

EDICIÓN 26

INVESTOR

OCTUBRE 2025
www.investor.com.pa

RICAURTE 'CATÍN' VÁSQUEZ

EL FUTURO DEL CANAL

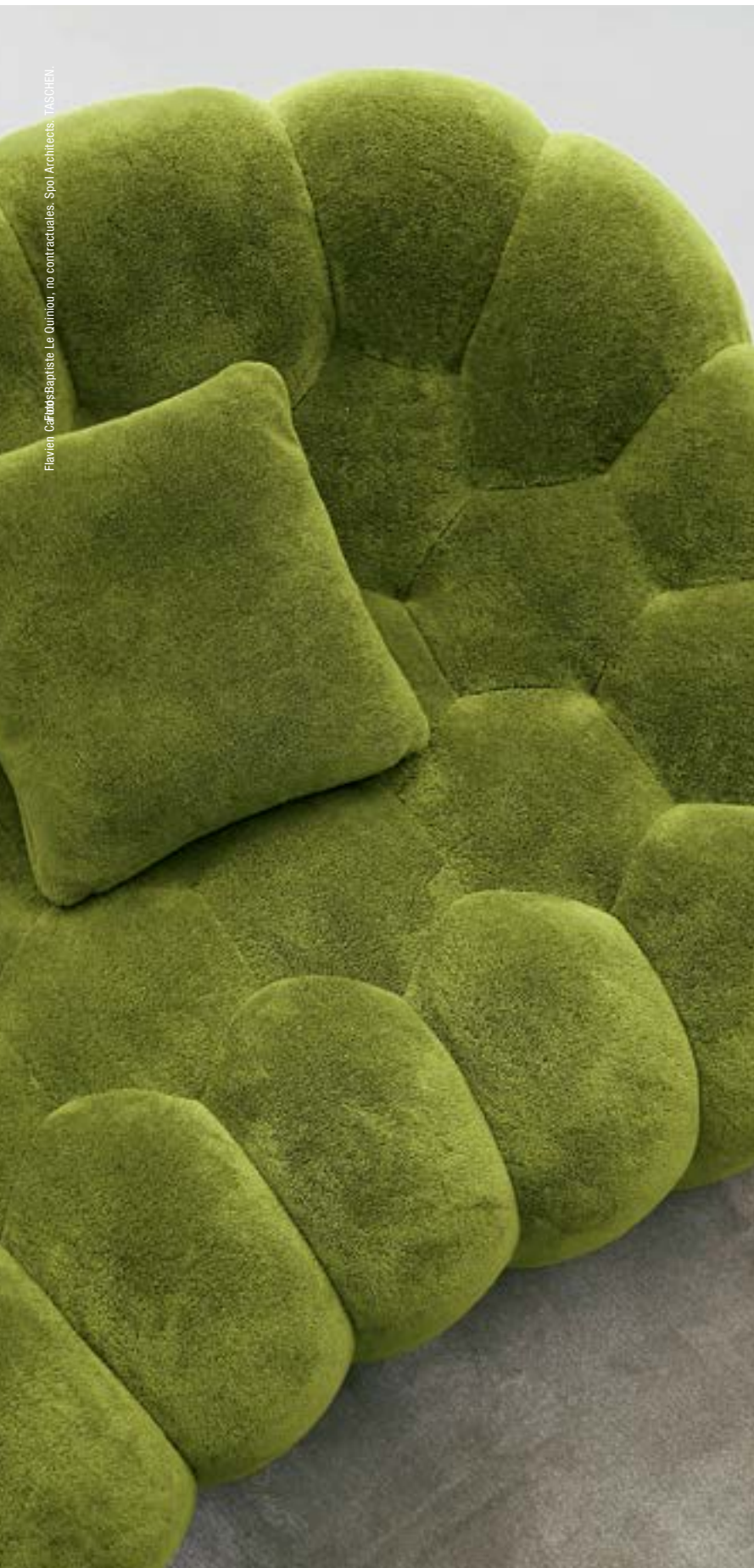
PANAMÁ FORTALECE SU CORREDOR
CON ESTRATEGIA Y VISIÓN





REACH FOR THE CROWN

EL EXPLORER



PANAMÁ - Edificio Roche Bobois, Avenida B, Costa del Este
Asesoramiento en decoración y proyectos 3D en tienda



Bubble Curve. Sofá, diseño Sacha Lakic.
Ovni Up. Mesa de centro, diseño Vincenzo Maiolino.
Oiseau. Lámpara, diseño Sean Connors.



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
info@empresasbern.com | +507 6679-2204

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



SEASIDE

Somos parte de tu destino

Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com



æ AirEuropa SKYTEAM
Tú decides

EL NUEVO UMBRAL



MATÍAS MORALES
mmorales@investor.com.pa

El futuro rara vez llega de golpe. Se anuncia en señales que, si sabemos leerlas, revelan que estamos en un punto de inflexión. Panamá vive uno de esos momentos y la mirada sobre su Canal lo confirma: desde siempre ha sido un proyecto país, un símbolo de soberanía y un motor de desarrollo que hoy exige visión renovada, neutralidad estratégica y una gestión del agua capaz de garantizar vida antes que tránsito.

Ese mismo espíritu se proyecta en la diplomacia y en la economía. El acercamiento con Brasil no es un gesto aislado, sino la posibilidad de que dos naciones complementarias construyan un eje regional en logística, energía, agroindustria y tecnología. La cooperación deja de ser discurso y se convierte en una apuesta real por el desarrollo compartido.

Pero un país no avanza solo con infraestructura y tratados. También se sostiene en la fuerza de su cultura, en la creatividad de sus ciudadanos y en su capacidad de transformar narrativas. Lo demuestran la exposición Musa, que resignifica la presencia femenina en el arte latinoamericano; la Fundación Pide un Deseo, que lleva tres décadas convirtiendo la esperanza en acción; y la visión de Orit Btsh, que defiende la lectura como alimento vital para el espíritu.

Esta edición recoge esas señales. Son páginas que nos invitan a pensar que el porvenir no se hereda: se construye. Y que Panamá, con decisión y propósito, tiene hoy la oportunidad de escribirlo en grande.



ESCANEA AQUÍ
PARA VISITAR LA
PÁGINA WEB

PRESIDENTE EJECUTIVO
José Ramón Mena Mauriz

DIRECTOR DE CONTENIDO
Matías Morales

**COLABORADORES Y
COLUMNISTAS**
Matías Morales
Yamilly Bonilla
Ana Arenaza

Jorge Chanis Barahona
Mónica Guzmán Zubieta

EDITOR DE DISEÑO
Ricardo Bermúdez

DISEÑO EDITORIAL
Selene Márquez

FOTOGRAFÍA
Aris Martínez
Octavio Frauca

BANCO DE IMÁGENES
AFP
Unsplash

COLOR DIGITAL
Mauricio Arias

CORRECCIÓN
Edubenis Sánchez

◆
GERENTE DE PUBLICIDAD
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

IMPRENTA
Casa Editorial El Tiempo
Bogotá, Colombia

◆
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 publicados.



Si lo deseas, puedes tenerlo

Te ofrecemos excelentes condiciones de financiamiento para el auto nuevo que sueñas.

Solicítalo aquí



MetroBank
ES CONFIANZA

en esta edición



42

GASTRONOMÍA
**KALMA y la nueva
cocina del fin del
mundo**

22

PILOTO
**Gray Ghost fusiona
tecnología, potencia
y nostalgia Harley**

24

ARTE
**Musa reinterpreta
colecciones femeninas**

28

VOLUNTARIADO
**Tres décadas de
esperanza. Deseos
que transforman**

32

ABOUT
**Rubén Parra, el arte
invisible del amor**

36

TRAVEL
La vieja Habana llora

46

PROTAGONISTA
**Más que un Canal,
un proyecto país**

58

TENDENCIAS
**Ópalo, un arcoíris
atrapado en piedra**



54

TENDENCIAS
**Tiempo, espacio
y legado**



62

TENDENCIAS
Orit Btesh, la quijote

60

TENDENCIAS
**Cartier reinventa el
amor en movimiento**





74

INVESTOR BUSINESS

**Influencia en construcción:
radiografía de los CEO
panameños**

68

INVESTOR BUSINESS

**La logística que mueve
al mundo**

78

INVESTOR BUSINESS

**Panamá y Brasil
construyen un puente
estratégico global**

92

LIFESTYLE

**Mercados conectados,
futuro sostenible**

98

OPINIÓN

Así y Asá



86

LIFESTYLE

#CHIRIKINGS



FOTO DE PORTADA: Aris Martínez



Montañas y humo revelan la auténtica libertad

SOBRE LOS ALPES, LOS FLYING BULLS TRANSFORMAN EL CIELO EN ESCENARIO. AVIONES CLÁSICOS RESTAURADOS QUE SE CRUZAN CON FUERZA Y ELEGANCIA, NOS RECUERDAN QUE VOLAR ES TAMBIÉN DESAFIAR LÍMITES Y ABRAZAR LA INTENSIDAD DE LA LIBERTAD.

EN LO ALTO DE LOS ALPES, LOS FLYING BULLS TRAZAN LÍNEAS PERFECTAS sobre un paisaje que parece inalcanzable. El rugido de los motores y la exactitud de cada maniobra convierten el aire en un espectáculo de fuerza y precisión.

Cada avión, restaurado con obsesión por el detalle, es un testimonio de lo que significa llevar la pasión al límite: no basta con mantenerlos en tierra: hay que devolverles su razón de ser, el vuelo. En formación cerrada, los pilotos desafían la gravedad y convierten el cielo en un espacio coreo-

grafiado donde cada viraje es riesgo y belleza a la vez.

La escena captura un instante único: alas que se abren sobre montañas eternas, humo blanco que dibuja geometrías que se desvanecen en segundos. Allí, donde la potencia mecánica se encuentra con la inmensidad de la naturaleza, surge la verdadera esencia de los Flying Bulls: la libertad expresada como poder en movimiento, pura energía que vibra entre cielo y tierra.

Foto: Michael Zajc / Red Bull Content Pool



TIEMPO MECÁNICO

ELEGANCIA QUE NUNCA SE DETIENE

Hay máquinas que se mueven y otras que emocionan al moverse. Los autos clásicos pertenecen a la segunda categoría. En una época cuando la velocidad lo era todo, estos vehículos ofrecían algo más: carácter, presencia, una silueta inconfundible. Hoy, en eventos como el Pebble Beach Concours d'Elegance o el Goodwood Revival, esos mismos autos desfilan no como reliquias, sino como arte en movimiento.

Entre motores restaurados y carrocerías impecables, lo que realmente se exhibe es una forma de mirar el tiempo. Una forma que no corre, sino que se detiene, observa y aprecia.

Conducir un clásico es devolverle al presente un gesto olvidado: el de ir más despacio solamente para saborear el trayecto.

En ese universo donde cada tornillo tiene una razón de ser, también hay lugar para quienes entienden que la precisión es tan emocional como técnica. Marcas relojeras, por ejemplo, que han acompañado discretamente estas travesías, no por tendencia, sino por afinidad.

