week 2025 confirma que la región está lista para mostrar al mundo una moda con profundidad, narrativa y propósito.

Tres países, tres trayectorias y una misma convicción: que la moda latinoamericana no es solo estética, sino también historia, memoria y proyección global.

Este septiembre, la Ciudad de las Artes no será solo el escenario de un desfile: será el epicentro de un manifiesto compartido, donde creatividad, identidad y visión convergen en cada paso sobre la pasarela. 



Empatía, cultura pop *y honestidad emocional*

Nick Hornby convirtió las pasiones más comunes —la música, el fútbol y las relaciones fallidas— en literatura universal. Con más de cinco millones de libros vendidos y múltiples adaptaciones al cine y la televisión, su estilo combina empatía, cultura pop y honestidad emocional.

Por REDACCIÓN INVESTOR LIFESTYLE
Fotos CORTESÍA

“¿Qué vino primero, la música o la tristeza?”, se pregunta Rob Fleming en *High Fidelity*, mientras ordena sus vinilos y repasa la lista de mujeres que lo han dejado. Esa frase, aparentemente ligera, contiene la esencia de Nick Hornby: un escritor que convirtió las obsesiones de lo cotidiano —el amor, la música, el fútbol, la melancolía— en literatura capaz de reflejar a toda una generación. Desde la publicación de *Fever Pitch* en 1992, un libro autobiográfico sobre su devoción por el Arsenal Football Club, Hornby encontró un tono propio que mezcla humor, ternura y confesión, y que pronto lo llevó a vender más de cinco millones de ejemplares en todo el mundo.

Lo que parecía un simple testimonio futbolero se convirtió en fenómeno cultural. *Fever Pitch* no solo ganó el William Hill Sports Book of the Year, sino que



Nick Hornby (1957)

Novelista y guionista británico con más de una docena de libros publicados, traducidos a treinta idiomas y con ventas superiores a cinco millones de ejemplares. Varias de sus obras han sido adaptadas al cine, televisión y teatro, y lo han consolidado como una de las voces más influyentes de la literatura contemporánea.





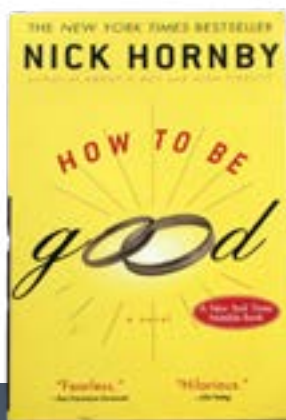
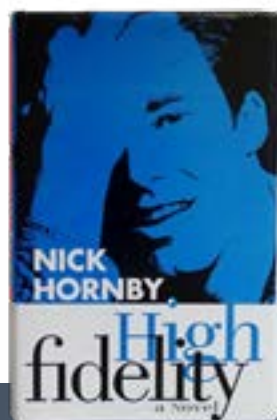
La música, el fútbol y el amor son excusas para hablar de lo que realmente nos une”.

fue adaptado dos veces al cine: primero en Inglaterra, con Colin Firth en 1997, y luego en Hollywood en 2005, con Drew Barrymore y Jimmy Fallon. Lo importante, sin embargo, no fue la anécdota de un fanático obsesivo, sino la capacidad de Hornby de transformar un estadio lleno en un confesionario. Allí quedaba claro que su escritura partía de lo personal para tocar lo universal: la pasión como motor de vida, la pertenencia como necesidad humana.

Su siguiente paso, *High Fidelity* (1995), fue el libro que lo consagró. Ambientada en una tienda de discos londinense, la novela convirtió la obsesión musical en brújula emocional. Rob Fleming, con sus listas interminables y su miedo al compromiso, se volvió emblema generacional, un espejo en el que se miraron quienes encontraban en la música un lenguaje secreto para entenderse. El éxito fue arrollador: más de un millón de copias vendidas, traducciones a más de treinta idiomas, una película en 2000 con John Cusack, un musical de Broadway en 2006 y una serie de Hulu en 2020 protagonizada por Zoë Kravitz. “Alguien dijo que mis libros son comedias de la depresión”, admitió Hornby con ironía, y quizá ahí está la clave: su capacidad de mezclar la tristeza con la risa, de convertir la derrota en un relato entrañable.

Foto copia de IMDb

Foto copia de IMDb



CULTURA POP Y VULNERABILIDAD

En *About a Boy* (1998), esa fórmula alcanzó otra cima. La relación improbable entre Will Freeman, un soltero superficial que vive de las regalías de una canción navideña, y Marcus, un niño marginado con una madre deprimida, demostró la facilidad de Hornby para retratar la vulnerabilidad con humor. El libro volvió a vender más de un millón de copias y la adaptación cinematográfica de 2002, con Hugh Grant y Nicholas Hoult, consolidó su prestigio en la industria audiovisual.

El universo Hornby está poblado de personajes que fracasan, que tropiezan, que nunca parecen estar a la altura de lo que esperan de sí mismos. En *How to Be Good* (2001), se burla de la moralidad moderna; en *A Long Way Down* (2005), reúne a cuatro desconocidos que coinciden en una azotea para suicidarse la misma noche, y en *Juliet, Naked* (2009), construye un triángulo amoroso entre una pareja en crisis y un músico en decadencia. Todos, a su manera, hablan de la misma fragilidad: la incapacidad de estar a la altura de un ideal, la torpeza de lidiar con las emociones más simples.

“Descubrí lo difícil que es mantener la confianza del escritor”, confesó alguna vez. “El temor constante de que nadie quiera leer lo que estás escribiendo”. Ese miedo personal se traslada a sus protagonistas, que encarnan precisamente esa inseguridad. Y es allí donde Hornby resulta tan cercano: porque logra que lo que en otro contexto sería patético se convierta en un gesto de humanidad reconocible. Su literatura no busca héroes ni épicas, sino lo contrario: hombres y mujeres comunes, atrapados en rutinas, obsesiones triviales o amores descompuestos.

La cultura pop es el telón de fondo permanente de sus historias. Canciones, discos, partidos de fútbol, programas de televisión: todo entra en su narrativa como parte del tejido vital de los personajes. No es casual que *High Fidelity* esté estructurada como una lista de canciones, ni que *Fever Pitch* se lea como una temporada futbolera. Para Hornby, la cultura popular no es adorno, es identidad. Con ella construye atmósferas y, sobre todo, otorga al lector un punto de encuentro emocional inmediato.

DE LA PÁGINA A LA PANTALLA

Si la literatura de Hornby es tan adaptable es porque sus libros están escritos casi con ritmo cinematográfico. Sus diálogos fluyen, las escenas se leen como secuencias y los conflictos se desarrollan con precisión narrativa. No sorprende, entonces, que Hollywood lo haya convertido en guionista. Adaptó *Fever Pitch* al cine y escribió los guiones de *An Education* (2009) y *Brooklyn* (2015), ambas nominadas al Óscar. También firmó *Wild* (2014), basada en las memorias de Cheryl Strayed. “Con la novela, prácticamente saldrá si no la arruinas”, dijo en una ocasión. “Un guion, en cambio, tiene obstáculos objetivos. Tiene que funcionar, y me encanta eso”.

Su obra televisiva también ha brillado. *State of the Union* (2019), una miniserie que retrata las conversaciones de una pareja antes de entrar a terapia, le valió tres premios Emmy, incluido el de Mejor Guion. Fue la prueba definitiva de que su estilo



Escribo sobre gente común, sus obsesiones y derrotas, porque ahí está la verdadera literatura”.



Foto recopia de IMDb



Foto recopia de IMDb



Foto recopia de IMDb

Con *High Fidelity*, *About a Boy* y *Fever Pitch*, Hornby transformó la vulnerabilidad en espejo generacional y llevó la cultura pop al corazón de la literatura contemporánea.

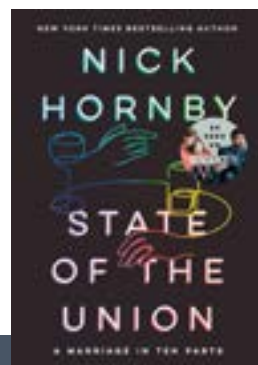
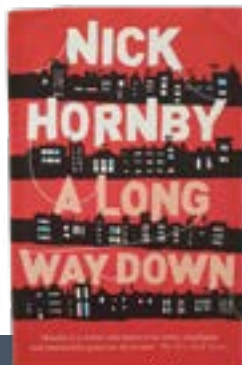
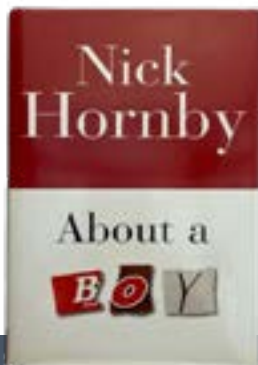
podía trasladarse a cualquier formato sin perder frescura: conversaciones íntimas, diálogos afilados, humor melancólico y esa mezcla de honestidad y ternura que lo caracteriza.

Más allá de la ficción, Hornby ha impulsado proyectos como Ministry of Stories, una organización que fomenta la escritura entre niños y jóvenes en Londres, y ha apoyado iniciativas relacionadas con el autismo, en parte debido a su experiencia personal. Así, su voz de escritor se expande también hacia lo social y reafirma la empatía que siempre ha estado en el centro de su obra.

Al final, todo se reduce a lo mismo: la capacidad de ver grandeza en lo ordinario. Hornby convierte listas de discos, derrotas deportivas, rupturas sentimentales y conversaciones de bar en literatura conmovedora. Sus personajes no son héroes ni villanos, sino gente común que se equivoca, que ríe y que llora como todos. Esa honestidad, despojada de adornos, es lo que lo hace universal.

En una encuesta de la BBC, fue nombrado como una de las figuras más influyentes de la cultura británica contemporánea. No por casualidad: logró que millones de lectores se reconocieran en sus páginas y que millones de espectadores encontraran en sus adaptaciones un espejo de su propia vida. Hoy, con más de treinta años de carrera, sigue escribiendo sobre lo mismo de siempre —la música, el amor, el desencanto—, pero lo hace con la misma frescura que en aquel *Fever Pitch* que lo lanzó a la fama.

“¿Qué vino primero, la música o la tristeza?”. La pregunta de Rob Fleming sigue abierta, pero quizá la respuesta está en la obra de Hornby: vinieron juntas, porque ambas, en su mezcla imperfecta, son el material con el que se escriben las historias de la vida. 🎧





HAZLA TUYA. VIVE LA EXPERIENCIA ROYAL CARD.

Disfruta de beneficios, descuentos y tarifas preferenciales en los 8 hoteles de BHR.

GAMBOA
RAINBOWBEST RESERVE
AT THE PANAMA CANAL



THE WESTIN
PLAYA BONITA
PANAMA


INTERCONTINENTAL
MIRAMAR PANAMA



CROWNE PLAZA
BY IHG
Panama Airport

CROWNE PLAZA
BY IHG
Paseo 19




Holiday Inn
BY IHG

 **MERIDIEN**
PANAMA



THE WESTIN
PANAMA

LOS CORALES, CATEDRALES *vivas del océano*

Los arrecifes sostienen la biodiversidad, protegen costas y generan oxígeno. Reef2Reef Restoration Foundation Panamá lidera la restauración activa y abre paso a la economía azul, un modelo donde conservar el mar se convierte en inversión estratégica para el futuro del planeta.

Por **MATÍAS MORALES**

Fotos **CORTESÍA**

Cuando se habla de ecosistemas críticos para la vida en la Tierra, la mayoría de las miradas suelen dirigirse hacia los bosques amazónicos, los glaciares en retroceso o las grandes sabanas africanas. Sin embargo, existe un entramado silencioso y vibrante que sostiene buena parte del equilibrio planetario: los arrecifes de coral. Estas estructuras submarinas, que a primera vista parecen esculturas inertes, son en realidad auténticas catedrales vivas que concentran el 25 % de la biodiversidad marina conocida, pese a cubrir menos del 1 % del lecho oceánico. Allí se reproducen peces, se resguardan especies en peligro, se filtran aguas y se amortiguan las olas que de otro modo arrasarían con las costas.

En cifras simples, los corales sostienen nuestra mesa y nuestra respiración. “El 25 % de los peces que consumimos depende de los arrecifes para reproducirse o resguardarse”, explica Jean Carlo Blanco, director ejecutivo de Reef2Reef Restoration Foundation Panama. “Y entre el 50 % y el 85 % del oxígeno que respiramos proviene del océano, un ciclo en el que los corales juegan un rol crucial”. Sin corales, la seguridad alimentaria de millones de personas estaría en riesgo.

El otro pilar es económico: el turismo de sol y playa, ese que nutre a gran parte del Caribe y el Pacífico tropical, depende de aguas cristalinas y biodiversidad marina visible. El atractivo de bucear o hacer *snorkel* en ecosistemas saludables genera miles de millones de dólares en ingresos cada año. Sin embargo, basta con observar las playas del Atlántico panameño para entender que ese capital natural está amenazado. El incremento de la temperatura del agua, el aumento del nivel del mar, la acidificación oceánica y, sobre todo, la mala planificación costera, han erosionado uno de los mayores patrimonios ambientales del país.