Un Aston Martin DB5, un Ferrari 250 GTO o un Jaguar E-Type no solo despiertan admiración: activan memorias. Son la imagen de una época en la que conducir era un arte, no una rutina.





El auto clásico
no compite con
el tiempo: lo
seduce, lo desafía
y lo convierte en
experiencia viva.



CUANDO EL VINO PIERDE GRADOS

LOS VINOS SIN ALCOHOL IRRUMPEN EN EL MERCADO CON FUERZA: PROMESAS DE BIENESTAR, NUEVAS AUDIENCIAS Y COYUNTURAS FISCALES FAVORECEDORAS. PERO ¿RESPONDEN A UN CAMBIO PROFUNDO EN EL CONSUMO O SON UNA APUESTA COMERCIAL QUE PODRÍA DILUIR LA IDENTIDAD DEL VINO TRADICIONAL?

Texto REDACCIÓN INVESTOR LIFESTYLE

Fotos UNSPLASH Y CORTESÍA

El ritual parece idéntico: descorchar, servir, girar suavemente la copa y observar cómo la luz juega entre tonos rubís o dorados. Pero, hay una diferencia crucial: la ausencia de alcohol. Los vinos sin alcohol, que hace apenas una década parecían una curiosidad más que una alternativa

seria, hoy aparecen en góndolas de supermercados, cartas de restaurantes y en discursos de bodegas que no quieren quedar afuera de la transformación global.

¿Estamos ante una tendencia genuina que refleja nuevas sensibilidades o frente a una estrategia de *marketing* que aprovecha el halo de “saludable” del 0.0? En la industria vitivinícola, donde la tradición pesa tanto como el sabor, ese cuestionamiento parece inevitable.

El mercado global de vinos sin alcohol no es ya un segmento residual. Según el informe de Fact.MR, este mercado registró en 2024 un valor superior a los 4.000 millones de dólares y proyecta tasas de crecimiento anual superiores al 8 % hasta 2030. Straits Research coincide: los vinos desalcoholizados y bajos en graduación serán una de las categorías más dinámicas en la próxima década.

En Europa, el fenómeno es visible. Ale-

**LAS NUEVAS GENERACIONES
IMPULSAN EL AUGE DE LOS VINOS SIN
ALCOHOL: PRIORIZAN SALUD, EXPERIENCIAS
Y COHERENCIA CULTURAL, Y DESAFÍAN A LAS
BODEGAS A INNOVAR SIN PERDER
AUTENTICIDAD NI TRADICIÓN ENOLÓGICA.**

mania y el Reino Unido lideran el consumo de bebidas *low & no alcohol*. En este último, la política fiscal escalonada según grados alcohólicos ha impulsado a productores a innovar en vinos más ligeros. En paralelo, Asia-Pacífico emerge como motor de crecimiento, con consumidores jóvenes dispuestos a explorar nuevas formas de socializar sin alcohol como requisito.

En América Latina el ritmo es más pausado, pero ya hay señales. En Argentina, la enóloga Susana Balbo lanzó su línea Crios Sustentia, con entre 8 y 9 grados de alcohol, apuntando a consumidores que buscan equilibrio entre disfrute y bienestar. En Mendoza, varias bodegas experimentan con “vinos livianos” y versiones 0.0, aunque todavía representan una fracción mínima del mercado. Chile y México también exploran alternativas, más vinculadas a la exportación que al consumo interno.

Lo que mueve esta corriente no es únicamente la innovación enológica, sino un cambio cultural más amplio. La generación Z y los *millennials* beben menos que gene-

Unsplash / Kelsey Chance



LOS CARDOS DULCE SAUVIGNON BLANC

Es un vino dulce que seduce con intensos aromas a pomelo, ruda y maracuyá. En boca es suave, pero persistente. Presenta un sutil color amarillo verdoso.



AMALAYA LIVIANO, TORRONTÉS- RIESLING

Este vino de cosecha temprana es ligero y refrescante. Color verdoso brillante casi transparente. En boca tiene una entrada fresca con notas suaves y persistentes.



CRIOS SUSTENTIA CHARDONNAY

Es un vino reducido en calorías, creado para quienes buscan cuidarse con un consumo moderado de alcohol. Color dorado con destellos verdosos.



WINE NOT?, MALBEC

Excelente para las personas que buscan una opción de bebida liviana y saludable. Rojo granate brillante de intensidad media, propio de la baja intervención y la cosecha anticipada.



COSECHA TEMPRANA, DE CRUZAT

Color rosado piel de cebolla. Con aromas frescos y frutales. De paladar cremoso, muestra una delicadeza y equilibrio muy elegante. Fácil de beber.

raciones anteriores, y priorizan hábitos saludables, deportes y experiencias sin resaca. A esto se suma el auge del movimiento *sober curious* y del *mindful drinking*, que propone relacionarse con el alcohol de forma consciente. El vino sin alcohol se inscribe en esa ola, compitiendo en un escenario donde ya triunfan la cerveza sin alcohol, los *mocktails* y bebidas como la kombucha.

ENTRE INNOVACIÓN Y ESCEPTICISMO

Las bodegas que se animan en este camino están invirtiendo en tecnología para desalcoholizar sin sacrificar calidad: ósmosis inversa, columnas de conos rotativos y destilación al vacío, son algunos de los métodos más usados. El desafío es conservar aromas, estructura y complejidad sin el soporte del alcohol. No siempre lo logran.

El debate se enciende entre defensores y críticos. Para algunos especialistas, un vino sin alcohol es apenas una bebida de uva sofisticada que se aprovecha del prestigio de la categoría. “El vino sin alcohol corre el riesgo de ser percibido como un simulacro, un producto que usa las mismas ropas, pero que no transmite la esencia”, advierte un columnista de *Forbes Argentina* en un artículo reciente.



El diseño de las etiquetas desafía los convencionalismos de la industria y busca atraer a nuevas generaciones que valoran la autenticidad y la conexión emocional con la marca.



Unsplash / Kelsey Chance

La desconfianza también viene de consumidores tradicionales. Para ellos, un malbec 0.0 es una contradicción. El vino es fermentación, *terroir* e historia, y en esa alquimia el alcohol ha sido parte inseparable. Sin embargo, quienes apoyan esta nueva categoría argumentan lo contrario: se trata de ampliar el acceso. Embarazadas, personas con restricciones médicas o consumidores que por razones religiosas no beben, pueden integrarse al ritual del vino sin quedar al margen.

Algunas experiencias incluso han sorprendido. En una cata organizada por *El País*, la sumiller Rocío Benito y el enólogo Juan Carlos Vidarte probaron blancos, tintos y espumosos desalcoholizados y concluyeron que, aunque no reemplazan al vino clásico, ciertas versiones alcanzan una dignidad sensorial inesperada.

En Latinoamérica, la aceptación cultural será el verdadero reto. La tradición vitivinícola está asociada a lo social, al brindis compartido, al peso simbólico de una copa. Si el vino sin alcohol logra insertarse en ese imaginario, podría consolidarse como tendencia. Si no, corre el riesgo de quedar en el terreno de la moda pasajera.

Lo cierto es que los vinos sin alcohol encarnan la tensión entre tradición y modernidad. Las estadísticas sugieren que llegaron para quedarse, impulsados por consumidores que buscan salud, coherencia y experiencias culturales sin sacrificar rituales. El desafío será demostrar que no solo imitan al vino, sino que pueden dialogar con su esencia. Porque más allá de los grados, el vino sigue siendo cultura líquida, un lenguaje compartido que se transforma con cada generación. 

Opal Light. A Dance of Colors.


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



GRAY GHOST FUSIONA TECNOLOGÍA, POTENCIA Y NOSTALGIA HARLEY

LA LEGENDARIA MARCA DE MOTOCICLETAS CELEBRA EL LEGADO FAT BOY CON 1.990 UNIDADES GLOBALES Y DETALLES QUE EVOCAN LA SILUETA ORIGINAL, AHORA CON POTENCIA REFINADA.



HAY MÁQUINAS QUE NO SOLO SE CONDUCEN: SE SIENTEN.

Algunas nacen para revolucionar; otras para resistir el paso del tiempo. Pero unas pocas logran ambas cosas: se convierten en símbolos. Así ha sido el viaje del Fat Boy de Harley-Davidson, una silueta que marcó

la cultura de las dos ruedas desde 1990 y que hoy, tres décadas después, renace con la fuerza de la memoria y el pulso del futuro. La edición limitada Gray Ghost no es solo una moto, sino una declaración de principios. De estilo, de potencia, de lo que significa mirar hacia adelante sin olvidar lo

que fuimos. En una era de automatización, sostenibilidad y diseño inteligente, este modelo demuestra que la autenticidad también evoluciona. Que lo clásico no está reñido con la innovación. Que el rugido del motor puede ser, también, un eco de la historia.



2 DETALLES DE CARROCERÍA

■ ACABADO 'REFLECTION'.

Capa PVD en tanque y guardabarros que logra efecto espejo metálico, semblante cromado brillante resistente a la corrosión.

■ ELEMENTOS NOSTÁLICOS.

Asientos con flecos, correa de tanque de cuero, insertos amarillos y medallón con alas replican estilo clásico Fat Boy.



2 DETALLES INNOVADORES

■ **'LIGHTING LED'.** Faros, luces traseras y de freno completamente LED, mejor visibilidad e identidad moderna.

■ **CONECTIVIDAD MEJORADA.** Puerto USB-C accesible, consola instrumental con velocímetro analógico junto a pantalla digital multifunción actualizable.

3 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

■ **POTENCIA AUMENTADA.** Motor Milwaukee-Eight 117 Custom entrega 101 CV (75 kW) y 171 Nm, mejorando potencia y torque respecto al modelo anterior.



■ SUSPENSIÓN AJUSTABLE.

Horquilla de 49 mm con válvulas 'dual-bending' y amortiguador trasero con ajuste hidráulico para óptima comodidad bajo diferentes cargas.



■ **MODOS SELECTIVOS.** Tres modos de conducción (Road, Rain, Sport) con ABS/C-ABS, control de tracción y sistemas electrónicos para mayor seguridad.



Arte, memoria y género

Musa reinterpreta colecciones femeninas

La exposición conjunta del MAMM y MAC Panamá reúne más de 80 obras de 56 artistas y replantea, con rigor institucional, el lugar de las mujeres en el arte latinoamericano.

Por YAMILLY BONILLA
Fotos CORTESÍA

La exposición Musa. Perspectivas femininas en las colecciones del MAMM y MAC Panamá, se ha consolidado como un gesto institucional de gran trascendencia en América Latina. Más que una muestra, representa un acto de justicia poética y una oportunidad de repensar las colecciones, los relatos curatoriales y los compromisos de los museos con la equidad de género. Tanto el Museo de Arte Moderno de Medellín (MAMM) como el Museo de Arte Contemporáneo de Panamá (MAC

Panamá) han asumido este proyecto como una plataforma de transformación cultural, social y política.

MEDELLÍN: UN PUNTO DE PARTIDA CON ECO SOCIAL

Inaugurar Musa en Medellín en 2024 significó para el MAMM abrir un espacio de reflexión profunda. Ser el punto de partida fue un honor y una responsabilidad: la institución asumió el reto de confrontar críticamente un canon artístico marcado por narrativas masculinas, dando visibilidad a más de cincuenta creadoras cuyas obras habían sido relegadas. La respuesta del público fue tan significativa





María Lucía Alemán, directora del MAC Panamá.