La situación se agrava por prácticas terrestres insostenibles. En Panamá, buena parte de la sedimentación que entierra los arrecifes proviene de actividades agrícolas y ganaderas mal planificadas. Los agroquímicos llegan a los ríos y, de ahí, a las costas; la deforestación elimina barreras naturales y la urbanización descarga aguas grises y negras directamente al mar. La avenida Balboa es un ejemplo elocuente:



Jean Carlo Blanco,
director ejecutivo de
Reef2Reef Restoration
Foundation Panama.

bajo su imponente *skyline*, las aguas son imposibles de usar por la ausencia de un sistema integral de tratamiento. “Si Panamá hubiera planificado mejor su desarrollo urbano, hoy podríamos bañarnos en la avenida Balboa como si fuera Copacabana”, comenta Blanco, poniendo en evidencia la magnitud de las omisiones históricas.

A este panorama se suma un problema global. Los arrecifes del mundo han perdido cerca del 50 % de su cobertura en los últimos treinta años y, según estudios de la ONU, si la temperatura global aumenta 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales, entre el 70 % y el 90 % de los arrecifes podrían desaparecer antes de 2050. No se trata solo de un drama ecológico, sino también de un colapso económico y social que afectaría a más de 500 millones de personas que dependen directa o indirectamente de los corales.

En este contexto, Panamá se convierte en un laboratorio clave. No solo por su ubicación geográfica —puente natural entre dos océanos—, sino también porque aún conserva ecosistemas capaces de regenerarse si se actúa con rapidez. Allí entra en escena Reef Panamá, la primera fundación dedicada a la restauración activa de corales en el país, un esfuerzo que une ciencia, legislación, educación y alianzas internacionales.

TRABAJANDO POR LA RESTAURACIÓN ACTIVA Y LEYES PIONERAS

A diferencia de otros programas de conservación que se limitan a monitorear, Reef2Reef Restoration Foundation Panamá trabaja en la restauración activa de corales. “Lo que hacemos es un banco genético marino: clonamos corales, creamos reservas y los replantamos cuando un ecosistema se ve afectado”, resume el director de la fundación.

Y no operan en solitario. Sus esfuerzos han estado respaldados por convenios con universidades de Brasil y Colombia, con la Embajada de Estados Unidos y la de Holanda, así como con instituciones locales como la Universidad Marítima Internacional de Panamá. Gracias a estos vínculos, estudiantes nacionales pueden realizar

tesis de licenciatura con experiencia real de campo, mientras reciben mentoría de posgrados extranjeros que llegan al país a hacer pasantías. La educación ambiental, de hecho, es uno de los pilares estratégicos de la organización.

En 2022, Reef2Reef Restoration Foundation Panamá fue parte del movimiento que impulsó la Ley 304, que protege los corales y ecosistemas colindantes en el país. Hoy, en 2025, esa ley ya no es un texto en papel: se encuentra en implementación nacional gracias a una licitación del Banco Interamericano de Desarrollo, en alianza con una consultora española. Este avance ubica a Panamá en una posición de liderazgo legislativo en materia de protección marina, algo que contrasta con los vacíos históricos de planificación urbana y costera.



La fundación promueve conocimiento coralino con programas educativos que acercan a jóvenes y profesionales al ecosistema marino, fomentando conciencia y nuevas vocaciones en conservación y restauración ambiental.



La economía azul transforma la conservación marina en inversión estratégica con impacto global y local.



El trabajo de la fundación también se proyecta hacia la comunidad. En la costa, junto con Urban Sustainable Lab —un programa dentro de la Ciudad del Saber—, desarrollan iniciativas para cosecha de agua, manejo de desechos sólidos y búsqueda de soluciones para aguas grises y negras que hoy desembocan sin tratamiento en el mar. Estas acciones apuntan a un modelo de sostenibilidad integral: no basta con salvar corales si la tierra sigue contaminando

los ríos y las costas.

El impacto se mide también en capital humano, formando un puente entre ciencia, empresa privada y estudiantes. A través de la Cámara Marítima, ha vinculado a compañías que se benefician directamente de los océanos con programas de sostenibilidad. “Quienes lucran del mar deben reinvertir en su protección”, recalcan, subrayando el principio ético detrás del modelo.

Todo este esfuerzo se desarrolla bajo

una certeza incómoda: la restauración de corales no es un invento reciente, sino una práctica conocida desde hace más de 35 años en países con fuertes presupuestos ambientales. Panamá llega tarde, pero llega en un momento en que los océanos se han vuelto prioridad global. Las Naciones Unidas declararon la década 2020–2030 como la Década de las Ciencias Oceánicas, un marco que concentra presupuestos y atención internacional en el mar. En ese tablero, iniciativas como Reef2Reef Restoration Foundation Panama tienen la oportunidad de convertirse en catalizadores de innovación, ciencia aplicada y políticas públicas.

HACIA LA ECONOMÍA AZUL

El futuro de los océanos no puede depender únicamente de la voluntad científica o del activismo ambiental. Necesita mecanismos económicos que conviertan la conservación en una opción viable y rentable. Aquí entra el concepto de economía azul, una evolución de lo que décadas atrás fue la economía verde asociada a los bosques. Si cada kilómetro cuadrado de selva protegida podía traducirse en créditos de carbono, hoy se busca que cada hectárea de arrecife, pasto marino o manglar pueda convertirse en activo financiero que capture carbono y, a la vez, reciba inversiones para su preservación.





“El océano captura mucho más carbono que los bosques. Si la economía verde funcionó, la azul debería ser aún más poderosa”, explica Jean Carlos. La afirmación resume el giro estratégico que hoy mueve a bancos de desarrollo, multilaterales y ONG de conservación en todo el mundo.

El Centro Andino de Fomento y el Banco Interamericano de Desarrollo ya han emitido bonos de economía azul por 100 millones de dólares. La lógica es sencilla: las empresas que generan grandes cantidades de carbono pueden compensar sus emisiones financiando ecosistemas marinos que los capturan de manera más eficiente que los bosques. Dado que el 70 % del planeta es océano y apenas el 20 % de la tierra firme es bosque, el potencial es exponencial.

Para Panamá, esto representa una doble oportunidad. Por un lado, el país está registrado como carbono neutro gracias a su cobertura boscosa y marina, lo que le permite ofrecer excedentes de captura al mercado internacional. Por otro, sus ecosistemas marinos —aún en riesgo, pero vivos— pueden convertirse en activos estratégicos si se logra estructurar un inventario nacional de captura de carbono marino. Ese inventario permitiría vender créditos a industrias extranjeras, mientras el capital generado se inyecta en proyectos de conservación como Reef2Reef Restoration Foundation Panama.

El potencial de mercado es vasto. A nivel global, se estima que las empresas destinan cerca de 98 billones de dólares en programas de responsabilidad social



Los arrecifes no son paisajes submarinos: son fábricas de vida y oxígeno para nuestro planeta”.

Jean Carlo Blanco,
Director ejecutivo de Reef2Reef Restoration
Foundation Panama.

empresarial. En Panamá, unas 1.500 compañías grandes están obligadas a destinar parte de su presupuesto a iniciativas con impacto positivo en comunidades y ecosistemas. Si esos fondos se canalizan hacia proyectos de economía azul, la conservación pasará de ser un costo marginal a un motor de innovación y financiamiento.

En paralelo, la discusión de la economía azul abre una dimensión cultural. ¿Podemos seguir hablando de turismo sostenible en un mundo que exige regeneración más

que conservación? La experiencia panameña muestra que la sostenibilidad no siempre basta: es necesario un turismo regenerativo, donde cada visitante contribuya directamente a proyectos de restauración y ciencia aplicada. Es la única manera de reconciliar la industria turística con la fragilidad de los ecosistemas marinos.

De aquí a 2030, el horizonte es claro. Si la economía azul logra consolidarse, los corales no solo serán vistos como maravillas naturales o barreras contra tormentas, sino como activos estratégicos capaces de atraer inversiones, sostener comunidades y garantizar la vida en el planeta. En ese escenario, Panamá puede convertirse en un referente regional, no por la magnitud de sus arrecifes —más pequeños que los australianos o caribeños—, sino por la manera en que se atreve a protegerlos e integrarlos en un nuevo modelo económico.

“Los corales son más que organismos calcáreos: son la base de un futuro posible”, resume Blanco. Su frase condensa la esencia de este esfuerzo: aunque llegamos tarde, aún estamos a tiempo de actuar. ■

PORSCHE



El SUV de sus sueños.

EL MACAN TOTALMENTE ELÉCTRICO.

Redescubra el placer de conducir un Macan, ahora en su versión totalmente eléctrica. Consulte por tasas especiales y experimente la evolución del Porsche Macan.



Descubriendo **EL MUSEO LOUWMAN** en La Haya

MÁS DE 275 AUTOMÓVILES NARRAN UNA
TRAVESÍA CULTURAL Y TECNOLÓGICA QUE VA
DESDE LOS PIONEROS DEL SIGLO XIX HASTA
ÍCONOS MODERNOS, REVELANDO LA CREATIVIDAD
Y EL INGENIO HUMANO SOBRE RUEDAS.



El Dodge 1914 fue la primera adquisición de Pieter Louwman, que dio inicio a la colección automotriz privada más antigua del mundo.

Texto y fotos por JOSÉ RAMÓN MENA

Visitar La Haya siempre había estado en mis planes como una parada cultural en los Países Bajos. Pensaba en instituciones clásicas como el Mauritshuis, con su célebre *La joven de la perla* de Vermeer, o en pasear por la arquitectura solemne de la ciudad que acoge al Gobierno neerlandés y a la Corte Internacional de Justicia. Y, entonces, aproveché un viaje reciente a Ámsterdam para conocer de primera mano esa célebre ciudad. A tan sólo hora y media de Ámsterdam, recorriendo extensas planicies por magníficas autopistas, llegamos a La Haya. La ciudad inicialmente no defraudó y se presentó antes nosotros tal cual imaginábamos, pero lo que no esperaba era que un museo de automóviles, escondido en un rincón verde de la ciudad, me sorprendiera de tal forma que se convirtiera en el recuerdo más vívido de mi estancia: el Museo Louwman.



Ubicado en un rincón verde de La Haya, el Museo Louwman sorprende con su arquitectura de ladrillo rojo diseñada por Michael Graves, un entorno perfecto para una colección legendaria.



La colección reúne piezas únicas

como el Swan Car de 1910 o el Spyker 60 HP de 1903, y muestra cómo cada vehículo refleja innovación, arte y transformación social.



Realmente fue una sorpresa inesperada y mi hallazgo fue casi accidental. Un taxista, al saber de mi interés por los autos clásicos, me recomendó apartar unas horas y visitar “el mejor museo de coches del mundo”. Al principio pensé que exageraba y que sería una de esas atracciones para turistas que está en las guías de viaje; sin embargo, al cruzar las puertas de un moderno edificio de ladrillo rojo diseñado por el arquitecto estadounidense Michael Graves, entendí que estaba ante algo especial.

Lo primero que me impresionó fue el silencio protocolar y casi reverente con el que se recorren sus salas. Todo visitante





Más de 275 automóviles conforman la colección; desde pioneros del siglo XIX hasta bólidos de Le Mans, piezas cinematográficas y automóviles de personajes históricos que cambiaron la industria.





parecía más un estudioso que un turista, y es que realmente no es un simple garaje con reliquias mecánicas: es una narración de más de 130 años de historia automotriz y el legado de un coleccionista local visionario.

La historia del museo está íntimamente ligada a la familia Louwman. Su origen se remonta a 1934, cuando Pieter Louwman, un importador de automóviles en los Países Bajos, adquirió un Dodge 1914 para su colección privada. Ese gesto sencillo y pasional fue el inicio de lo que hoy se considera la colección privada de automóviles más antigua del mundo.

Tras años de adquisiciones minuciosamente seleccionadas, la pasión del señor Pieter contagió a su hijo, Evert Louwman, quien amplió el legado con una visión más ambiciosa: no solo acumular vehículos, sino contar una historia cultural y tecnológica a través de ellos. Bajo su dirección, la colección creció hasta superar los 275 automóviles, cuidadosamente selecciona-



dos no solo por su rareza, sino también por el papel que jugaron en la evolución del diseño, la industria y la sociedad.

Caminar entre las piezas de la colección del Louwman es como atravesar las páginas de una antigua enciclopedia ilustrada. Una de las piezas que más me impactó fue el Swan Car de 1910, un extravagante vehículo en forma de cisne blanco construido en Inglaterra, cuya carrocería parece salida de un cuento de hadas. Fue encargado por un maharajá indio y, más allá de su estética, encarna ese momento en que el automóvil era también un objeto de arte y estatus.

Otra joya es el Spyker 60 HP de 1903, considerado el primer coche de carreras con motor de seis cilindros y tracción a las cuatro ruedas. Este modelo holandés anticipó innovaciones que hoy son parte de la vida cotidiana en la industria automotriz.

La colección incluye también reliquias de competición, desde bólidos de Fórmula 1 hasta vehículos que corrieron las míticas



*CADA AUTOMÓVIL
DEL LOUWMAN ENCARNA
DISEÑO, INNOVACIÓN Y
LEGADO, MOSTRANDO
CÓMO LA INGENIERÍA
TRANSFORMÓ EL SIGLO XX
Y LA SOCIEDAD.*

turas y accesorios completan la experiencia, mostrando cómo la cultura del automóvil transformó la estética del siglo XX, siendo hoy en día un testigo viviente de la simbiosis entre la tecnología e innovación, con una sociedad aspiracional.

Salí del museo con una sensación de descubrimiento inesperado y, a pesar de que visitar La Haya suele asociarse con diplomacia, arte clásico y arquitectura institucional, el Museo Louwman demuestra que la ciudad guarda también un tesoro secreto para amantes del motor y la ingeniería mecánica que buscan experiencias únicas.