María Mercedes González, directora del MAMM.



como conmovedora. La muestra generó diálogos intergeneracionales y permitió que Medellín acogiera un proyecto que interpelaba de manera directa las formas en que el arte se ha contado y exhibido históricamente.

El paso de Musa por el MAMM dejó una lección clara: a pesar de los avances recientes, la disparidad de género en las colecciones sigue siendo evidente. Este ejercicio de relectura sirvió para repensar las políticas de adquisición y exhibición, evidenciando la necesidad de narrativas más inclusivas, éticas y honestas. Reconocer a las mujeres no solo como artistas, sino como curadoras, conservadoras y guardianas de los acervos, ha sido uno de los aprendizajes más relevantes. Con Musa, el MAMM reafirma su compromiso con un futuro donde las voces femeninas ocupan un lugar central en la construcción de los relatos.

Uno de los ejes curatoriales de la muestra —la memoria política— encontró una resonancia especial en Colombia. Obras de creadoras como Clemencia Echeverri o Beatriz González dialogaron de manera poderosa con un país atravesado por conflictos sociales y políticos que aún hoy marcan su cotidianidad. Para los públicos de Medellín, este apartado fue uno de los más intensos: activó recuerdos, abrió conversaciones y mostró cómo el arte puede ser, al mismo tiempo, denuncia, espejo y herramienta de sanación.

En la misma línea, Musa rindió home-

naje a quienes, desde roles menos visibles, han sostenido el patrimonio artístico. El MAMM ha implementado estrategias para reconocer a curadoras, archivistas y conservadoras mediante publicaciones, programas públicos y espacios de diálogo. Este esfuerzo busca que la labor esencial de estas mujeres no quede en la sombra, sino que se valore como parte integral del ecosistema artístico. La exposición fue, en sí misma, una plataforma para visibilizar ese trabajo vital, que en gran medida garantiza la continuidad y sostenibilidad de los acervos.



Musa nos recuerda que el arte también reescribe historias silenciadas”.

María Mercedes González
Directora de MAAM



PANAMÁ: UNA NUEVA ETAPA PARA MUSA

Para el MAC Panamá, recibir a Musa es profundamente significativo. Supone insertarse en un gesto institucional que trasciende lo físico y se proyecta en lo conceptual, reforzando su misión de tender puentes y generar diálogos regionales. La exposición invita a repensar las colecciones y relatos desde una perspectiva inclusiva, diversa y justa. Con más de 80 obras de 56 artistas —entre ellas referentes internacionales como Leonora Carrington y Ana Mendieta, junto a creadoras panameñas como Sandra Eleta e Isabel de Obaldía— el museo se posiciona como un nodo vital del arte contemporáneo regional.

El título de la muestra, inspirado en la obra de Minia Biabiany, resignifica la figura clásica de la musa y la conecta con la musa paradisíaca, símbolo de resiliencia y sanación en el Caribe. Para Panamá, esta metáfora enlaza con sus raíces, con la memoria de mestizajes y con la fuerza transformadora de lo femenino. La exposición reivindica a la mujer no como objeto pasivo de inspiración, sino como creadora con voz y poder propios.

El MAC Panamá, descrito como un “pequeño gran museo”, confirma con Musa su capacidad de albergar proyectos de escala internacional. La muestra refleja



Recibir Musa en Panamá es un privilegio que reafirma nuestra misión: crear puentes, visibilizar voces y consolidar un museo diverso, inclusivo y transformador”.

María Lucía Alemán
Directora del MAC Panamá





Mujeres dialogan con obras y creadoras. La exposición inspira a conocer trayectorias femeninas invisibilizadas históricamente.



su crecimiento institucional y consolida su posición en la región como un espacio de relevancia y prestigio.

Con Musa, Medellín y Panamá han demostrado que el arte puede reescribir historias y abrir horizontes más inclusivos. Se trata de un proyecto que une instituciones, países y generaciones, pero, sobre todo, devuelve a las mujeres su lugar protagonista en la memoria cultural de la región. 



TRES DÉCADAS DE ESPERANZA DESEOS QUE TRANSFORMAN

Fundación Pide un Deseo Panamá conmemora treinta años de cumplir anhelos y transformar con esperanza y alegría.

Por YAMILLY BONILLA

Fotos CORTESÍA



La Fundación Pide un Deseo Panamá celebra tres décadas de trabajo ininterrumpido, y ha transformado la vida de más de 2.100 niños y sus familias a través de la esperanza, la solidaridad y la magia de cumplir un sueño.

Hace treinta años, un niño llamado Luciano soñaba con algo aparentemente sencillo: celebrar su cumpleaños. Su diagnóstico de leucemia y las restricciones hospitalarias hacían de ese deseo una misión complicada. Sin embargo, un grupo de visionarios logró que aquel niño celebrara en McDonald's. Así comenzó la historia de la Fundación Pide un Deseo Panamá, capítulo local de Make-A-Wish, que desde entonces ha transformado más de 2.100 vidas a través de la magia de cumplir un deseo.

“Cada deseo es un viaje emocional y logístico”, comenta Isabel Victoria Amado, directora general de la Fundación,

quien lidera una organización que ha aprendido a superar protocolos médicos, desafíos emocionales y limitaciones institucionales para poner al niño y su familia en el centro de cada experiencia. Hoy la fundación concede entre 130 y 145 deseos cada año, e impacta a niños de 3 a 17 años y a sus familias. Un deseo no es un regalo aislado: es un catalizador de esperanza que irradia a médicos, enfermeras, compañeros de escuela y vecinos. “Cuando un niño recibe un deseo, su actitud cambia: va al hospital con optimismo, con ilusión. Ese cambio influye en su recuperación y en quienes le rodean”, subraya Amado.

Los deseos se dividen en cuatro categorías: quiero ser, quiero tener, quiero conocer y quiero ir. Desde convertirse en policía por un día hasta viajar a la playa con la familia, todos tienen algo en común: devolver a la niñez lo que la enfermedad amenaza con arrebatar.

En lugar de una gala tradicional, este 2025 la fundación decidió celebrar con una acción de profundo significado: cumplir 30 deseos en un solo mes. Con el lema “30 deseos, 30 años”, el reto triplicó la logística y movilizó a donantes y voluntarios. “No queríamos que nuestro aniversario fuese solo una fecha en el calendario, sino una experiencia que reafirmara nuestro propósito”, explica Amado. Para ello, la organización activó su red nacional de voluntarios en provincias como Chiriquí, Los Santos y Veraguas, y demostró que la esperanza no tiene fronteras. Empresas aliadas aportaron recursos en especie —desde vales de gasolina hasta transporte especializado—, alineando sus contribuciones con objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social.

EVOLUCIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DEL VOLUNTARIADO

Los voluntarios han pasado de ejecutores a diseñadores de experiencias. Son ellos quienes entrevistan a los niños, identifican sus pasiones y acompañan el proceso de principio a fin. Para sostener su compromiso, la Fundación ha fortalecido la for-



Cada deseo cumplido devuelve a la niñez lo que la enfermedad intenta arrebatarle: ilusión, alegría y fuerza emocional para continuar la batalla, rodeados de amor y optimismo.



Los voluntarios son el corazón de la Fundación: acompañan, diseñan experiencias y siembran esperanza, convirtiéndose en verdaderos arquitectos de ilusiones que inspiran a toda una comunidad.

mación continua en temas sensibles como acompañamiento familiar, coordinación médica y salvaguarda.

Los programas que integran a colegios y universidades siembran en los más jóvenes la semilla del voluntariado. “Ellos son la próxima generación de líderes de esperanza”, afirma Amado, y destaca cómo la comunidad académica ha contribuido a recaudar fondos y a multiplicar la visibilidad de la causa. Al inicio, cumplir un deseo era un evento puntual; hoy se entiende como un proceso terapéutico: descubrimiento, anticipación, realización y recuerdo. Cada etapa se planifica con protocolos que garantizan seguridad y calidad.

La pandemia fue un punto de inflexión que aceleró la incorporación de formatos virtuales, entregas domiciliarias y tecnologías inmersivas como la realidad virtual. Estas innovaciones mantienen la magia aun con cuidados hospitalarios prolongados.

Aunque en Panamá aún no se han publicado estudios académicos propios, la Fundación se apoya en investigaciones internacionales que demuestran los beneficios psicológicos y emocionales de los deseos: reducción de síntomas de ansiedad, incremento de autoestima y cohesión familiar. En paralelo, Make-A-Wish Panamá ha fortalecido sus sistemas de seguimiento con encuestas y relatos de casos, buscando sistematizar métricas locales que validen lo que ya se observa a diario: los deseos transforman vidas.

Como uno de los ocho países latinoa-

mericanos afiliados, Panamá se ha destacado por su cultura de voluntariado versátil y su rol como *hub* logístico le ha permitido innovar en campañas regionales y gestionar deseos transfronterizos.

Los retos de la Fundación van más allá de lo logístico. Se enfrentan a realidades culturales donde la enfermedad interrumpe la niñez, limita la educación y a veces obliga a los niños a vivir en hospitales por falta de equipos en sus hogares. “Cada caso recuerda que la esperanza es una necesidad básica”, reflexiona Amado.

Estos desafíos han llevado a la organización a perfeccionar su gobernanza, transparentar sus procesos y alinear sus prácticas con indicadores ESG, fortaleciendo así la confianza de donantes y aliados.

Al mirar hacia la próxima década, Make-A-Wish Panamá se propone tres objetivos clave: expandir su alcance hacia provincias y comarcas, profesionalizar aún más la gestión del “Viaje del Deseo” con tecnología y capacitación continua, y generar evidencia local que consolide su rol como referente en salud y bienestar infantil.

“Queremos una infraestructura de esperanza que garantice que cada niño en Panamá pueda soñar y ver su deseo cumplido”, concluye Amado.

Treinta años después de aquel primer cumpleaños en McDonald’s, la Fundación Pide un Deseo Panamá no solo ha cumplido más de 2.100 sueños: ha tejido una red de solidaridad que ilumina el presente y proyecta un futuro más humano. 



GLOBAL BANK

En un exclusivo encuentro en la Ciudad de Panamá, Global Bank presentó su Mastercard Black Fly, una tarjeta diseñada para sus clientes de Banca Privada y Banca Select, que redefine el concepto de exclusividad al combinar beneficios financieros con experiencias de alto nivel.

Con más de tres décadas de trayectoria en el país, el Banco panameño continúa evolucionando sin perder de vista su propósito: poner al cliente en el centro de cada decisión. Esta nueva propuesta se suma a su estrategia de cercanía y modernidad, ofreciendo un producto que acompaña a sus clientes en cada viaje y en cada experiencia que eligen vivir.

Durante la presentación, Juan Barragán, vicepresidente sénior de Banca de Personas y Empresas, subrayó que esta tarjeta representa un paso firme en la visión del Banco: "Sabemos que los viajes no empie-

eleva la experiencia de sus clientes con la nueva Mastercard Black Fly



zan al abordar un avión, sino al tomar una decisión. Por eso, junto con Mastercard, hemos creado una experiencia que acompaña a nuestros clientes en su estilo de vida con distinción, respaldo global y una atención que habla su mismo idioma", destacó.