No importa si uno es apasionado del motor o simplemente curioso: este museo es un viaje en el tiempo que conecta la historia tecnológica con la cultural y social. Recomendaría a cualquier viajero que, al planear una visita a La Haya, reserve unas horas para conocer este lugar.

El Museo Louwman no solo muestra automóviles, sino que gracias a la dedicación de una familia, celebra la creatividad humana, la innovación y la capacidad de soñar sobre ruedas. Y para mí, que llegué allí casi por azar, fue el mayor regalo que me dio la ciudad. 



24 Horas de Le Mans. No faltan ejemplares con historias cinematográficas, como el Jaguar E-Type que encarna la elegancia británica de los años sesenta, o coches que pertenecieron a personajes históricos como Winston Churchill.

Lo que distingue al Museo Louwman es su capacidad de mostrar más que coches, y hacerlo como parte de una historia viva y situar cada automóvil en un contexto cultural. Cada sala está diseñada como un capítulo: los pioneros de finales del siglo XIX, la época dorada del diseño *art déco*, los autos de guerra, los deportivos de posguerra, hasta llegar a los modelos contemporáneos.

Además, hay un espacio para la relación entre el automóvil y las artes gráficas. La colección de carteles publicitarios, minia-

Cosme y las picanterías:
**DOS MESAS
QUE DAN PA' VOLVER**



Por **JORGE CHANIS BARAHONA**

Fotos **CORTESÍA**

Hay lugares que no necesitan presentación; solo una invitación a disfrutar de lo bueno. Uno está en Lima, se llama Cosme, y parece haber encontrado una receta creativa que muchos buscan: repetibilidad sin aburrimiento. El otro está en Arequipa y no tiene un solo nombre, sino muchos. Son las picanterías. Esos templos poderosos del sabor popular que, aunque muy celebrados, siguen siendo para muchos un concepto más que una vivencia.

Cosme cumple diez años y sigue sabiendo a barrio. Desde la entrada se siente esa energía que solo logran los equipos comprometidos, los que no están improvisando. Es un restaurante que no necesita cambiarlo todo para sentirse fresco. La carta evoluciona, pero muchos platos se quedan, porque hay clientes que siempre vuelven y piden lo mismo, y James Beckenmeyer lo sabe. Su liderazgo es de esos raros que no gritan: guía con pausa, escucha y deja fluir. Puntual, sensible y confiado en su gente —como Andrea Suárez, su jefa de cocina—, James ha construido

un espacio que mantiene su propio ritmo.

Cuando me piden recomendaciones para cualquier lugar del mundo, me lo tomo bien en serio y hago un par de preguntas que funcionan como filtros primero para luego recomendar. En el caso de Cosme, solo lo recomiendo porque, casi seguro, caerás bien parado. Como hace poco con mi amiga empresaria Natalia Rivera y su esposo, que luego de haber comido me dicen: “Superbien atendidos. Nos aconsejaron muy bien a la hora de



Todo viaje a Arequipa es un espacio para conocer más de las picanterías y conectar.





Desde hace más de 40 años, Zaida Villanescas honra la tradición picantera arequipeña con guisos que no necesitan ninguna introducción ni despedida”.

pedir ya que queríamos mil cosas y nos lo redujeron. Eso se valora muchísimo. Acabamos con una buena mezcla y todo llegó en un buen orden y a su tiempo. Muy fluido”.

Aunque vivimos una ola de *fine dining* y transformaciones que muchas veces se sienten halada de los pelos, Cosme se mantiene en su centro. El secreto está en la mezcla: la visión de James, la retroalimentación constante de sus comensales más fieles y la capacidad de dar sabrosura familiar.

A casi 2,300 metros de altura, en Arequipa, hay otro universo de la sabrosura. Uno donde el almuerzo no es comunidad. Las picanterías —ese formato que muchos comparan con las fondas de mi país, pero que tienen muchas más capas como una buena cebolla— nacieron como





espacios masculinos donde se iba a beber chicha, que es el fermento del maíz, y a evitar la borrachera con algo picante. Así nacieron los “picantes”; el estofado que acompañaba. Pero lo que empezó como excusa para seguir bebiendo se convirtió en una institución.

Lo curioso es que, aunque nacieron en un sistema patriarcal —cocinaban las mujeres, pero el espacio era casi exclusivo de hombres—, hoy son ellas las que lideran. En su gran mayoría, las picanterías son herederas, custodias y transformadoras de una cocina que resiste. Y cada una lo hace a su manera. Eso es parte del encanto: no hay un solo formato, no hay un solo sabor. Lo que lo hace repetible es, justamente, que nunca es igual.

La rutina de una picantería tiene sus turnos. Primero, al mediodía, se sirven las grandes ollas con el estofado del día. Un solo plato. Rápido, contundente y perfecto. Luego, viene el otro turno: el de la carta. Y ahí cambia el público, cambia el ritmo, cambia hasta la música. En algunos lugares, como el de Mónica Huerta en Nueva Palomino, se sirve a hasta 300 personas al día, mientras en paralelo se ofrece un museo vivo: se explica el proceso de la chicha, se enseñan ingredientes y se siembra la semilla de lo que muchos olvidan que es el origen.

En otro extremo, probamos ubre, testículos, patita y tripa de cordero en un guiso diario que costaba \$4. Y estaba tan bien hecho que todos los ingredientes cantaban juntos como si fueran uno. En platos



así se nota que acá se cocina para la comunidad, porque esa misma es la que la mantiene viva.

Como me menciona James: “Platos como el adobo o el chupe de camarones nos inspiran no solo por su historia, sino por la calidez con la que siempre llegan a la mesa”. También esa conexión esperada entre Cosme y las picanterías: el rocoto relleno con salsa de papa, plato clásico del Perú que ambos abordan a su manera.

Así que, si vas a Lima, hazme caso: agarra un vuelo corto, de hora y media, y pasa al menos dos noches en Arequipa. No solo para comer, sino para entender, contar e inspirar a otros con tu experiencia. 

EL DATO



Dónde quedarse

Hotel CIRQA - Relais & Château

Dónde comer

Restaurante Chicha



TRES COMPAÑÍAS, UN MISMO SUEÑO DEPORTIVO

Motta Internacional, Copa Airlines y adidas unen fuerzas para dar vida a Encestando Sueños, un programa que busca rescatar la tradición basquetbolista de Panamá y transformarla en una plataforma de oportunidades. Más que un proyecto deportivo, es una apuesta social y educativa que combina memoria, visión global y estructura para inspirar a toda una generación.

Por **MATÍAS MORALES** | Fotos **CORTESÍA**

El murmullo inicial se transformó en una ovación. Las luces de la Arena Roberto Durán se encendieron como si el pasado y el futuro se encontraran en el mismo tabloncillo. Niños con camisetas deportivas corrían entre gradas, familias enteras presentes con un entusiasmo contagioso llenaba cada rincón. Lo que se vivió aquella tarde no fue solo la presentación de un programa, sino el inicio de una cruzada nacional. Encestando Sueños no es un simple proyecto deportivo: es el renacer de una pasión que marcó la identidad de Panamá durante décadas y que hoy vuelve a brillar con la fuerza de una promesa cumplida.

El baloncesto panameño sabe lo que es

llenar de orgullo a un país. Desde los años 70 hasta bien entrados los 80, Panamá fue reconocido en la región como un semillero de talento y disciplina. Figuras como Mario Butler, “El Mago” Rivas o Davis Peralta convirtieron la duela en escenario de hazañas que aún resuenan en la memoria colectiva de toda una generación. Aquellas décadas doradas trajeron títulos, emoción y un “orgullo nacional” que trascendió fronteras. Sin embargo, el tiempo y la falta de estructura apagaron poco a poco ese fuego. Las canchas se deterioraron, las oportunidades se redujeron y generaciones enteras crecieron sin la inspiración de un proyecto sólido.

Hoy, medio siglo después de aquellas



Erasmus Orillac (Motta Internacional), Pedro Heilbron (Copa Airlines) y Salvador Mothe (adidas) compartieron su visión en el lanzamiento de Encestando Sueños, demostrando cómo el sector privado puede impulsar el deporte como motor de transformación social y educativa en Panamá.



glorias, Panamá quiere volver a soñar. Y lo hace con una alianza poco común: el sector privado, las instituciones públicas y la comunidad, trabajando de la mano para construir un proyecto integral. En el corazón de esta cruzada están tres compañías que decidieron apostar más allá del patrocinio: Motta Internacional, Copa Airlines y adidas. Cada una aportó una visión distinta, pero todas convergen en la misma convicción: el deporte puede ser la plataforma de transformación social más poderosa de nuestro tiempo.

LA MEMORIA Y LA RAÍZ

Erasmus Orillac, presidente de Motta Internacional, fue el primero en tomar la palabra. Lo hizo con un discurso cargado de memoria, apelando al orgullo que alguna vez hizo del baloncesto un motivo de identidad nacional. No necesitó metáforas grandilocuentes: bastó con evocar aquella época dorada en la que los nombres de Hicks, Butler o Rivas eran sinónimo de talento y disciplina.

“Nuestro objetivo es claro: rescatar el baloncesto panameño y devolverle el brillo de esos años memorables y, al mismo

tiempo, rescatar los valores y principios del deporte”, afirmó con la serenidad de quien no solo habla de números o resultados, sino de memoria colectiva.

Para Orillac, Encestando Sueños es un llamado a la unidad. Recordó que en los años 70 y 80 el baloncesto era más que un juego: era un lenguaje compartido que unía a comunidades, escuelas y familias enteras. Su mensaje fue directo: si Panamá quiere revivir ese espíritu, necesita masificar el deporte, mejorar la infraestructura y apostar por la capacitación de entrenadores.

“Este desafío no es de una sola persona ni de un solo grupo. Es una misión colectiva”, subrayó, e invitó a más patrocinadores a sumarse y a confiar en el potencial de la juventud panameña. En sus palabras se percibía la convicción de que el baloncesto no puede volver a ser solo una nostalgia del pasado; debe convertirse en una oportunidad de presente y futuro.

El enfoque de Motta Internacional quedó claro: recuperar las raíces no es un acto de romanticismo, sino una estrategia para devolver a los jóvenes un espacio donde puedan crecer con disciplina, confianza

y esperanza. Desde esa perspectiva, la empresa se convierte en guardiana de la memoria, recordándole al país que Panamá ya supo brillar y que tiene todo para hacerlo otra vez.

LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL

Luego, tomó la palabra Pedro Heilbron, CEO de Copa Airlines, y el tono cambió. Si Orillac evocó la memoria y la raíz, Heilbron habló de alas y horizontes. Su intervención se centró en cómo el baloncesto puede convertirse en un pasaporte a oportunidades globales, una herramienta que ha permitido a generaciones de panameños estudiar en universidades de prestigio en Estados Unidos y construir carreras profesionales más allá de nuestras fronteras.

“El deporte genera valores y mantiene a los jóvenes fuera del vicio. Entonces, ¿por qué no unirnos a hacer algo que es



Donovan Mitchell y Michael Hicks unieron generaciones en la duela, inspirando a jóvenes panameños con pasión y disciplina deportiva.

bueno para el país? Brindar más y mejores oportunidades a jóvenes que, aunque no lo sepan, tienen el baloncesto en su sangre”, expresó.

Heilbron recordó su propia experiencia como testigo de la inauguración del entonces “Nuevo Panamá” en los años 70, cuando los basquetbolistas llenaron de orgullo a la nación. Con nostalgia, pero también con optimismo, destacó cómo ese mismo espíritu puede renacer si existe un programa estructurado.

Para Copa Airlines, Encestando Sueños no es una metáfora: es coherencia pura. La aerolínea que conecta a Panamá con el mundo quiere ahora que el talento deportivo panameño se conecte con escenarios internacionales. El mensaje implícito fue contundente: así como Copa convierte a Panamá en un *hub* aéreo, Encestando Sue-



ños puede convertirlo en un *hub* de talento deportivo.

Su discurso aportó un matiz esencial: el baloncesto no solo forma jugadores: forma ciudadanos globales. Jóvenes capaces de viajar, estudiar y competir en el extranjero, regresando después con experiencias que enriquecen al país. Esa visión internacional le da al proyecto un carácter expansivo: Encestando Sueños no es solo un programa local, sino un trampolín hacia el mundo.

LA ESTRUCTURA DEL FUTURO

El turno de Salvador Mothe, vicepresidente de Wholesale en adidas Latinoamérica y líder del programa, trajo la precisión de un arquitecto. Mientras Orillac habló de raíces y Heilbron de horizontes, Mothe desplegó un mapa detallado del camino. Presentó los

tres pilares del programa como un engranaje que se inicia en la infancia y culmina con oportunidades profesionales y educativas en el extranjero.

El primer pilar, explicó, es el semillero de talentos, que arranca en las escuelas públicas. Allí se capacitarán profesores de educación física, se organizarán torneos sub-8 y sub-10, y se rehabilitarán canchas para que los niños tengan espacios seguros y adecuados. “La pasión nace temprano —recordó—, entre los seis y los ocho años. Ahí es cuando debemos sembrar el interés”.

El segundo pilar es el baloncesto formativo, pensado para adolescentes. Se desarrollarán campeonatos nacionales bajo reglamento FIBA, con continuidad durante todo el año. No se trata de eventos aislados, sino de procesos sostenidos que permitan a los jóvenes crecer con disciplina técnica. Incluso, gracias al apoyo de ASA, cada niño contará con un seguro mientras practica el deporte.

El tercer pilar es el más ambicioso: el desarrollo integral. Mothe explicó que no basta con entrenar bien; los jóvenes necesitan herramientas académicas. Por eso, en alianza con la Quality Leadership University, el programa reforzará el inglés de los participantes, para asegurar que quienes destaquen puedan aspirar a becas y experiencias en Estados Unidos. Allí, en universidades y academias, podrán perfeccionar su talento y, eventualmente, profesionalizarse.

“Es un programa completo que aplica desde el comienzo hasta el fin del desarrollo de niñas y niños, asegurando que el baloncesto panameño vuelva a los niveles de los años 70 y 80”, dijo Mothe.

Su discurso consolidó la idea de que Encestando Sueños no es solo un sueño romántico ni un plan de corto plazo. Es un proyecto estructurado, con etapas claras, que busca garantizar que la pasión por el baloncesto se transforme en profesión y que el talento panameño no vuelva a perderse por falta de oportunidades.

TESTIMONIOS Y SÍMBOLOS VIVOS

El evento no se limitó a discursos. Hubo también símbolos vivos que llenaron de emoción a la Arena Roberto Durán. Michael Hicks, leyenda del baloncesto nacional, tomó el micrófono para alentar a los jóvenes: “Sigán creyendo en ustedes, porque el deporte abre puertas”, dijo entre



No dejen que ningún obstáculo los detenga. El trabajo duro y la diversión son la clave para alcanzar sus sueños”.



aplausos. Su sola presencia recordó a todos que el baloncesto panameño ya tiene héroes y que está listo para tener muchos más.

El gran momento de la tarde fue la llegada de Donovan Mitchell, estrella de la NBA con raíces panameñas, quien compartió con los jóvenes y participó en un concurso de triples junto a Hicks. Mitchell, visiblemente emocionado, dejó un mensaje que resonó en todo el coliseo: “No dejen que ningún obstáculo los detenga. El trabajo duro y la diversión son la clave”.

Niños que ya han participado en campamentos desarrollados por la fundación de la estrella de la NBA fueron los primeros testimonios del alcance que puede tener este tipo de programas y su impacto en la juventud.

Uno de los niños que participó en el lanzamiento —y que tuvo la oportunidad

de asistir a un campamento con Mitchell— comentó que primero no lo creía. “Sentí alegría, emoción y hasta miedo cuando supe que iba a entrenar allá. Lo mejor fue aprender que no importa contra quién juegues, siempre hay que dar el 100 %”.

Otro, con una sonrisa nerviosa, resumió lo que significa para él este camino: “Mi sueño en el baloncesto es una beca universitaria. Y si Dios quiere, la NBA. Pero lo que más me enseñaron fue a nunca rendirme”.

Esas frases sencillas, dichas con la naturalidad de quien apenas comienza su recorrido, son quizás la mejor prueba del poder de Encestando Sueños. Más allá de los tableros y las becas, lo que se siembra es confianza. Lo que se multiplica es la esperanza de que, en un país con profundas desigualdades, el deporte puede ser la herramienta para abrir puertas que pare-

cían cerradas.

Por eso, cuando las luces se apagaron y los últimos aplausos se disiparon, quedó una certeza: Encestando Sueños no es un evento más. Es el primer paso de un camino que busca devolverle a Panamá la gloria perdida y, más importante aún, construir un futuro donde los niños y niñas del país puedan soñar en grande y cumplirlo.

La memoria evocada por Motta Internacional, la visión global de Copa Airlines y la estructura integral de adidas se entrelazaron en un mismo propósito: que cada niño que tome un balón en sus manos entienda que el deporte es mucho más que un juego. Es una oportunidad de vida, una escuela de valores y un pasaporte a un futuro mejor.

En Panamá, los sueños ya comenzaron a encestarse. Y esta vez no hay quién los detenga. 



Donovan Mitchell participó en actividades con niños y familias. Su cercanía y entusiasmo con la comunidad panameña reforzaron el mensaje de que el deporte puede transformar vidas más allá de la cancha.

THE LABEL
BY LOFT ART

VIVIR O INVERTIR FRENTE AL MAR ES RENTABILIDAD ASEGURADA

LOFT FRENTE AL MAR DESDE: US\$ 175,900.⁰⁰



KITCHEN ROOM



CO-WORKING



PISCINA



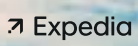
SOLARIUM

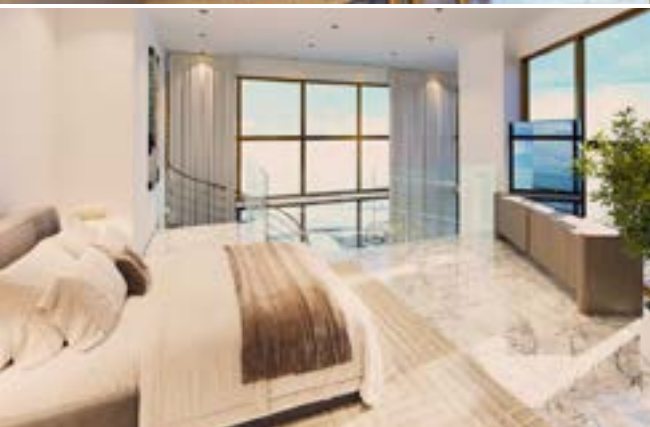


GIMNASIO

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.

OPORTUNIDAD PARA VIVIR, INVERTIR O HACER NEGOCIOS EN LA AVENIDA BALBOA.

 **airbnb**  **Booking.com**  **Vrbo**  **Expedia**



PROMOTOR Y VENTAS: ANFORA BEACH S.A.

@THELABELBYLOFTART      THELABELPANAMA.COM

☎ +507 203-8186 📞 +507 6220-0392 ✉ atencionalcliente@rigrouppanama.com

ESENCIA PURA de elegancia

EL ZAFIRO TRASCIENDE EL TIEMPO:
SÍMBOLO DE PUREZA, ELEGANCIA Y VIDA,
HOY REINTERPRETADO POR ALESSI JOYEROS
EN CREACIONES ÚNICAS.

Por REDACCIÓN DE INVESTOR LIFESTYLE
Fotos CORTESÍA ALESSI JOYEROS

Desde tiempos antiguos, el zafiro ha sido considerado un símbolo de eternidad, pureza y grandeza. Nacido en tierras míticas como Ceylán y Cachemira, su azul profundo ha iluminado coronas, templos y joyas que narraban historias de poder y trascendencia. No es solo una piedra preciosa: es la representación de la luz atrapada en la materia, un destello de vida que refleja transparencia, sabiduría y elegancia.

Su tonalidad, que oscila entre un azul intenso y matices más claros, lo convierte en una gema viva, siempre distinta bajo cada mirada.

Hoy, Alessi Joyeros rinde homenaje a esa herencia con creaciones que transforman la tradición en piezas atemporales, diseñadas para acompañar momentos únicos y convertirse en legado. Cada zafiro en manos de sus maestros artesanos revive la magia ancestral y la proyecta hacia el futuro. 

DORADO Y AZUL

Aretes en oro amarillo 18 k con zafiros ('invisible setting') y brillantes naturales.



ANILLOS

Anillo Tu y Yo en oro blanco 18k con zafiros Ceylon 1.50cts cada uno con brillantes naturales.



Anillo en oro blanco 18k con zafiros naturales Ceylon y brillantes. Diseño Trilogy.



Anillo en oro blanco 18 k con zafiros 'baguettes' y brillantes naturales.





Pendentif en oro blanco 18 k en degradé de color.

ALESSI JOYEROS ELEVA EL ZAFIRO A OBRA MAESTRA: HISTORIA, LUZ Y ELEGANCIA REUNIDAS EN UNA JOYA CON ALMA ETERNA.



'Stud' de brillantes naturales con doble 'rondels' de zafiros y brillantes. Diseño exclusivo de Alessi Joyeros.



Pendentif en oro blanco 18k con zafiros.



Pendentif en oro blanco 18k con zafiro Ceylon y brillantes naturales.



Aretes estilo Lady Di con zafiros Ceylon y brillantes.



UN JUEGO FLORAL

Aretes y anillo en oro blanco 18k con zafiros y brillantes naturales en diseño de flores en 'invisible setting'.



Resistencia y tiempo en la **MISMA PISTA**

EL AUTOMOVILISMO DE RESISTENCIA REFLEJA LA BÚSQUEDA DE PRECISIÓN Y ESTRATEGIA, VALORES COMPARTIDOS POR ROLEX EN LAS MÁS EMBLEMÁTICAS COMPETENCIAS MUNDIALES.

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

Las carreras de resistencia representan una de las pruebas más completas del automovilismo. No se trata únicamente de velocidad, sino de mantener el control, la estrategia y la concentración durante horas. Eventos como las 24 Horas de Le Mans, Spa-Francorchamps o São Paulo han construido un legado donde tradición y modernidad se encuentran. Rolex acompaña este universo desde hace décadas, no solo como cronometrador, sino como testigo de historias humanas y mecánicas que desafían los límites del tiempo. Cada circuito es una oportunidad para entender que la verdadera grandeza en el automovilismo no reside en instantes fugaces, sino en resistir. 

Los autos salen del 'pit lane' para los entrenamientos libres 1 de las 6 horas de Rolex de São Paulo.



Imola fue escenario de carreras intensas,

con pilotos que enfrentaron condiciones exigentes. Más allá de la velocidad, la clave estuvo en mantener la precisión y la disciplina durante horas.



24 HOURS OF LE MANS

Las 24 horas más emblemáticas del automovilismo. Una prueba donde la historia se escribe en resistencia y confirma su lugar como una de las grandes citas deportivas del mundo.



El automovilismo de resistencia une velocidad, estrategia y tradición, reflejando los valores que trascienden generaciones dentro de este apasionante deporte mundial.



Catar se convirtió en reflejo de la diversidad del campeonato.

Equipos internacionales, estrategias diferentes y un mismo objetivo: resistir y sobresalir en condiciones de máxima exigencia.

Spa-Francorchamps mostró, una vez más, por qué es un circuito legendario. Sus curvas y rectas son escenario de resistencia pura, donde los equipos ponen a prueba cada detalle técnico.



Jenson Button celebra la victoria por 1-2 del equipo Cadillac Hertz Jota #12 y #38 durante la 'hyperpole'.



La Pantera de Cartier conquista ciudades

LA NUEVA CAMPAÑA GLOBAL CELEBRA LA UNIÓN ENTRE CARTIER Y SU ÍCONO, LA PANTERA, CON EXPERIENCIAS INMERSIVAS Y DIGITALES EN ESPACIOS EMBLEMÁTICOS DE CIUDADES COMO TOKIO, LAS VEGAS Y PARÍS.



Por REDACCIÓN DE INVESTOR LIFESTYLE

Cartier ha vuelto a demostrar su maestría en la creación de experiencias que van más allá de la joyería. La nueva campaña dedicada a la Pantera, símbolo inseparable de la Maison, se despliega bajo el cielo abierto de las principales ciudades del mundo con un despliegue visual sin precedentes.

En Las Vegas, la Pantera se apoderó de La Esfera, la pantalla LED más grande del planeta, con 53.883 m² de proyección tridimensional. En Tokio, su fuerza se manifiesta en el icónico cruce de Shibuya, a través de un tríptico monumental que convierte el tránsito cotidiano en un espectáculo de magnetismo. París, Dubái, Londres y Shanghái también son escenarios de esta celebración, cada uno reinterpretando al felino con intervenciones de gran escala. En la Plaza de Saint-Michel, por ejemplo, la Pantera emerge de la fuente como si fuera parte

de su propio territorio digital, invitando a los transeúntes a escanear un código QR para vivir la experiencia en tres dimensiones.

La campaña conecta tradición y modernidad con un enfoque inmersivo que amplía los límites de la comunicación visual. Más que publicidad, estas propuestas se convierten en instalaciones artísticas que celebran la libertad, el poder y la fuerza de carácter de la Pantera, consolidando a Cartier como una marca capaz de dominar tanto en el universo del lujo como en el arte urbano contemporáneo. 



En la campiña inglesa, los bolsos Longchamp acompañan cada paso con funcionalidad, calidez y un toque artesanal.



Longchamp y Gloverall fusionan tradiciones icónicas en una colaboración que reinventa Le Roseau y el duffle-coat.

Bolsos que cruzan **FRONTERAS** *con estilo*

Longchamp presenta bolsos inspirados en el arte, la funcionalidad y el espíritu libre de la mujer contemporánea.





Por **REDACCIÓN DE INVESTOR LIFESTYLE**
Fotos **CORTESÍA LONGCHAMP**

La nueva colección de bolsos para esta temporada es una travesía entre dos mundos: París y Londres. Desde el emblemático atelier parisino hasta la campiña inglesa, los bolsos se convierten en aliados creativos y funcionales para una mujer que valora el detalle y la autenticidad.

Le Roseau se reinventa en cuero natural, con su distintivo cierre de bambú, y en versión charol con forro *animal print* para noches con actitud. El icónico Le Pliage llega en una colaboración con el artista Constantin Riant, combinando arte contemporáneo y practicidad. En la ruta al Reino Unido, la protagonista lleva su cuaderno de bocetos, su portátil y sus ideas en modelos con bolsillos pensados para el día a día.

Completan la propuesta el refinado Le Foulonné, de curvas femeninas y espíritu urbano, y la nueva versión Le Roseau, que añade una nota excéntrica sin perder la elegancia característica de la marca. 