Entre sus principales beneficios sobresalen el acceso a salas VIP en aeropuertos, incluido el Copa Club en Tocumen; la posibilidad de transferir puntos Link a millas ConnectMiles o millas SUMA de Air Europa, así como estatus Gold en Air Europa. A esto se suman facilidades como pagos en 12 meses sin intereses en viajes, 1.000 puntos de regalo de cumpleaños y sin costo de anualidad

La Mastercard Black Fly va más allá de lo tangible. Sus clientes cuentan con una línea exclusiva para atención de viajes vía WhatsApp, que ofrece asistencia personalizada para planificar viajes, acceder a experiencias exclusivas y gestionar beneficios, reafirmando así el carácter *premium* de este lanzamiento.

Con esta nueva tarjeta, Global Bank no solo amplía su portafolio en el segmento de alto nivel, sino que también abre la puerta a una manera distinta de viajar, explorar y disfrutar. La Mastercard Black Fly, como parte de su compromiso por ser la banca que todos queremos, trasciende la función de un medio de pago para convertirse en una llave que da acceso a un mundo de experiencias únicas.



Le conecta siempre con un nuevo destino

Una tarjeta exclusiva para nuestros clientes de Banca Privada y Banca Select, diseñada para brindarles los mejores beneficios que transformarán cada viaje en una experiencia única.



Todos los beneficios de viaje en una sola tarjeta



4 entradas a las salas VIP de los aeropuertos, incluye Copa Club en el Aeropuerto de Tocumen



Membresía gratis por consumo \$30 mil al año



Traslado de sus puntos Link a millas ConnectMiles o millas Suma de Air Europa



Cupón de \$50 para usar en nuestra tienda online LinkPromo.com



Estatus Gold en la aerolínea Air Europa



Pago en cuotas a 12 meses al 0% de interés en la categoría viajes



Línea de WhatsApp exclusiva para sus viajes 6877-0006



5 (cinco) puntos por dólar en la categoría viajes



Coberturas en sus viajes



Puntos por cumpleaños y referir a otros clientes.

Redima sus puntos ganados por viajes u otras opciones como: certificados de regalo, pago a Tarjeta de Crédito, canje directo en comercios y en nuestra tienda online LinkPromo.com.

Primero la gente



GLOBAL
BANK

Membresía Gratis de por vida al consumir un mínimo de \$30,000 al año todos los años (tomando en cuenta la fecha de activación de la tarjeta); El bono de \$50 aplica para compras en la tienda online LinkPromo.com de Global Bank, se entregará junto con la tarjeta, tiene una vigencia de 90 días después de activada la tarjeta, y es válido para un solo uso. Para hacer efectivo este código deberá ser ingresado en el check-out al momento de realizar su orden; Pago a 0% de interés a 12 meses aplica para compras en la categoría viajes hasta un máximo de \$10,000, para solicitarla el cliente deberá llamar a la línea 800-0006 o solicitarla a su oficial de cuenta. Los 5 puntos Link por dólar aplican para todas las compras de la categoría viajes e incluye: aerolíneas, agencias de viaje, hoteles, arrendadoras de auto, bus lines, charters, train duty-free y cruceros.

CON MÁS DE 15 AÑOS DE
EXPERIENCIA, RUBÉN PARRA
TRANSFORMA LAS BODAS EN
POESÍA VISUAL. SU CÁMARA
NO RETRATA POSES, SINO LA
ENERGÍA INVISIBLE Y ÚNICA
DE CADA PAREJA.

RUBÉN PARRA

EL ARTE INVISIBLE DEL AMOR



Por **MATÍAS MORALES**

Fotos **RUBÉN PARRA**

Rubén Parra no fotografía bodas. Las narra; las traduce en emociones; las vuelve eternas. A través de su lente, lo efímero se convierte en memoria, lo cotidiano en símbolo, lo íntimo en arte. Fundador de Rubén Parra Studio y con más de 720 bodas documentadas en distintas partes del mundo, este fotógrafo venezolano ha construido una carrera donde la técnica se subordina al alma y la imagen al significado.

“Observo su energía. Cómo se miran cuando creen que nadie los está viendo”, responde Parra cuando le preguntan qué es lo primero que nota en una pareja. Porque para él, el verdadero retrato no se toma,

sino que se revela. Y lo que revela es siempre más profundo que un gesto bonito o una sonrisa sincronizada. “Cada pareja tiene un lenguaje invisible”, afirma. Ese lenguaje, hecho de silencios, caricias sutiles y miradas que no piden permiso, es lo que convierte a cada historia en irrepetible.

Su formación en fotoperiodismo marcó el comienzo de un estilo que hoy se reconoce por su espontaneidad, naturalidad y fuerza emocional. “El fotoperiodismo me enseñó a anticipar lo invisible”, dice. Esa habilidad —casi instintiva— para captar lo que está a punto de suceder antes de que pase, es la que le permite capturar no solo imágenes, sino atmósferas. Las lágrimas de un padre que entrega a su hija, la mano temblorosa que busca otra para encontrar fuerza, el abrazo de una madre que no sabe si reír o llorar.





Después de documentar más de 720 bodas entendí que mi trabajo no se trata solo de capturar lo visible, sino de preservar lo que ya no volverá, y de crear algo que trascienda generaciones”.

Pero más allá del ojo entrenado está su corazón. Parra ha vivido en carne propia cómo una fotografía puede contener una historia completa. Recuerda una boda en la que la novia bailó con su madre un vals en honor al padre fallecido. También, la vez que recibió la noticia de la muerte de su madre justo cuando la novia se dirigía al altar. Desde entonces, cada fotografía que captura entre padres e hijos tiene un peso distinto. “Aprendí que las fotos pueden ser abrazos para el futuro”. Es difícil imaginar una frase que defina mejor su oficio.

Lograr que las parejas se olviden de la cámara es uno de sus secretos. No les pide que posen; les pide que vivan. Les dice cosas como: “Mírense como si el tiempo se detuviera”. Así, en ese pequeño instante en que dejan de pensar en la foto y comienzan a sentir el momento, él dispara. Y en ese clic queda capturada la verdad.

Para él, una gran fotografía necesita tres elementos: autenticidad, emoción y conexión. “La autenticidad no se fuerza, se revela”, explica. La emoción es la luz





interna que transforma lo técnico en poético. Y la conexión es ese puente invisible entre quien vive el instante y quien lo observa después. Cuando esos tres factores coinciden ocurre lo que él llama un fragmento de verdad.

Fotografiar no es su trabajo, sino su manera de ver el mundo. De decirle a una pareja: “Ustedes estuvieron aquí, amaron y dejaron huella”. Esa huella impresa en una imagen será lo que generaciones futuras encontrarán cuando busquen entender qué era el amor.

Así es como Rubén Parra convierte bodas en arte. No con trucos ni escenografías artificiales, pero sí con el talento de quien sabe que las mejores fotos no se toman: se sienten. Que el verdadero arte de inmortalizar no está en capturar la imagen, sino en atrapar el alma. 



La Vieja *Habana* *llora*

EL PASEO POR EL MALECÓN LE CALIENTA
EL ESPÍRITU Y LE REFRESCA LA MEMORIA;
DESDE ALLÍ HA VISTO ACERCARSE AL FARO
DEL MORRO A MERCANTES DE TODO EL
MUNDO, PIRATAS EN BUSCA DE TESOROS Y
CRUCEROS CARGADOS DE TURISTAS.



Texto y fotos por **ANA ARENAZA**
Corresponsal en España

Con más de 500 años a sus espaldas, todo son achaques; su corazón late a ritmo de bolero cansado, sus muros de colores están agrietados y se le caen hasta los balcones; soporta mal el calor y se fatiga al respirar, ¡maldita humedad! La piel le huele a sal y sus labios son dulces como la caña de azúcar. Está cansada, pero viva, indomable y coqueta, orgullosa de sus cicatrices y sus sonrisas, plagada de contradicciones es ruina y belleza, carencia y abundancia. Le duele la memoria de lo que fue, la Perla del Caribe, pero sobre todo se le parte el alma al ver a sus hijos exhaustos, desencantados y sin esperanza.

Casi agradece que las cataratas que visten sus ojos no la dejen percibir con nitidez los cabarets apagados, las farolas fundidas y los emblemas de un antaño colonial reducidos a escombros.

La vista le va fallando, pero su oído permanece tan fino como siempre, y escucha, aunque no quiera, que la paga no da ni para comprar un huevo al día, que ha vuelto a subir el pollo y con la cartilla solo te dan un pedazo de pan más duro que una piedra. Hace mucho que no ven el arroz.

Sabe que los jóvenes solo piensan en irse, que ya no pueden más, ¿para qué van a la universidad si luego no hay trabajo de

La cúpula dorada del Capitolio exhibe orgullosa su esqueleto de piedra. El mármol mudo guarda secretos de poetas, trotamundos y revolucionarios.



Del hotel del Boulevard sale un envidiable olor a ropa vieja y a congrí que se mezcla con salsa de chachachá.

lo suyo? Si los médicos no tienen vendas ni los farmacéuticos aspirinas. Y lo peor es que no pueden ni quejarse porque los llevan presos.

Recuerda los tiempos de esplendor cuando los españoles cruzaban el océano para hacer las Américas y volvían a casa con los bolsillos repletos de plata. Ahora son sus chicos los que buscan lejanos puertos, aunque antes de zarpar ya están soñando con volver.

Frunce el ceño y con gesto disimulado se retira las lágrimas mientras se traga la congoja. No quiere que la vean llorar. Los tiempos difíciles no van a poder con ella, resistirá los envites como lo ha hecho con tormentas tropicales, ciclones políticos y huracanes económicos. La mirada al Atlántico azul y la brisa juguetona que acaricia su cara suavizan su amargura y apaciguan el desasosiego. El paseo por el Malecón le calienta el espíritu y le refresca la memoria; desde allí ha visto acercarse al faro del Morro a mercantes de todo el mundo, piratas en busca de tesoros y cruceros cargados de turistas.

El cañonazo de las nueve la saca de sus ensoñaciones, trasladándola a una época de lejano esplendor: aquellos maravillosos años en los que el disparo anunciaba el cierre de las puertas de la muralla al caer la noche para protegerse de avariciosos invasores. Fue entonces cuando se enamoró del mayoral de un ingenio azucarero que paseaba en un quitrín tirado de un aristocrático caballo andaluz.

Con pudor recuerda que después perdió



la cabeza por un gringo que conducía un Chevrolet *beige* a juego con su sombrero; parecía una estrella de Hollywood protagonista de noches de boleros, lentejuelas y aves exóticas del Tropicana. Se sonroja al pensar que años más tarde cayó en brazos de un militar ruso que conducía un Lada verde, ¡qué bien le sentaba el uniforme! Aún no se explica cómo funcionó aquello; él tan frío, ella tan cálida.