Para conocer la colección visita nuestra boutique Longchamp Multiplaza.



La tienda Longchamp en Multiplaza recrea el encanto de la campiña con diseño acogedor, arte ecléctico y espíritu contemporáneo.



Bolso Le Foulonné.

LONGCHAMP FW25
CELEBRA LA CREATIVIDAD,
EL OFICIO Y LA LIBERTAD
DE MOVIMIENTO.

RECUPERACIÓN, RESILIENCIA Y FOCO:

El nuevo lenguaje de la TECNOLOGÍA DE SALUD



LOS DISPOSITIVOS DE SALUD DEJARON ATRÁS EL CONTEO DE PASOS Y HOY SE INSTALAN COMO INDICADORES DE RECUPERACIÓN, ESTRÉS Y RESILIENCIA. EN 2025, ANILLOS, BANDAS Y DIADEMAS NEURONALES MARCAN UNA TENDENCIA CLARA: MENOS PANTALLA Y MÁS SEÑAL. ENTRE PROMESAS DE EVIDENCIA CIENTÍFICA, TENSIONES REGULATORIAS Y FATIGA DE SUSCRIPCIONES, EL SECTOR VIVE UNA TRANSFORMACIÓN DECISIVA.

Por **MATÍAS MORALES**

En poco más de una década, los *wearables* pasaron de ser un accesorio para entusiastas del *fitness* a convertirse en verdaderos radares de la salud personal. Lo que comenzó como la fiebre del conteo de pasos impulsada por Fitbit y más tarde consolidada por el Apple Watch, hoy es un ecosistema que busca traducir cada latido, cada ciclo de sueño y cada fluctuación de temperatura en información accionable. El mercado global de estos dispositivos alcanzó más de 500 millones de unidades en 2024, pero el reloj inteligente ha entrado en fase de madurez. La novedad de 2025 no está en la muñeca, sino en el dedo y en la cabeza: anillos de titanio como Oura y Galaxy Ring, bandas como WHOOP 5.0 y diademas EEG como Muse y FocusCalm.

La historia de Oura resume la evolución del sector. Fundada en 2013 en Finlandia, la compañía apostó desde el inicio por la idea de que el sueño era la clave para medir la salud. Tras una exitosa campaña en Kickstarter en 2016 y varias generaciones de mejora tecnológica, el Oura Ring Gen 4 se convirtió en un objeto de culto: discreto, con autonomía de hasta ocho días y sensores capaces de registrar frecuencia cardíaca, saturación de oxígeno, temperatura y variabilidad del ritmo cardíaco. La novedad de 2024 fue el llamado Radar de Síntomas, un sistema que afirma detectar alteraciones fisiológicas hasta 48 horas antes de que el usuario perciba los primeros signos de enfermedad. Oura ha vendido más de 2,5 millones de anillos y alcanzó un valor de mercado cercano a los 5.200 millones de dólares tras rondas de inversión. Celebrities como el príncipe Harry y Jennifer Aniston lo han usado públicamente, reforzando su imagen aspiracional.

En paralelo, WHOOP nació en los laboratorios de Harvard en 2012, con Will Ahmed a la cabeza, y con la obsesión de ofrecer a atletas y profesionales un “cuadro de mandos” continuo sobre carga de entrenamiento, recuperación y sueño. La banda, ligera y sin pantalla, apostó por un modelo distinto: en lugar de vender *hardware*, se comercializa bajo una membresía mensual o anual. En 2025, WHOOP presentó dos novedades decisivas: WHOOP 5.0, con una batería optimizada de hasta



14 días y un nuevo sistema de Healthspan Reports, y WHOOP MG, la primera versión con monitor de presión arterial y electrocardiograma con autorización de la FDA. La inclusión de estos últimos datos la colocó en el centro de un debate regulatorio: ¿sigue siendo un dispositivo de bienestar o se convierte en equipo médico? La FDA cuestionó el alcance de su función de presión arterial, y aunque WHOOP aclaró que se trata de una herramienta de bienestar, la discusión refleja el punto de inflexión de la industria.

ENTRE LA PROMESA Y LA REGULACIÓN

La evolución de los *wearables* en 2025 no solo se mide en avances técnicos, sino también en las tensiones que acompañan a un mercado que roza la frontera clínica. Apple Watch fue el pionero en 2018 con la autorización de la FDA para su función de ECG y notificación de ritmo irregular. Desde entonces, cada paso hacia métricas más médicas genera un nuevo nivel de escrutinio. La inclusión de presión arterial en WHOOP MG y la ambición de otras marcas por añadir glucosa no invasiva



DATO DESTACADO

OURA: US\$5,99
al mes por suscripción.

WHOOP:
membresía anual obligatoria.

TENDENCIA 2025:
fatiga de suscripciones.

marcan el pulso de la década.

El mercado de anillos inteligentes refleja otro vector de cambio. Samsung, con el lanzamiento del Galaxy Ring en 2024, confirmó la validez de la categoría. Fabricado en titanio y con autonomía de hasta siete días, el dispositivo se integra con la aplicación Samsung Health y ofrece monitoreo de sueño, energía y frecuencia cardíaca. Su estrategia lo diferencia: mientras Oura y WHOOP monetizan con suscripciones, Samsung decidió ofrecer acceso completo sin cuota adicional. Para los analistas, este movimiento podría acelerar la adopción masiva y presionar a otros fabricantes a revisar su modelo de ingresos.

La evidencia científica sigue siendo un terreno delicado. El Oura Ring ha mostrado buena concordancia con la polisomnografía en variables como sueño profundo y REM, aunque con limitaciones en las fases más ligeras. WHOOP, por su parte, ha demostrado consistencia en la medición de frecuencia cardíaca y HRV, con estudios de gran escala en contextos deportivos que asocian su uso continuo a mejoras en resiliencia fisiológica. Son datos valiosos, pero no reemplazan diagnóstico médico.

Más allá del cuerpo, una nueva ola de dispositivos apunta a la mente. Muse, lanzado en 2014, utiliza sensores EEG para entrenar la meditación y el manejo del estrés. El dispositivo traduce la actividad cerebral en sonidos ambientales que varían según el nivel de calma o agitación. Estudios han mostrado beneficios en reducción de estrés en pacientes oncológicos. FocusCalm, creado por BrainCo, busca entrenar estados de concentración me-



**LA DÉCADA PASADA
MIDIÓ PASOS. LA ACTUAL
MEDIRÁ RECUPERACIÓN,
RESILIENCIA Y FOCO
MENTAL”.**

Samsung Galaxy Ring: primer anillo masivo sin suscripción mensual, autonomía de 7 días.

dante *neurofeedback* accesible. Ambos representan una tendencia clara: los *wearables* ya no solo quieren medir el cuerpo, sino también entrenar la resiliencia mental.

LOS DESAFÍOS DE LA NUEVA DÉCADA

El mercado en 2025 enfrenta tres tensiones principales. La primera es la validación científica: la diferencia entre un dispositivo que motiva hábitos saludables y uno que diagnostica enfermedades es la línea más delicada del sector. La segunda es la privacidad de datos: con millones de usuarios

registrando variables fisiológicas cada minuto, las compañías manejan información sensible que despierta preocupación sobre su uso por aseguradoras, empleadores o terceros. Y la tercera es la fatiga de suscripciones: Oura cobra 5,99 dólares al mes, WHOOP funciona solo mediante membresía anual, y cada nueva función tiende a monetizarse bajo pago recurrente. El consumidor, sin embargo, comienza a exigir valor real o alternativas sin cuota, como la de Samsung.

En cifras, el mercado mantiene un crecimiento moderado. IDC reporta que 2024 fue un año de consolidación, pero con signos de saturación en relojes inteligentes. La expectativa es que formatos alternativos lideren la innovación, mientras empresas y gobiernos integran estos dispositivos en programas de salud y desempeño.

El panorama sugiere que los *wearables* ya no son simples accesorios tecnológicos, sino parte de la infraestructura invisible de la salud contemporánea. El reto será mantener la confianza, demostrar rigor científico y encontrar un equilibrio entre negocio y ética, entendiendo que los datos del cuerpo se han convertido en un nuevo activo: la ventaja competitiva será la calidad de la señal y la ética con la que se use. 





tasa
P A N A M A

AVALÚOS

Tel. 399-6969

www.tasacionesinmobiliarias.com.pa



[COPA EXPANDE]

Copa Airlines incorporó una segunda aeronave Boeing 737-800 BCF con capacidad de 22 toneladas, fortaleciendo su operación de carga desde Panamá. Esto permitirá transportar hasta 50.000 toneladas anuales y ampliar destinos regionales estratégicos.

[CAF SOSTENIBLE]

El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) emitió su primer bono sostenible por US \$1.750 millones, alineado con su nuevo marco financiero verde. La operación recibió una demanda récord y contó con el respaldo de grandes bancos globales.

INVESTOR BUSINESS

INVERTIS
SECURITIES
Grupo UniBank

INVERTIS IMPULSA MERCADO CON EMISIÓN DE ACCIONES

Invertis Securities emitió hasta 88.000 acciones preferidas, en una operación respaldada por Sucre Arias Reyes, reafirmando su confianza y liderazgo en el mercado.



Invertis Securities marcó un nuevo hito en el mercado panameño con la emisión de hasta 88.000 acciones preferidas. Esta operación, respaldada legalmente por Sucre Arias Reyes, destaca el compromiso de la firma con un servicio financiero de excelencia, personalizado, seguro y confidencial. Con más de una década de trayectoria —miembro de Latinex desde 2013—, Invertis ha cimentado su reputación en la transparencia y la cercanía con sus clientes.

Este logro se celebró con el tradicional toque de campana en la Bolsa Latinoamericana de Valores – Latinex, símbolo de confianza institucional y proyección en el mercado de capitales regional. Además, Invertis refuerza su compromiso social y ambiental mediante programas de eficiencia energética y responsabilidad social empresarial. Su posicionamiento entre las 50 empresas más atractivas para el talento en Panamá, según el ranking MERCO Talento 2025, confirma su liderazgo no solo financiero, sino también cultural.

Una jornada histórica que subraya cómo Invertis Securities continúa impulsando oportunidades de inversión con solvencia, innovación y enfoque integral.



ORO ROMPE US\$3.500 Y BENEFICIA MINERAS

El precio del oro alcanzó la semana pasada un récord histórico de US \$3.500 por onza, impulsado por expectativas de recortes de tasas de la Reserva Federal y la creciente demanda como refugio seguro.

Esta escalada benefició notablemente a las compañías mineras globales, cuya valorización y capitalización de mercado experimentaron un robusto crecimiento, atrayendo la atención de inversionistas institucionales que buscan activos menos expuestos a la volatilidad de las divisas y los bonos soberanos en medio de la incertidumbre geopolítica.

¿Por qué elegir **INVERTIS** para sus inversiones?

INVERTIS
SECURITIES
Grupo UniBank



Nuestros asesores gestionan su patrimonio personal y familiar según tus objetivos y perfil inversionista



Custodia segura a través de cuentas segregadas en entidades financieras de primera línea



Amplia gama de productos de marca propia, adaptados a sus requerimientos de inversión



Para mayores detalles sólo escríbenos a info.clientes@invertissecurities.com

Entidad Regulada y Supervisada por la Superintendencia del Mercado de Valores. Licencia para operar como Casa de Valores. Resolución SMV No. 182-2013 del 16 de mayo de 2013. Licencia para operar como Administrador de Inversiones. Resolución SMV No. 51-19 del 11 de febrero de 2019. Miembro de la Bolsa de Valores de Panamá, S.A.

‘LA BÚSQUEDA YA NO ES ENCONTRAR ENLACES, SINO **RESOLVER** EN CONTEXTO’

JOEL DÍAZ LLAMAS, DIRECTOR DE POPCORN LABS, ANALIZA CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL ESTÁ TRANSFORMANDO LA FORMA COMO BUSCAMOS Y VALIDAMOS INFORMACIÓN. SU MIRADA REVELA UN CAMBIO PROFUNDO: DEJAMOS ATRÁS ENLACES Y ALGORITMOS PARA ENTRAR EN LA ERA DE LAS RESPUESTAS EN CONTEXTO.

Por **MATÍAS MORALES**

Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

La revolución de la información hoy no enfrenta a Google con ChatGPT, Gemini, Claude u otros, sino que transforma la manera como la buscamos y la validamos. La manera en que accedemos al conocimiento está cambiando a una velocidad vertiginosa. Durante décadas, fueron los medios los que actuaban como guardianes de la verdad. El peso institucional de un periódico o un canal de televisión servía como garantía de credibilidad. Lo que allí se publicaba estaba validado por la marca y asumido como cierto por la audiencia.

La irrupción de Google desplazó esa autoridad hacia el algoritmo. La lógica cambió: ya no importaba tanto qué medio lo decía, sino si aparecía en la primera página de resultados. La optimización para buscadores se convirtió en el eje de las estrategias digitales, hasta transformar el SEO en una industria global capaz de definir el éxito de una compañía en línea.

Hoy la validación se concentra en otra parte: los modelos de lenguaje. Preguntar a ChatGPT o a cualquier modelo de inteligencia artificial y recibir una respuesta inmediata genera un tipo de confianza distinta, más emocional que racional. La validación ya no se mide por la institución detrás de la información ni por la posición en un listado de enlaces, sino por la coherencia y seguridad con que responde una máquina.

Foto: Pexels / Tim Witzdam

Joel Díaz Llamas,
director de Popcorn Labs



EL FUTURO DE LA BÚSQUEDA

Los números confirman que estamos ante un cambio irreversible:

- ChatGPT tiene casi 800 millones de usuarios activos semanales y controla el 60,6 % del mercado de chatbots.
- El 70 % de los *prompts* no encaja en las categorías tradicionales de búsqueda, lo que evidencia un comportamiento nuevo.
- El usuario que llega desde una respuesta de IA tiene un valor 4,4 veces mayor que uno de búsqueda orgánica.
- Google, aún dominante, procesa 5 trillones de búsquedas al año, más de 370 veces la suma de ChatGPT, Gemini y Perplexity.
- El SEO no muere, pero el centro de gravedad se desplaza. La búsqueda ya no es un clic; es una conversación.

Joel Díaz Llamas no habla desde la teoría. Con más de quince años de experiencia en *marketing* digital y transformación empresarial en América Latina, ha construido una trayectoria que lo posiciona como uno de los grandes estrategas de la región. Como presidente y cofundador de Popcorn Group, ha liderado soluciones creativas y basadas en datos para más de cien marcas. “Antes el modelo de validación era quién aparecía primero en Google. Hoy lo que está tomando más importancia es lo que te responde el LLM”, afirma. Su experiencia en el uso de inteligencia artificial aplicada a proyectos comerciales lo ha llevado a comprender que lo que está en juego no es una guerra entre plataformas, sino un cambio en la intención de búsqueda.

Lo que se busca no son enlaces, sino soluciones. El usuario quiere resolver, no

explorar. Esta diferencia, sutil en apariencia, redefine todo el ecosistema de la información. Porque obliga a marcas, medios y consultores a pensar en cómo integrarse en las respuestas, no solo en los listados.

La confianza se deposita en una síntesis generada por un modelo. Y esa síntesis, como advierte Díaz Llamas, puede tener errores, sesgos o incluso inventar datos. El desafío es aprender a convivir con este nuevo tipo de validación, sabiendo que el valor no reside en usar la herramienta, sino en interpretar con criterio lo que devuelve.

DE LA VALIDACIÓN ALGORÍTMICA AL MODELO CONTEXTUAL

El paso de la autoridad mediática al algoritmo, y del algoritmo al modelo, traza una línea clara en la evolución de la validación. Lo que ayer dependía del peso editorial de un medio o del cálculo de un motor de búsqueda, hoy se decide en el terreno de la conversación.

La gran diferencia está en el contexto. En Google, la consulta “hotel barato Panamá” devuelve una serie de enlaces. En ChatGPT, se puede escribir: “*Viajo en octubre a Panamá, quiero un hotel céntrico, limpio, pero no más de 80 dólares la noche*”. El modelo no solo entiende las palabras, sino las condiciones específicas de la búsqueda. Y si después se agrega “¿y con desayuno incluido?”, la respuesta se ajusta de inmediato.

Según un estudio de Profound AI, basado en 50 millones de interacciones, el 37,5 % de las consultas a ChatGPT son generativas, frente al 32,7 % informacionales. En Google, la mayoría de las búsquedas siguen siendo informacionales (52,7 %) y apenas el 0,6 % son transaccionales. ChatGPT, en cambio, concentra un 6,1 % de consultas transaccionales y las búsquedas navegacionales se reducen al 2,1 %.

Este comportamiento muestra que los usuarios ya no quieren información en bruto, sino respuestas en contexto, adaptadas a sus circunstancias. La validación se desplaza de la posición en una lista al valor que entrega una respuesta específica.

En este escenario surge el concepto de Answer Engine Optimization (AEO). Si el SEO buscaba posicionar enlaces en la primera página de Google, el AEO busca garantizar que la información de una marca esté presente en las respuestas generadas por modelos de IA. “La gente cree que el valor está en usar GPT. No. El valor es

Foto: Pexels / Solen Feyissa



saber qué hacer con lo que te entrega y cómo integrarlo en la estrategia”, subraya Díaz Llamas.

Los datos de SEMrush muestran que las respuestas de IA en Google —AI Overviews— pasaron de aparecer en 6,49 % de las búsquedas en enero de 2025 a 13,14 % en marzo. La mayoría son informacionales, pero cada vez más consultas comerciales y transaccionales aparecen cubiertas por este tipo de síntesis. El fenómeno del *zero-click*, cuando el usuario no necesita visitar ningún enlace, se acelera: más del 43 % de los enlaces dentro de AI Overviews provienen de resultados ya dominados por Google.

¿TODO ES VERDAD?

Pero, junto al avance, aparecen riesgos. Los modelos pueden alucinar, mezclar hechos con falsedades o inventar datos. “Hay que estar atentos a las consecuencias de toda esta tecnología en la formación del conocimiento. La capacidad de pensamiento crítico no la podemos perder nunca, especialmente en las nuevas generaciones nativas”, alerta Díaz Llamas. La validación automática, si se consume sin filtros, erosiona el pensamiento crítico y puede convertirnos en replicadores sin criterio.

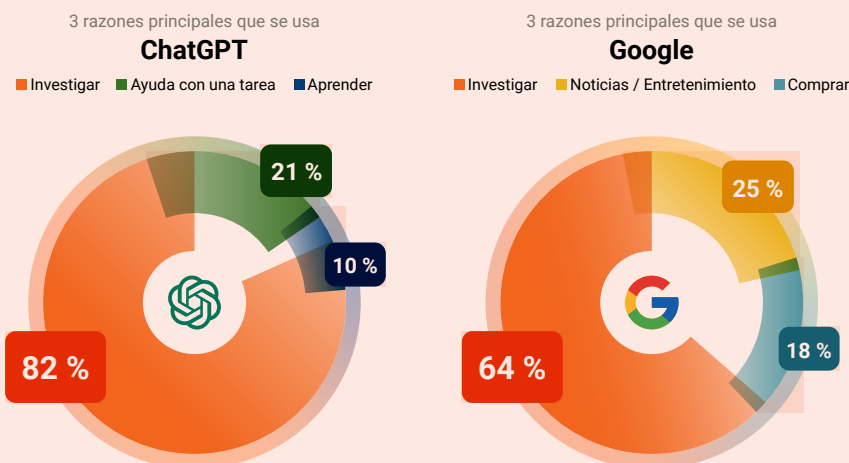
La experiencia demuestra que el verdadero diferencial no está en la herramienta, sino en

el criterio humano. “No es lo que sabes, es cómo lo aplicas para generar impacto en la operación de una compañía”, resume Díaz Llamas. El valor no reside en repetir lo que devuelve un modelo, sino en interpretar, conectar y decidir.

Las cifras confirman que estamos ante un cambio irreversible. ChatGPT tiene casi 800 millones de usuarios activos semanales y controla más del 60 % del mercado de chatbots. El 70 % de sus *prompts* no encajan en las categorías tradicionales de búsqueda, lo que evidencia un comportamiento nuevo. Y el usuario que llega desde una respuesta de IA tiene un valor cuatro veces mayor que uno de búsqueda orgánica. Google sigue siendo dominante en volumen, con cinco trillones de búsquedas anuales, pero el centro de gravedad ya se desplaza hacia otro lugar.

La búsqueda dejó de ser un clic. Es una conversación que resuelve en contexto, donde la validación ya no proviene de un medio ni de un algoritmo, sino de la síntesis que ofrece un modelo. Y al final, de la capacidad humana de interpretarla. Porque la revolución no se juega entre Google y ChatGPT, sino en nuestra habilidad para mantener el criterio en medio de la inmediatez. Como insiste Díaz Llamas, “la gente cree que el valor está en usar LLM. No. El valor está en lo que estratégicamente podemos llegar a hacer desde nuestra propia interpretación de la información”.

Cómo las personas usan diferentes motores de búsqueda





EL MITO INMUTABLE DE LA LONGEVIDAD

EL MUNDO ENVEJECE MÁS RÁPIDO DE LO QUE ACEPTA. AUNQUE LA ESPERANZA DE VIDA SE EXPANDE, LOS PREJUICIOS PERMANECEN. EL NUEVO ESTUDIO GLOBAL DE IPSOS REVELA QUE LATINOAMÉRICA, LEJOS DE ADAPTARSE, RETROCEDE EN LA PERCEPCIÓN DE LA VEJEZ.

Por **MATÍAS MORALES**
Fotos **UNSPLASH**

El mundo nunca había vivido tanto. En pocas décadas, la esperanza de vida se ha extendido a niveles que nuestros abuelos apenas podían imaginar. La medicina, la tecnología y las condiciones de vida nos regalan años extra, pero la paradoja es evidente: mientras sumamos tiempo biológico, seguimos atrapados en prejuicios culturales que apenas se mueven.

El estudio global Attitudes to Ageing

2025 de Ipsos, realizado en 32 países, confirma que las percepciones sobre la vejez se han quedado congeladas. En promedio, los encuestados creen que alguien empieza a ser “viejo” a los 66 años, exactamente el mismo umbral registrado en 2018. El dato más inquietante es que en Latinoamérica, lejos de avanzar, retrocedimos: en países como México, Perú o Colombia, hoy se considera viejo a alguien más joven que hace siete años.

La contradicción no es solo numérica, también es emocional. Apenas un 38% de

los consultados en el mundo dice esperar con ilusión la vejez, frente a un 57 % que no lo hace. En nuestra región, la desilusión es aún más marcada: en Argentina, Chile o Colombia, menos de un tercio de la población mira con optimismo el futuro. La comparación con Asia resulta reveladora: en Indonesia y Filipinas más del 80 % confiesa esperar la vejez con entusiasmo. La brecha cultural muestra que el envejecimiento no se vive igual en todas partes; depende de los recursos, de la confianza en el sistema de salud, de las redes familiares y, sobre

VIVIMOS MÁS, PERO NOS
SENTIMOS VIEJOS ANTES.
EL ESTUDIO DE IPSOS
CONFIRMA QUE EN LA
REGIÓN LA PERCEPCIÓN
DE LA VEJEZ RETROCEDIÓ,
REFORZANDO PREJUICIOS
Y DEBILITANDO LA
CONFIANZA EN EL FUTURO.

todo, de la visión de futuro de cada sociedad.

Lo interesante es que la ilusión por envejecer no se reparte de forma homogénea. Según Ipsos, crece entre quienes tienen mayores ingresos, más años de educación y, por supuesto, mayor distancia de la edad considerada como vejez. En otras palabras, la vejez no se mide en años, sino en desigualdad. Para los que logran envejecer con respaldo económico y redes de apoyo, el futuro se anticipa como un privilegio; para los demás, como un riesgo.

EL PESO DEL 'TIEMPO CORRECTO'

El estudio también revela que, aunque vivimos más, seguimos atados a una idea rígida del calendario social. Los encuestados consideran que la edad ideal para casarse o tener un hijo está entre los 28 y 35 años; para comprar vivienda, alrededor de los 30; y para iniciar estudios universitarios, los 21.

En Europa y algunos países anglosajones la visión empieza a flexibilizarse. En Irlanda y el Reino Unido, más de la mitad de los encuestados cree que nunca es demasiado tarde para iniciar una carrera universitaria. En nuestra región, en cambio, la tolerancia es menor: quien estudia tarde, se casa después de los 40 o tiene hijos después de lo socialmente esperado suele ser objeto de juicio o incomodidad. La narrativa del "tiempo correcto" se convierte en una jaula cultural que no solo condiciona las decisiones individuales, sino también la manera en que los mercados diseñan productos, servicios y hasta políticas públicas.

Este fenómeno conecta con un aspecto clave para los negocios: la demanda de productos financieros, de salud o de consumo sigue modelándose en función de una cronología que no refleja la realidad. Si las generaciones jóvenes están retrasando cada vez más la edad para comprar vivienda o tener hijos, seguir construyendo estrategias bajo el viejo "reloj social" es, en términos de mercado, un error de cálculo.



EL ROSTRO ECONÓMICO DEL EDADISMO

Más allá de los hitos vitales, el informe destaca una realidad incómoda: el edadismo. Tres de cada diez encuestados creen que alguien puede gobernar a cualquier edad, pero la mayoría establece límites. El umbral de confianza se rompe en los 61 años. Lo paradójico es que en 16 de los 32 países encuestados, el líder actual ya superó ese límite. Es decir, la percepción de las sociedades no coincide con la realidad política.

La desconfianza también alcanza a las profesiones. Para la mayoría, un piloto de avión no debería pasar de los 54, un cirujano de los 58 y un CEO de los 61. Sin embargo, buena parte de los ejecutivos más influyentes y de los presidentes de multinacionales superan esas edades, y lo mismo ocurre con cirujanos reconocidos. El mercado laboral, que cada año incorpora más trabajadores mayores, se encuentra con una contradicción: mientras la economía necesita experiencia, la sociedad la descarta por prejuicio.

Este dato es especialmente relevante para América Latina, donde los sistemas de pensiones y la sostenibilidad fiscal obligan a extender la vida laboral. Panamá no es la excepción: la discusión sobre la Caja de Seguro Social y la edad de jubilación se vuelve aún más tensa cuando la percepción cultural considera que a los 60 o 65 ya se es demasiado viejo para trabajar o liderar. La batalla no es solo financiera, también narrativa: sin un cambio cultural, cualquier reforma se enfrentará a un muro de resistencia social.

CIFRAS CLAVE

DE LA VEJEZ EN LATINOAMÉRICA

66 años
edad en que el mundo
considera que comienza la vejez
(sin cambios desde 2018).