Pero por encima de todos entregó su corazón a un comandante revolucionario. Listo como el hambre, con facilidad de palabra, ¡qué cosas le decía! cautivador, tenaz, desafiante, un poco mandón, amante apasionado,



y como todos los Leo, orgulloso. Muy orgulloso. ¡Ay, si levantara la cabeza! Estos de ahora no han entendido nada, primero ellos y luego ellos. Él siempre estuvo dispuesto a la lucha y al sacrificio “patria o muerte”. Y ahora ¿dónde queda el pueblo? Se han olvidado de lo más importante. Urgen aires nuevos, torrentes que purifiquen las calles y vientos que despierten esas conciencias tan dormidas.

Enciende un habano que moja en miel para suavizar el paladar. Sabe que el doctor se lo prohibiría, pero no se va a enterar, ni de eso ni del dedal de ron con el que acompaña el momento.

Respira profundo y mira al cielo buscando entre las estrellas una respuesta, algo que le indique que después de ser deseada, usada y olvidada, aún tiene esperanza; que todavía hay posibilidad de reinventarse, de crear un futuro esperanzador, de escribir una nueva página de su historia. Reescribir, repite en voz alta...

Se levanta y corre todo lo que da de sí su cadera oxidada que se bambolea como una maraca al compás de una banda que suena lejana. *“Si te quieres por el pico divertir cómete un cucuruchito de mani...”*.

Del hotel del Boulevard sale un enviable olor a ropa vieja y a congrí que se mezcla con salsa de chachachá, lo único que provoca una sonrisa a esa juventud que se sienta en las calles a no hacer nada. Hay días que solo comen estrofas masticadas a capela, y repitiéndolas una y otra vez intentan disimular que el estómago sigue vacío y el corazón lleno de quebrantos.

“Guantanamera, guajira

guantanamera, yo soy un hombre

sincero de donde crece la

palma...”.

Camina deprisa calle Empedrado abajo. La Bodeguita del Medio la recibe con una rumba intensa y sensual. Allí no ve al hombre que busca. A buen seguro estará en el Floridita acodado en la barra como si fuese parte de la decoración.

Lo sabía. Ernest está donde siempre, en su esquina preferida del cuadrilátero con su inseparable caña de pescar, gafitas de intelectual, barba recortada y esa eterna sonrisa pegada a una copa de daiquirí congelado.



Los depósitos de los automóviles

esperan sedientos que llegue ese combustible que se hace de rogar.



Si él, el Gigante Hemingway, sabe como nadie construir obras magistrales, también podrá crear un nuevo relato que alivie a los viejos e ilusione a los jóvenes.

Él no la fallará, sabrá contarles un cuento de color esperanza que frene el ahogamiento y al menos les permita fantasear a ratitos. Escritor de cientos de libros, autor de millones de frases a buen seguro no tendrá problema en borrar alguna letra. Solo una.

El encargo será sencillo: para dar un giro narrativo a esta historia que ya roza la tragedia le solicitará, más bien, le rogará, que haga desaparecer de una vez y para siempre la “r” de esta caduca y obsoleta “revolución”. ¹⁵

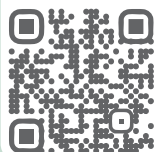


DONDE LA CIUDAD SE ENCUENTRA CON EL MAR.

A tan sólo 20 minutos de la Ciudad de Panamá.

Situado junto al Océano Pacífico, 2 kilómetros de playa de arena dorada y rodeado de un exuberante bosque tropical.

INFORMACIÓN
Y RESERVAS



El lugar ideal para tus eventos especiales y corporativos.

Conoce nuestros 27 salones con más de 77,000 m² para reuniones y banquetes, donde podrás recibir desde 20 hasta 1,200 personas, dependiendo del montaje.

THE WESTIN
PLAYA BONITA
PANAMA

www.westinplayabonita.com

Un espacio
pequeño y
discreto en
medio de
Ushuaia.



KALMA Y LA *nueva cocina* DEL FIN DEL MUNDO

DESDE USHUAIA, KALMA TRANSFORMA EL TERRITORIO FUEGUINO EN UNA EXPERIENCIA CULINARIA ÍNTIMA, DONDE EL CLIMA, LA GENTE Y EL PRODUCTO CONSTRUYEN UNA COCINA CON IDENTIDAD.

El chef recolecta algas que abundan en estas aguas heladas. Con ellas aporta textura, sabor y un guiño directo a la biodiversidad que rodea al restaurante.





Por **JORGE CHANIS BARAHONA**
Fotos **CORTESÍA**

Desde que aterrizas en Tierra del Fuego la naturaleza es la protagonista. Montañas nevadas que construyen un ecosistema donde la vida diaria se siente; nunca ha sido fácil. Pescadores, recolectores y productores trabajan con constancia entre fríos extremos, distancias largas y recursos limitados. Ese interés por sostener lo esencial —el alimento— es la primera chispa creativa que da origen a Kalma, en el corazón de Ushuaia.

El chef Jorge Monópoli abrió Kalma hace 16 años, no desde la abundancia, sino desde una crisis existencial. Con apenas 11.000 dólares, mesas hechas a mano y hasta la instalación eléctrica resuelta por él mismo, decidió crear un espacio que mostrara la isla desde otro punto de vista: a través de sus productos, su gente y sus historias. “Si no lo veo de esa manera, me estoy perdiendo de algo muy importante”, reflexiona. Esa claridad lo llevó a comunicar distinto, a dar visibilidad a pescadores artesanales y pequeños productores que forman la microeconomía local.

El día a día de Kalma es inseparable del

trabajo con los productores. En cabo San Pablo, pescadores artesanales abastecen de merluza negra y centolla desde 1985. En Puerto Almanza, al este de Ushuaia, familias que antes solo proveían a restaurantes ahora atienden a visitantes que llegan en busca de centolla fresca frente a la vista de Puerto Williams en Chile. Pude presenciar que las relaciones de colaboración entre el chef y los productores son algo tan real como el viento frío que respiraba: si algo se rompe, Monópoli ayuda a que se repare y devuelve, fortaleciendo así la cadena de confianza.

Esta red de situaciones son su caja de herramienta creativa: mejillones, hierbas,



productos nuevos que se integran a una cocina que busca que “el producto de Tierra del Fuego hable”. Todo se concreta en la mesa, pero comienza mucho antes, en la intemperie.

ESCENA Y CARÁCTER

El restaurante, con apenas 24 cubiertos, ofrece un ambiente que respira personalización en medio de un destino que para cualquiera de nuestros cuerpos tropicales es extremo. La *sommelier* guía cada cena con un manejo cercano y detallado. En nuestra visita propuso cinco vinos, desde un malbec puro hasta *blends* que cruzaron regiones y estilos. Los mejores momentos de la noche llegaron con la merluza negra y un postre de apio y remolacha que limpió el paladar con astucia. Para quienes viajan en familia, la atención también sorprende: la cocina se adapta, los platos llegan rápido para los niños y el servicio fluye con naturalidad.

Kalma no se limita al plato. A lo largo de los años ha impulsado proyectos como Cocina Nómada y Kalma Invita, donde chefs invitados exploraron la isla y trajeron esas vivencias en cenas únicas. En 2022, esa visión le valió a Monópoli el Prix Baron B - Édition Cuisine, entregado por Mauro Colagreco, lo que consolidó el proyecto.

Ushuaia ha vivido un auge turístico tras la pandemia y se ha constituido en

Cada detalle es un recordatorio de que en Tierra del Fuego la naturaleza no es adorno, sino la primera y última palabra de la experiencia”.



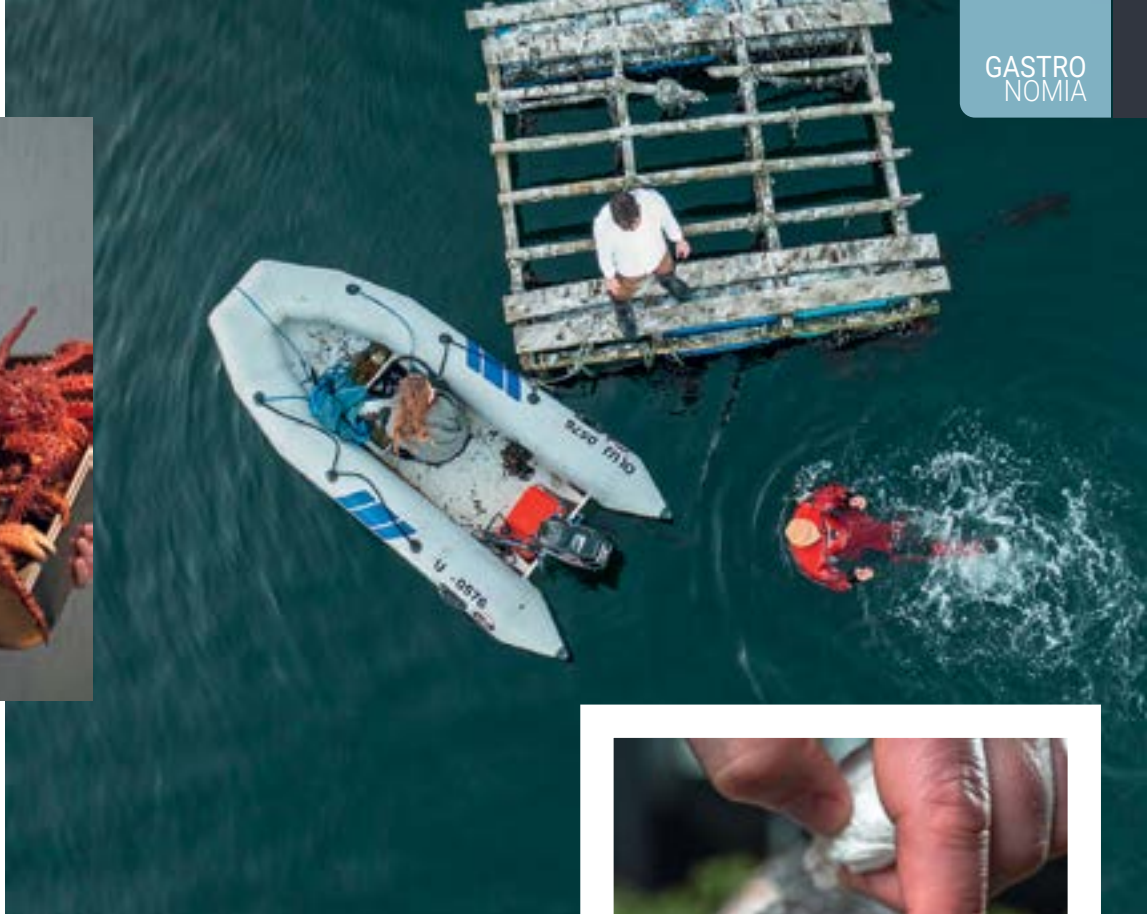
Cristina Goodal cultiva una huerta ancestral que abastece a Kalma de ajo negro y verduras frescas, esenciales en su cocina.



un destino bien diferenciado en el fin del mundo. En invierno, sus montañas se transforman en epicentro del esquí en el cerro Castor; en verano, el canal Beagle recibe cruceros que parten hacia la Antártida. Senderismo, navegación y paisajes que parecen de otro planeta hacen de la ciudad un imán para viajeros que buscan experiencias auténticas como yo. Todo ocurre en la costa sur de la Isla Grande de Tierra del Fuego, un territorio separado del continente por el estrecho de Magallanes y atravesado por canales que conectan los océanos Atlántico y Pacífico. Regala días larguísimos en verano y noches casi perpetuas en invierno, un fenómeno natural que marca la vida de la isla y su cocina. Desde Panamá, basta un vuelo directo de 7 h 10 min a Buenos Aires —una parada



La centolla fueguina ('*Lithodes santolla*') es una de las especies más emblemáticas de estas aguas frías; su pesca artesanal en Tierra del Fuego sostiene la identidad local que Monópoli celebra en su cocina.



La merluza negra, símbolo del Atlántico sur, brilló como uno de los platos más sabrosos de la noche.



obligada para comer rico— y luego un salto de 3 h 30 min más para aterrizar en Ushuaia y comenzar la verdadera aventura.

Kalma es un puente entre la identidad fueguina y el visitante, una puesta en escena final donde se concentra todo el esfuerzo de la isla. Una cocina que respira naturaleza, colaboración y carácter.

A nivel personal, conectarme con la energía creativa de mi tocayo Jorge me contagió y me revivió. Una vez más agradezco esos tiempos que no me sobran, pero que los saco y los entrego al 100 %, solo para conocer ese detrás de cámaras que siempre ha sido mi verdadero interés. 



MÁS QUE UN CANAL, UN PROYECTO PAÍS

El Canal de Panamá se prepara para un nuevo salto histórico. Entre la presión de rutas competidoras, la volatilidad comercial y el desafío existencial del agua, su Plan Estratégico 2025–2035 busca diversificar ingresos, asegurar la sostenibilidad hídrica y reafirmar la neutralidad como capital estratégico, convirtiéndose así en un proyecto país que trasciende la operación marítima.

Por **MATÍAS MORALES** | Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

El administrador del Canal, Ricaurte *Catín* Vázquez, ha tenido semanas intensas. Presentaciones ante inversionistas, medios y la Asamblea Nacional de Panamá, socializando la visión estratégica y lo que se viene para el paso transoceánico.

Durante toda su historia de más de un siglo, el Canal de Panamá siempre ha sido mucho más que una vía de navegación. Para el país, es el corazón de su soberanía y la prueba tangible de que los panameños pueden administrar con excelencia lo que un día fue símbolo de dominio extranjero. Para el mundo, es la arteria que garantiza la fluidez del comercio global bajo un principio inquebrantable de neutralidad.

En su presentación a los medios de comunicación, Vázquez resumió con una frase la esencia de este momento: “No favorecemos a nadie. Somos parte de un universo mucho mayor, pero nuestra neutralidad es la garantía más importante de la operación continua”. Ese principio, respaldado por los tratados internacionales y por una institucionalidad que ha sabido mantenerse sólida, se convierte en el activo estratégico más valioso de Panamá. En un momento cuando Estados Unidos y China se disputan mercados y Europa se redefine energéticamente, y en el que emergen rutas alternativas —desde el Ártico hasta corredores terrestres—, la imparcialidad del Canal no solo es un ideal, sino un argumento competitivo frente a cualquier rival.

El siglo XX le permitió al Canal vivir como un monopolio

natural. Por décadas, fue la única ruta viable que conectaba océanos y sostenía la economía mundial. Hoy la situación es muy distinta. “No estamos ausentes de competencia. Algunas rutas son más dinámicas que otras, pero competencia, al fin y al cabo”, admite el administrador con una franqueza que no deja espacio para la complacencia. La industria marítima ha cambiado su lógica: las grandes navieras ya no solo transportan carga, sino que ofrecen servicios integrados de puerta a puerta. Controlan terminales, ferrocarriles y centros logísticos, lo que obliga al Canal a adaptarse a un mercado donde el valor ya no se mide únicamente en millas náuticas ahorradas, sino en eficiencia, confiabilidad y capacidad de respuesta.

El Canal no se ha quedado atrás. En los últimos años ha introducido sistemas de reserva, subastas y esquemas tarifarios dinámicos que responden a la demanda del mercado en tiempo real. Esa innovación ha permitido mantener ingresos sólidos incluso en épocas de menor tránsito. Pero, detrás de estas medidas persiste una verdad difícil de ignorar: la ventaja histórica se desvanece y



solo la visión estratégica permitirá que Panamá conserve su lugar como eje central de la conectividad global.

Por eso, tras 25 años de su transferencia y casi una década después de su ampliación, el Canal entra en una etapa distinta: demostrar que puede seguir siendo relevante en un escenario de competencia creciente, presiones geopolíticas y un desafío que no admite demoras: el agua.

AGUA Y FUTURO EXISTENCIAL

En medio de los retos competitivos, el agua se erige como la variable que define el futuro. El 2023 marcó un hito negativo: fue el tercer año más seco en la historia del Canal. La sequía obligó a reducir la capacidad de tránsito de 36 a 24 buques diarios, una decisión que golpeó directamente a las navieras y que reveló la fragilidad del negocio medular.

Vázquez lo expresó con crudeza: “El principal reto del Canal no es logístico ni comercial; es algo mucho más existencial: el riesgo climático y la escasez de agua”. Las esclusas dependen de lagos alimentados por lluvias cada vez más impredecibles, y la presión no proviene solo de los tránsitos marítimos. Dos millones y medio de personas obtienen agua potable de esas mismas cuencas. Las necesidades de la población urbana crecen al mismo ritmo que la economía, mientras la naturaleza impone límites cada vez más severos.

La respuesta estratégica es el proyecto de Río Indio, una infraestructura que busca garantizar la seguridad hídrica durante los próximos cincuenta años. Consiste en un reservorio multipropósito, con presa, vertedero y túnel, que trasladarán agua por gravedad hasta el lago Gatún. La magnitud de la inversión es clara: entre 1.500 y 1.600 millones de dólares, de los cuales cerca de 400 millones de dólares se destina-

rán exclusivamente al componente social y ambiental.

Porque Río Indio no es sólo ingeniería. Es también un proyecto humano que involucra a 75 comunidades, de las cuales 38 quedarán dentro del área del futuro lago. El Canal ha prometido reasentamientos bajo estándares internacionales, el fortalecimiento de 48 acueductos rurales, la entrega de títulos de propiedad, proyectos de reforestación y programas de producción agrícola sostenible. “El Canal se compromete a restablecer los medios de vida de las familias. No se trata de reubicarlas y desaparecer del territorio”, explicó la subadministradora Ilya Espino de Marotta en la presentación del plan.

La legitimidad social es fundamental. Durante los últimos 25 años, el Canal ha invertido más de 117 millones de dólares en programas comunitarios, y en Río Indio ese esfuerzo se multiplicará. Se calcula que unas 2.500 personas serán reubicadas, pero más de 16.000 se verán beneficiadas de manera indirecta con mejoras en educación, energía solar para escuelas, acceso a internet y proyectos productivos que incluyen café, miel y ganadería silvopastoril. El objetivo es simple y ambicioso a la vez: que las comunidades no sean víctimas del proyecto, sino aliadas de su éxito.

En realidad, la crisis no surge porque el Canal consuma más agua, sino porque el crecimiento urbano ha desbordado todas las previsiones. “El cálculo de necesidades de agua para 2025 se cumplió hace 10 años”, advirtió el administrador, recordando que el Canal abastece hoy a 2,5 millones de personas, y que garantizar ese consumo está por encima de cualquier tránsito marítimo. Río Indio es, entonces, una apuesta por preservar la vida antes que la logística, y por asegurar que Panamá no comprometa su desarrollo por falta de previsión.

UN PLAN PAÍS FRENTE A LA COMPETENCIA

El desafío hídrico es apenas una parte de una visión más amplia. El Plan Estratégico 2025–2035 no se limita a asegurar agua, sino que busca diversificar al Canal en cuatro ejes centrales: optimización del negocio medular, desarrollo de un corredor energético, creación de un *hub* intermodal y expansión de puertos de transbordo.

El negocio central seguirá siendo el tránsito de buques. “El Canal no va a descuidar su negocio medular. Ese ha sido nuestro trabajo por más de 110 años y seguirá siendo la base de todo”, subrayó Vázquez. Pero la realidad obliga a mirar más allá. Los clientes demandan servicios integrados y Panamá debe responder con propuestas que agreguen valor.



El Canal de Panamá no consume más agua; es el crecimiento urbano el que presiona las cuencas. Nuestra prioridad es garantizar agua potable a millones antes que cualquier tránsito marítimo”.

Uno de esos proyectos es el corredor energético, un ducto de 76 kilómetros que transportará gases licuados —propano, butano y etano— desde el Atlántico hasta el Pacífico. La lógica es clara: más del 90 % de las exportaciones energéticas de Estados Unidos hacia Asia ya transitan por Panamá, y esa cifra podría duplicarse en los próximos diez años. “Estamos enfocados en capturar ese negocio creciente. Si no tenemos capacidad para atenderlo, corremos el riesgo de que se busque rutas alternativas”, advirtió el administrador Vázquez.

Otro frente es el *hub* intermodal, que permitiría captar entre 5 y 5,5 millones adicionales de TEU por año. Actualmente, el 72 % de los portacontenedores que cruzan el Canal ya hacen escala en puertos panameños. La idea es expandir esa operación con nuevas terminales en el Atlántico y el Pacífico, integrando verticalmente el servicio logístico y replicando lo que hacen las grandes navieras.

Finalmente, el corredor logístico carretero aprovecharía la servidumbre del ducto para conectar terminales en ambas costas, facilitar el traslado terrestre de contenedores y fortalecer la red multimodal del país.

El costo de este portafolio se estima en unos 8.500 millones de dólares. Una cifra gigantesca que, sin embargo, el Canal plantea con un principio inamovible: “El financiamiento debe sostenerse sobre la garantía del proyecto, no sobre la garantía del Canal ni del Gobierno. El patrimonio es de todos los panameños”. La experiencia de la ampliación, cuya deuda remanente ronda los 600 millones de dólares, sirve como recordatorio de que las inversiones deben ser sostenibles y de que no todo apetito inversor se traduce en beneficio nacional.

La discusión sobre concesiones, asociaciones público-privadas y modelos mixtos está abierta. Lo fundamental, según el administrador del Canal, es encontrar un balance en el que ambas partes ganen: “Si las partes no ganan, no hay transacción. Ambas tienen que ganar. El beneficio económico total debe ser lo suficientemente razonable para el inversor y para el país”.

En este contexto, la neutralidad emerge de nuevo como capital estratégico. No solo garantiza estabilidad, también atrae





El Canal compete con rutas emergentes y navieras integradas verticalmente.

Su desafío es mantenerse relevante en un mercado global volátil, sin perder neutralidad ni su papel estratégico para Panamá y el mundo.

confianza en un entorno donde la geopolítica puede cerrar mercados de un día para otro. “La neutralidad es lo que da confianza al mercado. Ese es nuestro activo más valioso”, insiste Vázquez.