57 %
no espera con ilusión
la vejez; en Chile y Argentina, la cifra
es aún más alta.

30 % vs. 8 %
lo que creen los
mexicanos que
es la población mayor de 65 años
frente a la realidad.

28-35 años
edad 'ideal' en que
la mayoría cree que se deben cumplir los
hitos vitales (matrimonio, hijos, vivienda).

61 años
el límite cultural
para que un líder político siga en funciones,
aunque en 16 países los mandatarios
actuales ya superan esa edad.

12 años
promedio global de
"vida en vejez" entre el momento en que
uno se siente viejo y la esperanza de vida.



EN LATINOAMÉRICA,
JUBILARSE NO SIEMPRE
SIGNIFICA RETIRO
DIGNO: PARA MUCHOS ES
PERDER INGRESOS, CAER
EN LA INFORMALIDAD O
DEPENDER DE LA FAMILIA.
LA DESIGUALDAD MARCA LA
PERCEPCIÓN DE LA VEJEZ.



Aquí entra un factor clave para entender la diferencia con otras regiones: la desigualdad. En Europa, jubilarse suele ser sinónimo de estabilidad; los sistemas de pensiones garantizan que la vejez se viva con un mínimo de seguridad económica. En América Latina, en cambio, jubilarse a menudo significa perder ingresos, entrar en la informalidad o depender de la familia. La encuesta de Ipsos lo refleja de manera indirecta: el entusiasmo por la vejez crece entre quienes tienen más recursos, y se desploma entre los sectores de bajos ingresos. La vejez, en nuestra región, se percibe menos como un logro vital que como una condena financiera.

En Panamá y el resto de Latinoamérica, la relación entre jubilación y percepción de la edad es clara: cuanto más precario el retiro, más temprano sentimos que llega la vejez. Si la mayoría cree que la vida laboral termina a los 60 o 65 años, pero los sistemas de pensiones no aseguran calidad de vida, entonces la vejez se convierte en un horizonte temido. No sorprende que en nuestra región el optimismo por envejecer sea uno de los más bajos del mundo.

La verdadera oportunidad de la longevidad no se mide en la cantidad de años adicionales, sino en la capacidad de transformar esos años en vida productiva, activa y socialmente valiosa. Panamá y el resto de

Latinoamérica tienen frente a sí un desafío cultural y económico: dejar de concebir la vejez como un costo y empezar a verla como un motor. Según Ipsos, más del 57 % de la población mundial no espera con ilusión su vejez, y en nuestra región esa percepción negativa es aún mayor. Ese dato debería encender alertas: sin confianza en el futuro, los sistemas de pensiones colapsan, la productividad se reduce y el consumo se estanca.

El mercado ya ofrece pistas. Hoy, el promedio global proyecta 12 años de vida en vejez; en América Latina, esos años suelen vivirse con menos recursos, menos salud y más estigma. Transformar esa realidad exige rediseñar sistemas financieros que acompañen carreras laborales más largas, servicios de salud que prioricen prevención y, sobre todo, estrategias de negocio que reconozcan que los mayores de 60 años no son una carga, sino consumidores activos y ciudadanos influyentes.

La longevidad, al mismo tiempo, es riesgo y oportunidad. Ignorarla nos condena a desperdiciar un capital humano creciente; aprovecharla puede convertirse en el nuevo dividendo económico de la región. Porque al final, la conversación que debemos abrir no es cuántos años vamos a vivir, sino qué valor social, cultural y económico queremos dar a cada año vivido. ¹⁵

¿LISTO PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA?

Conviértete en Emisor de Valores

Accede a capital o diversifica tu financiamiento, estructurando tus emisiones en el mercado de valores panameño.

¿Por qué elegirnos?



Asesoría experta y personalizada



Cumplimiento regulatorio



Acompañamiento durante y post-registro



Acceso a inversionistas locales e internacionales



Tarifas flexibles y personalizadas



Experiencia comprobada en emisiones temáticas

¿Cómo Beneficia a tu empresa?



Acceso a financiamiento diversificado



Financiamiento a la medida



Incentivos fiscales



Flexibilidad en la estructura



Fortalece la estructura financiera y consolida prestigio



Eficiente financiamiento a largo plazo

**¡Impulsa el Futuro
de tu empresa hoy**



invertissecurities.com



(507) 214-0000



@invertis.securities



Mujeres que invierten, **MUJERES QUE INSPIRAN**

INVERTIS SECURITIES REAFIRMA SU COMPROMISO EN ELLA INVIERTE 2025 PARA IMPULSAR EL LIDERAZGO FEMENINO EN FINANZAS Y MOTIVAR A MÁS MUJERES A DAR EL PASO DE INVERTIR.

Por REDACCIÓN DE INVESTOR LIFESTYLE
Fotos OCTAVIO FRAUCA

El pasado mes de agosto se celebró Ella Invierte 2025, un evento que reunió a líderes, inversionistas y profesionales del sector financiero con un mismo propósito: impulsar la inclusión de la mujer en el mundo de las inversiones. Organizado con el respaldo de diversos patrocinadores, el encuentro ofreció conferencias, charlas de empoderamiento y paneles especializados que inspiraron a cientos de asistentes.

Uno de los momentos más destacados

fue el panel “Mujeres Inversionistas en Mercado de Capitales”, moderado por Patricia Villanueva. Allí participó como expositor José Ramón Mena, fundador de Invertis Securities, acompañado por las Embajadoras de Inspiración Financiera de la firma: Yamilet Zachrisson y Edda González.

Durante su intervención, José Ramón Mena lanzó una pregunta que resonó en la audiencia: “¿Por qué solo ahorrar si también puedes invertir?”. Con esta frase, destacó que la inversión no es un privilegio, sino una oportunidad para todas. Invertir significa crecimiento patrimonial,



EVENTO Educación financiera

José Ramón Mena junto a Patricia Villanueva, Yamilet Zachrisson y Edda González en el panel Mujeres Inversionistas 2025.



¿Por qué solo ahorrar si también puedes invertir? Todo el mundo tiene la oportunidad de abrir una cuenta de inversión, y mientras antes empiecen, más rápido van a aprender”.

independencia y visión de futuro.

El mensaje fue claro: cada mujer debe contar con una cuenta de inversión como herramienta de empoderamiento económico y vehículo para alcanzar sus metas.

El panel también incluyó testimonios de dos clientas de Invertis que compartieron su experiencia al dar el primer paso en el mundo de las inversiones. Ambas coincidieron en que, gracias a la asesoría recibida, transformaron su perspectiva financiera, adquirieron confianza y fortalecieron su capacidad de decisión. Destacaron que iniciar es sencillo, incluso con montos accesibles, y resaltaron la atención

cercana y personalizada que caracteriza a Invertis Securities.

La presencia de Invertis en Ella Invierte 2025 reafirmó su compromiso con la educación financiera y con abrir espacios de participación para las mujeres en el mercado de capitales. Más que un aliado estratégico, la empresa se posiciona como un acompañante en el camino hacia la independencia económica.

El evento dejó claro que la transformación del mercado financiero no es posible sin el liderazgo femenino. Ella Invierte 2025 sembró la certeza de que ahorrar ya no basta; ahora, la invitación es a invertir con propósito, confianza y visión de largo plazo.

La intervención de José Ramón Mena no pasó desapercibida. Más allá de cifras y mercados, habló de sueños y posibilidades. Su liderazgo se mostró empático y visionario, recordando que donde algunos ven riesgo, él ve oportunidad. Como fundador y CEO de Invertis Securities, ha construido un posicionamiento ético y transformador, abriendo espacios para mujeres y nuevas generaciones.

Su visión redefine la inversión como un proceso humano y con propósito. Con convicción, dejó en claro que sembrar visión hoy es hacer florecer el futuro de muchas.

Invertir es empoderarse: un paso sencillo que abre puertas al futuro, la independencia y la confianza financiera. 

EQUIDAD ECONÓMICA Y LIDERAZGO

DESAFÍOS DEL GRAN RELEVO PATRIMONIAL EN AMÉRICA LATINA

LA HISTÓRICA TRANSFERENCIA DE RIQUEZA EN AMÉRICA LATINA PUEDE CONVERTIRSE EN UNA OPORTUNIDAD PARA CERRAR LAS BRECHAS DE GÉNERO, SI SE GARANTIZA EL LIDERAZGO FEMENINO EN LA TOMA DE DECISIONES Y SE PROMUEVE UNA EQUIDAD ECONÓMICA REAL DESDE TODOS LOS SECTORES.

"Sin equidad de género en la toma de decisiones, el gran relevo patrimonial podría reforzar desigualdades en lugar de superarlas".



Por **MARICARMEN PLATA**

Anzola Robles & Asociados

*Miembro de la junta directiva de Grupo HOPSA
Exsecretaria de Acceso a Derechos y Equidad
OEA (2021-2025)*

En los próximos 20 años, se estima que ocurrirá una histórica sucesión patrimonial que implicará la transferencia intergeneracional de aproximadamente \$84 trillones en activos. Solo en Estados Unidos, cerca de \$30 trillones quedarán bajo el control de mujeres. Este fenómeno, conocido como el Gran Traspaso Generacional de Riqueza, no solo transformará el mapa económico, sino que plantea una pregunta clave: ¿irá acompañado de una redistribución efectiva del poder y la toma de decisiones?

La posibilidad de que más mujeres administren una porción significativa del capital global tiene implicaciones profundas para la gobernanza. No se trata únicamente de recursos, sino del reconocimiento del liderazgo femenino como un derecho. En el plano internacional, instrumentos como la Carta Democrática Interamericana (CDI) y la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) afirman que la participación política y económica de las mujeres es fundamental. La CDI establece en su artículo 6 que la participación ciudadana es un derecho esencial para el desarrollo; la CEDAW, en sus artículos 7 y 13, exige la igualdad de condiciones en la vida pública y económica.

De acuerdo con el Informe Global de Brechas de Género 2024 del Foro Económico Mundial, América Latina y el Caribe han cerrado un 65.7 % de la brecha en participación económica y oportunidades, y un 74.2 % de la brecha total de género. Estas cifras posicionan a la región por encima del promedio global y reflejan avances importantes en materia de inclusión. En muchos países, se observan esfuerzos sostenidos por ampliar la presencia de mujeres en el mercado laboral, promover su acceso a la educación superior y facilitar su incorporación a sectores tradicionalmente masculinizados.

Sin embargo, estos avances coexisten con brechas persistentes que limitan el



acceso de las mujeres a empleos de calidad, igualdad salarial, propiedad de activos y participación en espacios de liderazgo económico. Aunque las mujeres representan una parte significativa de la fuerza laboral regional, siguen enfrentando barreras estructurales que restringen su capacidad para ejercer plenamente su agencia económica y ocupar espacios de decisión. El momento actual representa una oportunidad histórica para acelerar el cierre de estas brechas, pero requerirá un enfoque deliberado y sostenido desde las políticas públicas, el sector privado y la sociedad civil.

En mi experiencia regional, he visto cómo el acceso formal a los derechos no siempre se traduce en poder real. Las mujeres siguen subrepresentadas en espacios clave de toma de decisiones, tanto en el ámbito público como en el privado. En las empresas, muchas aún enfrentan culturas corporativas que dificultan su avance hacia los niveles más altos de dirección.

Esta brecha no solo es una cuestión de justicia, sino también de eficiencia. Diversos estudios han demostrado que los equipos de liderazgo diversos generan mejores resultados. Por ello, la transferencia de riqueza representa una oportunidad crítica para rediseñar estructuras con enfoque de derechos, donde el liderazgo femenino sea una condición necesaria, no una excepción.

El Gran Traspaso Patrimonial no debe limitarse a mover activos entre generaciones. Es una oportunidad histórica para asegurar que las mujeres no solo administren capital, sino que también participen plenamente en la toma de decisiones sobre su destino. Si no se acompaña esta transición de acciones deliberadas en favor de la equidad, corremos el riesgo de perpetuar las mismas estructuras excluyentes.

Es hora de que quienes lideran en el sector privado, la política pública y las instituciones internacionales asuman este momento como un punto de inflexión. La inclusión económica y la participación de las mujeres en la gobernanza deben verse como imperativos éticos y estratégicos. Solo así podremos transformar esta transferencia patrimonial en un verdadero avance hacia la igualdad.

IMPULSANDO LA ECONOMÍA

A TRAVÉS DEL CAPITAL FEMENINO



Patricia Villanueva

Socia fundadora de Elevel Group, empresa creadora del Movimiento Ella Invierte

En Elevel Group creemos que el capital femenino es capital inteligente. Invertir en o con mujeres no es filantropía ni cumplimiento de cuotas, sino negocio.

Nuestra estrategia se enfoca en tres frentes que se refuerzan entre sí:

1. Capacitar y desarrollar a mujeres profesionales para que asuman posiciones de liderazgo y generen mayor valor.
2. Respaldar a empresas lideradas por mujeres con mentoría, capacitación y acceso a redes para escalar.
3. Apoyar fondos y proyectos de capital femenino que canalicen inversión de alto impacto y retorno comprobado, además de abrir oportunidades para inversionistas mujeres.

En mercados más dinámicos, esta triple apuesta ya da resultados y confiamos en ver cifras similares en nuestra región. Este artículo presenta la evidencia que respalda esta visión: por qué invertir en talento femenino, emprendimientos liderados por mujeres y fondos con enfoque de género es rentable y genera impacto sostenible.