La narrativa institucional refuerza la idea de los “tres saltos” históricos: la transferencia en 1999, la ampliación en 2016 y ahora la diversificación hacia un corredor logístico integral. Cada etapa respondió a un momento crítico, y cada una elevó la autoestima del país. “El principal aporte de la transferencia fue demostrar que podíamos hacer cosas grandes. La ampliación nos mantuvo relevantes. La próxima frontera es diversificar la capacidad del corredor panameño para llevar al país a un estadio de desarrollo más grande”.

El reto es mayúsculo. Los proyectos del Canal equivalen a casi el 10 % del PIB panameño. La capacidad del país para absorber esa magnitud de inversión determinará si este tercer salto es exitoso o si se convierte en una carga. Pero la oportunidad es clara: Panamá puede consolidarse como un eje logístico global, reforzar su papel de puente neutral y generar riqueza que trascienda a toda la nación.

El Canal sigue siendo un activo nacional al servicio del mundo. Lo fue en 1914, lo fue en 1999 y lo es hoy. Pero ahora también es un proyecto país, diseñado no solo para mover buques, sino para garantizar agua, impulsar desarrollo, sostener comunidades y defender la neutralidad en un mundo que la necesita más que nunca. Como concluye Catín Vázquez: “El éxito que tuvimos en la sequía dependió en gran medida de la comunicación y la confianza de nuestros clientes. Esa es la clave para mantenernos relevantes”.

Panamá tiene frente a sí la responsabilidad de no dejar pasar esta ventana de oportunidad. El Canal ya no es únicamente una vía interoceánica, sino el reflejo de cómo un país pequeño puede tener un impacto gigantesco cuando sabe convertir sus desafíos en estrategia y su geografía en destino compartido. 15

proyectos





THE LABEL
BY LOFT ART

VIVIR O INVERTIR FRENTE AL MAR ES RENTABILIDAD ASEGURADA

LOFT FRENTE AL MAR DESDE: US\$ 175,000.00



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



TIEMPO, *espacio* Y LEGADO

ROLEX CELEBRA LA ARQUITECTURA COMO EXPRESIÓN CULTURAL Y SÍMBOLO DE PERMANENCIA, APOYANDO ESPACIOS EMBLEMÁTICOS EN EL MUNDO QUE COMBINAN INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y UNA VISIÓN QUE TRASCIENDE GENERACIONES.

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

La arquitectura y la relojería comparten una raíz común: ambas nacen de la precisión, la paciencia y el deseo de trascender el paso del tiempo. Así como un reloj se convierte en memoria íntima de quien lo porta, un edificio se erige como testimonio colectivo de una sociedad. En ese punto de encuentro entre tiempo y espacio, Rolex ha consolidado su papel como un actor cultural de alcance global.

Lejos de limitarse a fabricar relojes, la casa suiza ha hecho de la arquitectura una extensión natural de sus valores. Su apuesta no se centra en la moda efímera, sino en la creación de estructuras que dialogan con el entorno y permanecen como legado. Cada proyecto apoyado por Rolex parte de una premisa clara: los edificios no son solo refugios funcionales, sino manifiestos culturales que definen la identidad de las ciudades.





Mariam Issoufou combina raíces africanas y diseño contemporáneo al proponer una arquitectura que celebra identidad, sostenibilidad y legado cultural duradero.





ARQUITECTURA Y RELOJERÍA COMPARTEN UN MISMO PULSO: CREAR CON PRECISIÓN, VISIÓN Y PERMANENCIA, PROYECTANDO EN CADA OBRA LA HUELLA DEL TIEMPO Y DE LA MEMORIA.



Rolex impulsa la arquitectura global con iniciativas que conectan tradición y futuro, para destacar su compromiso cultural más allá de la relojería.



Ejemplos de esta visión se encuentran en Tokio, donde la sede de la marca refleja la armonía entre tradición japonesa y modernidad global, o en Milán, donde la elegancia italiana se funde con la precisión suiza en un espacio que funciona como faro arquitectónico y cultural. En ambos casos, la arquitectura se convierte en espejo de valores: innovación, coherencia estética y sostenibilidad.

La huella de Rolex también se extiende a ciudades como Dallas, Nueva York y Melbourne, donde ha respaldado proyectos que refuerzan la vida urbana y celebran la cultura local. Estos edificios no buscan imponerse en el paisaje, sino integrarse con él, aportando belleza funcional y respeto por la identidad de cada comunidad.



Ese compromiso se materializa en el Pabellón Rolex, diseñado por la arquitecta Mariam Issoufou Kamara, una de las voces más influyentes de la arquitectura contemporánea. Su obra se caracteriza por integrar la tradición africana con soluciones sostenibles y una visión profundamente humana del espacio. El pabellón, concebido como un manifiesto cultural itinerante, resume los valores de la marca: respeto por el entorno, innovación responsable y un lenguaje arquitectónico que conecta generaciones. Con su diseño, Kamara no solo proyecta un espacio físico, sino una declaración sobre cómo el tiempo y la arquitectura pueden dialogar con la memoria y el futuro.

La apuesta de Rolex por la arquitectura cobra especial sentido en un mundo marcado por la transformación acelerada de las ciudades. La necesidad de combinar sostenibilidad, innovación tecnológica y bienestar humano convierte a la arquitec-

tura en una disciplina decisiva para el futuro. En este contexto, el compromiso de la marca envía un mensaje contundente: el verdadero lujo no se mide en ornamentos, sino en la capacidad de proyectar permanencia con conciencia.

El paralelismo con la relojería resulta inevitable. Así como un reloj puede heredarse y conservar la memoria de una familia, un edificio puede transmitir la historia y la identidad de toda una comunidad. Ambos objetos, distintos en escala, pero unidos en vocación, resisten el paso del tiempo porque encarnan una aspiración universal: habitar la belleza.

El respaldo de Rolex a la arquitectura no solo asegura la creación de espacios emblemáticos, sino que impulsa una reflexión sobre cómo queremos vivir y qué legado deseamos dejar. En un presente donde todo parece fugaz, apostar por estructuras que trascienden es un acto de responsabilidad cultural.



La sede de Rolex en Milán refleja elegancia italiana y modernidad, al integrar arquitectura contemporánea con valores de precisión, diseño y permanencia cultural.

Leída como sistema, la arquitectura de Rolex codifica valores —tiempo, precisión, continuidad— en la experiencia urbana. La elección de tipologías y ubicaciones no busca íconos aislados, sino integración con flujos culturales existentes y futuros. La métrica no es el impacto inmediato, sino la durabilidad de su lenguaje: materiales estables, eficiencia operativa, legibilidad del programa. 



En Tokio, Rolex combina tradición japonesa y vanguardia global, creando un espacio arquitectónico que simboliza innovación, armonía urbana y compromiso cultural duradero.



Aretes

en oro amarillo 18k con ópalo de fuego y brillantes inspirados en el brillo intenso y cálido del fuego, con un resplandor que atrapa la mirada.



Gargantilla

en oro rosado 18k estilo art déco con ópalo natural australiano, refleja geometría, modernidad y sofisticada inspiración histórica luminosa.

Diseño clásico y elegante

con detalles de refinada estética, joya que resalta por su sencillez atemporal y un encanto sofisticado.



Juego de aretes y anillo

en oro amarillo 18k estilo bizantino con ópalo noble australiano, que evoca majestuosidad y herencia artesanal.



Por REDACCIÓN DE INVESTOR LIFESTYLE
Fotos CORTESÍA ALESSI JOYEROS

ÓPALO

Un arcoíris atrapado en piedra

SÍMBOLO DE MAGIA Y MISTERIO, EL ÓPALO DESLUMBRA CON SU LUZ PRISMÁTICA, CELEBRADA POR ALESSI JOYEROS EN PIEZAS EXCLUSIVAS.

Es, sin lugar a dudas, una de las gemas más fascinantes del mundo. Su origen natural, especialmente el australiano, lo convierte en un prisma vivo capaz de descomponer la luz en infinitos colores. Entre sus variedades, el Black Opal revela un azul profundo y magnético; el Ópalo Noble irradia destellos multicolores como un arcoíris, mientras que el Ópalo de Fuego, con su resplandor anaranjado proveniente de Querétaro, parece contener brasas encendidas. Cada uno encierra un espectáculo natural único. Inspirados en esta magia, los maestros de Alessi Joyeros transforman el ópalo en joyas que transmiten energía, elegancia y un legado de belleza atemporal. 



Anillo

en oro amarillo 18k con ópalo de fuego y brillantes, que evoca la intensidad vibrante de brasas encendidas eternamente cautivadoras.



Aretes

en oro amarillo 18k con ópalos naturales y brillantes, diseño que resalta luminosidad, color y el encanto único de la piedra.

**ALESSI JOYEROS CONVIERTE AL ÓPALO
EN OBRA MAESTRA: UN PRISMA DE LUZ
Y COLOR QUE CELEBRA LA ETERNIDAD
DE LA BELLEZA.**

Anillo Tú y Yo

en oro amarillo 18k con ópalos naturales y brillantes, simbolizando la dualidad perfecta entre equilibrio y belleza.



Aretes

en oro blanco 18k con ópalos naturales y brillantes, diseño clásico que combina sutileza, movimiento y el resplandor eterno.



Anillo

en oro blanco 18k con ópalo natural central y brillantes, combinación refinada de elegancia, pureza y sofisticación atemporal.



Cartier reinventa EL AMOR EN MOVIMIENTO

LA ICÓNICA PULSERA LOVE SE TRANSFORMA EN UNA VERSIÓN FLEXIBLE Y TÁCTIL: LOVE UNLIMITED, UNA JOYA QUE CELEBRA EL VÍNCULO ETERNO CON DISEÑO, INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN.

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

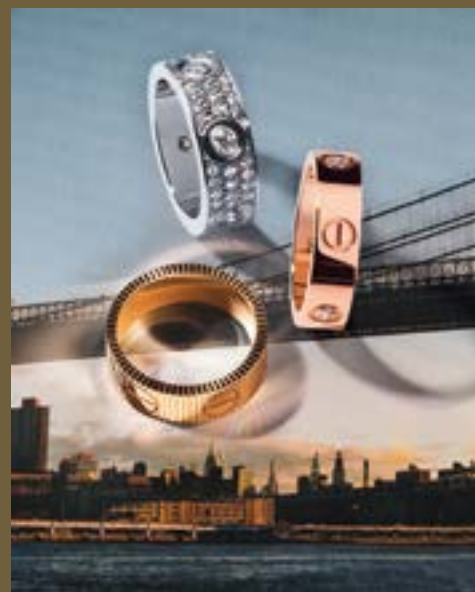
En 1969, en plena revolución cultural y artística, Cartier presentó en Nueva York una pulsera que cambiaría la historia de la joyería: la LOVE, diseñada por Aldo Cipullo. Su forma ovalada, pensada para abrazar la muñeca como un símbolo de unión, rompía con los cánones clásicos. Los tornillos visibles, inspirados en objetos industriales, se convirtieron en su sello distintivo y en un manifiesto radical para la época.