MUJERES EN ENTORNO LABORAL

Según *Delivering Through Diversity* (McKinsey, 2018), las empresas con más mujeres en alta dirección tienen 21 % más de probabilidades de superar la rentabilidad de sus competidores. El informe de la OIT *Beyond the glass ceiling* confirma que más de dos tercios de las compañías que promueven la diversidad de género reportan aumentos de 5 % a 20 % en utilidades.

Las líderes mujeres suelen tomar decisiones basadas en datos, optimizan recursos y

construyen equipos estables. En economías emergentes, esto se traduce en empresas más ágiles, adaptables y con retornos sostenidos incluso en entornos volátiles.

EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

En América Latina y el Caribe, hasta un 50 % de las empresas privadas tiene al menos una mujer propietaria, aunque muchas son pymes con acceso limitado a financiamiento. Aun así, tienen 10 % más de probabilidad de seguir operando cinco años después de su creación frente a las lideradas por hombres (*Dow Jones, Women at the Wheel*, 2012).

Así mismo, empresas con liderazgo femenino tienen 1,5 veces más probabilidades de introducir nuevos productos o servicios (Banco Mundial, *Women, Business and the Law*, 2022) y crean en promedio 3,8 empleos, frente a 2,4 en negocios de hombres (BID Lab, *WeGrow*, 2021).

FONDOS DE MUJERES Y PARA MUJERES

En la región operan fondos como Amplifica Capital (México), que invierte en *startups* de mujeres, y WeXchange de IDB Lab, que impulsa empresas lideradas por mujeres en áreas STEM, conectándolas con inversores, mentores y redes clave.

El International Finance Corporation (IFC) documenta que los fondos con diversidad de género en su gestión obtienen un 20 % más de rendimiento neto. Boston Consulting Group (BCG) indica que las *startups* fundadas por mujeres generan 78 centavos de ingreso por cada dólar invertido, frente a los 31 centavos de las fundadas por hombres.

EL EFECTO MULTIPLICADOR

Invertir en una mujer no solo genera ingresos, sino que multiplica el valor creado. Según el estudio del World Economic Forum *Why women make the best tech investments*, las mujeres reinvierten hasta el 90 % de sus ganancias en salud, educación y bienestar comunitario, frente al 30-40 % en el caso de los hombres. Esto genera entornos más prósperos para todos.

Cuando a una mujer le va bien, le va bien a toda su comunidad.

En un mercado cada vez más competitivo, la pregunta no es si deberías invertir en mujeres. La verdadera pregunta es: ¿cuánto estás dispuesto a dejar de ganar si no lo haces?

PROFESIONALES EN AUDITORÍA



Celebramos 8 años como miembros en



Este aniversario refleja nuestro compromiso con la excelencia, la innovación y la calidad en cada servicio que ofrecemos. Formar parte de esta red internacional de firmas independientes nos permite ampliar nuestra visión, compartir conocimiento y brindar a nuestros clientes soluciones con respaldo global. Seguimos avanzando con la misma convicción: ser un aliado estratégico que genera confianza y valor a cada uno de nuestros clientes

WWW.ORGAUDITORES.COM.PA
INFO@ORGAUDITORES.COM.PA

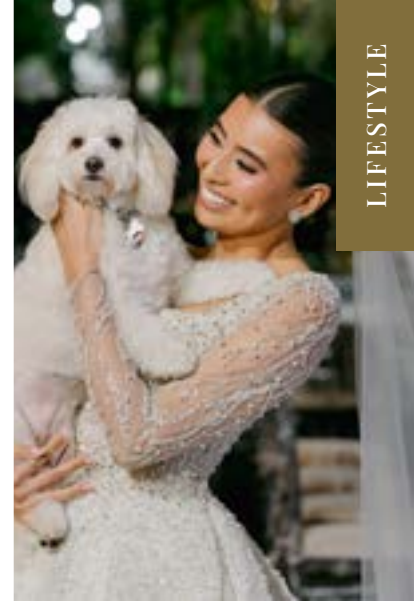


#CELEBRACIÓN DE AMOR

EL 17 DE MAYO DE 2025, CHRISTINE LAU Y CHRISTIAN CACHAFEIRO UNIERON SUS VIDAS EN UNA EMOTIVA CEREMONIA CELEBRADA EN LA IGLESIA CATEDRAL DEL CASCO ANTIGUO.

Posteriormente, la celebración continuó en Casa Veranda, Hotel Sheraton, un escenario lleno de elegancia y detalles cuidadosamente diseñados que crearon una atmósfera de pura magia y romanticismo. Rodeados de sus seres queridos, vivieron una velada marcada por los abrazos, la música vibrante y la promesa de una vida compartida.

FOTOGRAFÍAS: Rubén Parra | COORDINACIÓN: Aquamarina Eventos
DECORACIÓN: Alex Gaudiano | VESTIDO: Monarosa Panamá
MAQUILLAJE: Miranda Makeup Artist | PEINADO: Javier Velásquez
VIDEO: Carlos Yap | MÚSICA: Orquesta Café, DJ Truenos y Relámpagos | POSTRES: Poquito Más | CAKE: Jorge Arturo @mrdonutspanama | PAPELERÍA: Paper Lab Company











MODART: MODA, ARTE Y PROPÓSITO COMPARTIDO

En su segundo aniversario, el colectivo **MODART** reunió a diseñadores, diplomáticos y medios en una experiencia que resaltó la moda panameña con visión global. Con apoyo de PROPANAMA, Empresas Bern y Better Fashion Future, la velada fusionó arte, sostenibilidad y proyección comercial, destacando el potencial exportador del diseño local en un espacio creado para inspirar.

FOTOS: Octavio Frauca



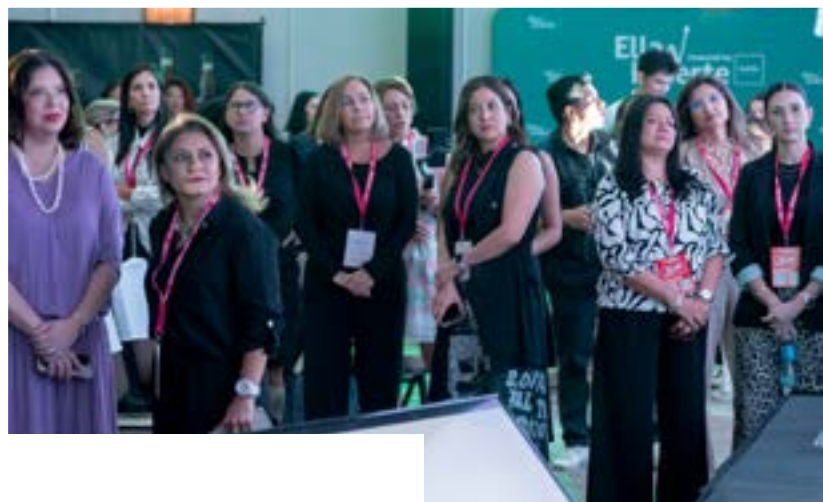


MARRUECOS CELEBRA 25 AÑOS DE REINADO

La Embajada del Reino de Marruecos en Panamá celebró el 25.º aniversario de la entronización de su majestad el rey Mohammed VI. Autoridades nacionales como el canciller Javier Martínez-Acha y el ministro de Comercio Julio Moltó acompañaron esta conmemoración que resaltó los avances de Marruecos en modernización, infraestructura y desarrollo social, durante un reinado marcado por visión, estabilidad y transformación.

FOTOS: Cortesía





MUJERES LIDERAN INVERSIONES EN ELLA INVIERTE

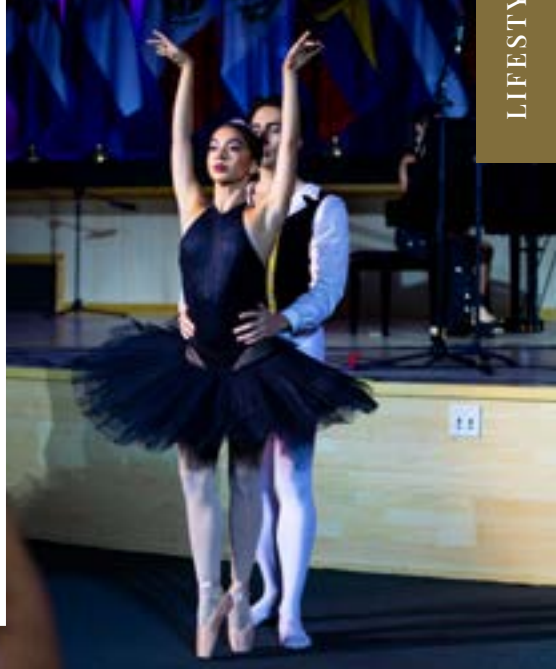
Ciudad de Panamá fue escenario del evento Ella Invierte 2025, organizado por Eleval Group en el hotel Hyatt Regency. La jornada reunió a líderes empresariales, economistas y emprendedoras para impulsar la inclusión financiera femenina, compartir herramientas de inversión diversificada y promover un liderazgo transformador que consolide el crecimiento económico regional.

FOTOS: Cortesía









RAÍCES, VANGUARDIA Y MAESTRÍA

Una noche de música académica dio inicio al XIX Festival Internacional Alfredo de Saint Malo, celebrando el talento y legado musical panameño. El concierto inaugural ofreció una experiencia vibrante donde artistas nacionales e internacionales interpretaron piezas de tango, danza y música académica. Se destacó la presentación de un documental en homenaje al maestro Roque Cordero. Este festival, organizado por la Fundación Sinfonía Concertante de Panamá con el respaldo del Ministerio de Cultura, convocó a más de 500 participantes durante 12 días de enriquecimiento artístico y educativo.

FOTOS: Cortesía



Así&Asá

Hijos. Cuando los hijos son Así&Asá se disfrutan más. El senso para tener una hermanita.

MÓNICA GÚZMAN ZUBIETA
@monicaguzmanzubieta

Soy madre de dos hijos. Y me lo gozo INFINITO desde que nacieron. O sea TODO se los celebro, trato estar presente y compartir sus gustos lo más posible.

Vivo en tema romántico, siempre pienso que el tiempo se pasa muy rápido y me da ansiedad mirar para atrás y pensar que no los disfruté suficiente. Así es que desde que nacieron, con 15 meses de diferencia, estoy obsesionada con ellos. Y lo mejor es que uno es así y el otro asá. O sea que hay cuentos variados para mil millones de días.

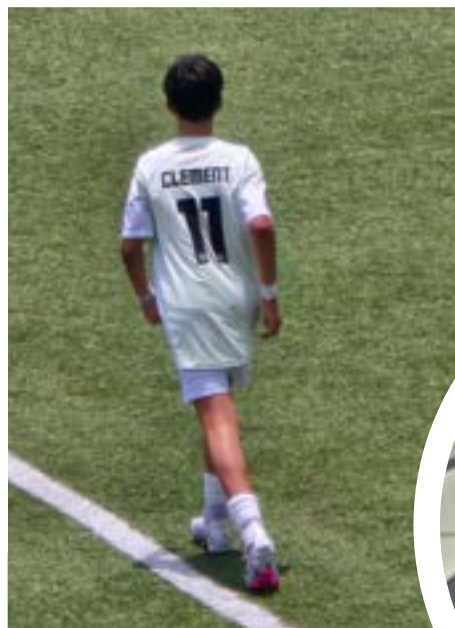
Uno de mis hijos es así normal. Le gusta el fútbol, football americano, chatear por celular, la pizza y estar con amigos.

El otro es asá. Le gusta el mar, los veleros, practica esgrima y le gusta vestirse elegante.

Entonces pues hay cuentos y cuentos.

En estas épocas que los acudientes están dejando a sus hijos en college y el instagram está lleno de madres tristes, felices, con incertidumbre y orgullosas. O sea sintiendo todo eso que uno siente cuando los deja solos por primera vez. En un país extraño. Viviendo con desconocidos. Y la mente comienza a pensar: OJALÁ NO LE PASE NADA. OJALA SE ACUERDE DE TODO LOS VALORES QUE LE INCULCAMOS. OJALA HAGA BUENAS DECISIONES. OJALA APRENDA Y DISFRUTE MUCHO. Y no queda de otra que soltar y a pasar página.

Y bueno como yo soy asá yo estoy ahora pensando, mientras almorzamos en familia, que mis hijos se van a College a la vez. En 8 años, pero VA A PASAR. ¡Me van a dejar sola con el mr! Y ya me están dando ganas de llorar. Entonces en medio



almuerzo, invito a Álvaro a que se siente conmigo y en secreto le pregunto: No te gustaría tener una hermanita? Es que ustedes se van a ir a estudiar a la vez y papi y yo vamos a quedar muy solos. Así ella nos acompaña.

Y me responde: Pues sí... a mi me parece buena idea. A mi hermano es el que no le gustará para nada.

Entonces le digo bueno vamos a vencer a papá primero. Ve y dile en secreto, como si fuera tu idea. Él jamás podrá resistirse.

Y responde Alvaro: No mamá mejor dile tu que a mi me da pena hablar con papá de SEXO. #jaja

Este es el mismo hijo que a los 8 años el papá le estaba preguntando de qué quería trabajar cuando fuera grande. Que si le gustaría trabajar en Proclean como él y el Tio Alex. Y Álvaro muy tranquilo responde: Sí, seré SU jefe. #Plop

Y así vamos por la vida, muertos de risa con los niños. Entonces para esas mamás que están asá, con el nido vacío. Les mando un BESO ABRAZO. Por mientras acá la mismita seguirá obsesionada por varios años más. #Asi&Asa

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





Cartier