Muy pronto, la pulsera trascendió como ícono cultural. Su diseño unisex, puro y reconocible, la hizo evolucionar en múltiples versiones: con diamantes, en tamaño pequeño o mediano, en colgante, con piedras

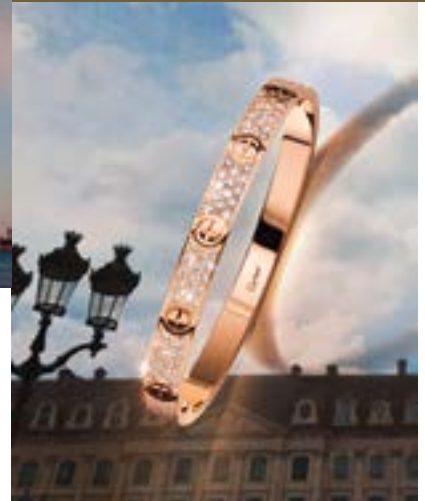
preciosas y hasta multiplicada por dos o más. El mensaje era siempre el mismo: un amor eterno, visible y sin concesiones.

Décadas después, Cartier volvió a innovar con LOVE Unlimited, una reinterpretación flexible que conserva el espíritu del modelo original, pero lo transforma en una joya ergonómica y táctil. Tras más de un centenar de pruebas, nació una pulsera compuesta por 200 componentes miniaturizados, con un sistema de cierre invisible patentado que asegura comodidad y continuidad visual.

Disponible en oro blanco, rosa o amarillo, esta versión permite además unir dos pulseras, en pareja o hasta el infinito, para reafirmar que el amor nunca conoce límites. 



Ergonómica y elegante, la pulsera LOVE Unlimited es una proeza de innovación. Su efecto de segunda piel requirió más de cien pruebas y prototipos hasta alcanzar la perfección final.



Cada tornillo de la pulsera, pulido minuciosamente a mano, multiplica los reflejos de luz. Los 'godrons' gallonados refuerzan un dinamismo joyero único, fruto de más de cien pruebas y prototipos.

Con LOVE Unlimited, Cartier transforma un ícono en un nuevo gesto de amor: íntimo, táctil y compartido, uniendo innovación y tradición en una joya para siempre.



El cierre invisible patentado de LOVE Unlimited permite unir dos pulseras y convertirlas en un gesto compartido.

Orit Btesh, LA QUIJOTE

SU VIDA ES UNA DEFENSA DE LA LECTURA COMO ALIMENTO DEL ALMA Y UNA APUESTA CULTURAL QUE HA MARCADO GENERACIONES EN PANAMÁ.

Por **MATÍAS MORALES**
Fotos **ARIS MARTÍNEZ Y CORTESÍA**

Orit Btesh se reconoce a sí misma como una quijotesca defensora de los libros. “Yo tengo complejo de don Quijote de la Mancha. Voy peleando contra los molinos de viento”, dice, convencida de que la lectura es un acto de resistencia cultural. Su historia personal y profesional está atravesada por una certeza: en un país donde la lectura no ha sido prioridad, abrir caminos para los libros equivale a desafiar el desinterés y sembrar comunidad.

Creció en un hogar donde los libros formaban parte del paisaje cotidiano. Su madre, profesora, y su padre, abogado y luego empresario, fomentaron un ambiente donde la lectura era parte de la vida diaria. Aunque estudió nutrición, fue en los viajes familiares —cuando debía llenar maletas con libros comprados en el extranjero— que entendió que Panamá carecía de una oferta

cultural sólida. Entonces, tomó la decisión de darles a sus hijos y al país un acceso distinto al universo literario.

Sus recuerdos más íntimos están marcados por *El Principito*. Lo considera más que un libro: un espejo. Cuando lo regaló por primera vez, el gesto no fue entendido, y aprendió una lección que la acompañaría siempre: no se puede entregar al otro lo que para uno es esencial sin comprender qué significa para quien lo recibe. Desde entonces supo que compartir libros es un diálogo que exige sensibilidad.



No importa qué leas: un cómic, un ‘best-seller’ o un clásico. Lo importante es empezar, porque cada página puede abrir el camino hacia otras lecturas más elevadas”.





El libro impreso, asegura Orit Btsh, no desaparecerá. Para ella, no es un lujo ni un objeto en extinción: es alimento del alma y compañía que trasciende generaciones.

El primer El Hombre de la Mancha nació en un garaje improvisado entre estantes sencillos y un café que ofrecía capuchino y alfajor. Importaba títulos de Argentina y Chile, convencida de que encontraría un público. No fue así. "Tuve que aprender que no se trata de lo que yo quiero leer, sino de lo que el lector busca", admite. Esa tensión entre el ideal y la realidad marcó su camino.

EL FENÓMENO 'HARRY POTTER'

El gran punto de quiebre llegó con *Harry Potter*. Fue la primera preventa que organizó y la respuesta fue masiva. "Ahí entendí la fuerza de una historia que conecta a todos". Ese fenómeno la convenció de que la lectura sí podía movilizar a los panameños, siempre que se ofreciera lo que deseaban. Desde entonces, las estanterías de sus librerías se llenaron de títulos diversos, desde clásicos universales hasta los *best-sellers* más comerciales, porque entendió que todos forman parte del ecosistema que sostiene el hábito lector.

Para Orit, lo importante no es lo que se lee, sino leer. "No importa qué leas: un cómic, un *best-seller* o un clásico. Lo importante es empezar". Esa convicción la ha acompañado en la construcción de la Feria Internacional del Libro, un espacio que bajo



La Feria Internacional del Libro de Panamá celebra la diversidad cultural. En su más reciente edición, Marruecos fue el país invitado de honor, y acercó mundos a través de las páginas.



'El Principito', 'Harry Potter' y la literatura latinoamericana marcan la vida de Orit Btsh, una mujer que hizo de los libros su misión y de Panamá su apuesta cultural.

su liderazgo se transformó en punto de encuentro cultural, económico y social. En la feria no solo se venden libros: se construye comunidad, se forman lectores y se siembran preguntas que trascienden las páginas.

La irrupción de lo digital parecía amenazar el futuro. Su propio esposo le decía que el papel desaparecería. Sin embargo, los datos la respaldan. "Casi el 60 % de los adolescentes todavía leen en papel", afirma, y toma en consideración algunos datos de un estudio realizado en la última edición de la feria y que pronto serán revelados. Para ella, esa cifra es prueba de que el libro impreso sigue vivo, porque ofrece algo que ninguna pantalla reemplaza: la experiencia íntima de pasar páginas, subrayar frases y sentir el objeto como parte de la memoria personal.

Mantener las librerías ha implicado abrir sucursales en distintos puntos de la ciudad y competir consigo misma. Pero, cada apertura tenía un sentido: estar cerca del lector en su cotidianidad. No se trataba de aumentar el número de lectores —Panamá es un

país pequeño—, sino de garantizar acceso.

Su visión va más allá de las librerías. "Una biblioteca ya no es solo un lugar para prestar libros, sino un centro de encuentro, un espacio social e intelectual". Con esa idea busca que los bibliotecarios se conviertan en agentes culturales y guías sociales. La lectura, insiste, no es un lujo: es una necesidad. "El libro no es un lujo, es alimento del alma".

En su vida personal, sus hijos han sido testigos de esa pasión. Uno de ellos, siendo niño, le preguntó si podrían sobrevivir solo con libros. Ella respondió: "Comeríamos arroz, frijoles y leeríamos mucho". Esa escena condensa su filosofía: el libro no garantiza riqueza material, pero sí nutre la mente y el espíritu.

Hoy, Orit sigue convencida de que Panamá lee, aunque no lo suficiente. Y en cada feria, en cada librería y en cada lector nuevo, encuentra razones para seguir siendo la quijote que, entre molinos cambiantes, defiende el lugar irremplazable de la lectura en la vida. 15





tasa
P A N A M A

AVALÚOS

Tel. 399-6969

www.tasacionesinmobiliarias.com.pa



[RECAUDACIÓN CAE]

Un informe de la Cepal reveló que los ingresos tributarios de América Latina y el Caribe disminuyeron en relación con el PIB en 2023. Esta caída refleja los desafíos fiscales de la región, marcada por bajos niveles de recaudación en comparación con economías desarrolladas. Según el estudio, la presión tributaria promedio retrocedió al 20,5 % del PIB, lo que plantea la urgencia de reformas para fortalecer la sostenibilidad financiera de los países latinoamericanos.

INVESTOR BUSINESS

INVERTIS
SECURITIES
Grupo UniBank

MICROSOFT LIDERARÁ CON SUPERCENTRO DE IA

*El gigante tecnológico
construirá el centro de datos
más potente del mundo*



Microsoft anunció que en 2026 contará con el centro de datos de inteligencia artificial más potente del planeta. El proyecto, ubicado en Wisconsin, Estados Unidos, busca impulsar el liderazgo global de la compañía en infraestructura tecnológica y servicios de IA. Con una inversión superior a los 10.000 millones de dólares, se espera que este supercentro redefina la velocidad, capacidad y seguridad del procesamiento de datos. La iniciativa refuerza la estrategia de Microsoft de liderar la próxima era de transformación digital.



JCDECAUX PREMIA LA CREATIVIDAD EN PUBLICIDAD EXTERIOR PANAMEÑA

La primera edición del OOH Day Panamá 2025 reconoció 12 campañas que marcaron un hito en creatividad, innovación, efectividad y conexión con audiencias.

El OOH Day 2025 marcó un antes y un después para la publicidad exterior en Panamá. Organizado por JCDecaux, reunió a líderes de la industria, tendencias globales y un jurado de alto nivel que premió la excelencia creativa. "Amor por la frescura" de Supermercados Rey, "No hay llama como la de BIC", "Incendio Mental" de Balboa Ice y "La marca china número 1 en Panamá", de Geely, fueron las campañas galardonadas con Oro en esta primera

edición. Con categorías que incluyeron ejecución visual, digital out-of-home, experiencia de marca y efectividad, el certamen consolidó a Panamá como epicentro regional de innovación publicitaria. Para Nicolás De Tapol, director general de JCDecaux Panamá, estos premios son una plataforma que impulsa el talento creativo y fortalece la conexión de las marcas con las audiencias urbanas, y reafirma al medio exterior como canal estratégico.

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

INVERTIS
SECURITIES
Grupo UniBank



Nuestros asesores gestionan
su patrimonio personal y familiar según
sus 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 escribenos 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 LOGÍSTICA QUE MUEVE AL MUNDO

EN LA TERMINAL DE CARGA DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE TOCUMEN, EL 'HUB' DE DHL EN PANAMÁ MUEVE DIARIAMENTE MILES DE ENVÍOS CON PRECISIÓN DE QUIRÓFANO, EN UN EJERCICIO DE COORDINACIÓN QUE PERMITE DIMENSIONAR EN PROFUNDIDAD EL SIGNIFICADO REAL DEL CONCEPTO 'PUERTA A PUERTA'. PABLO ROUSSELIN GUÍA ESTA ORQUESTA DONDE EL TIEMPO ES MONEDA: PHARMA CONCENTRA 35 % DEL VOLUMEN, MIAMI MARCA EL PULSO, Y LA TRAZABILIDAD DECIDE DESTINOS EN SEGUNDOS SIN MARGEN PARA ERROR.

CADA MADRUGADA EN
TOCUMEN, MÁS DE 10.000
ENVÍOS SE PROCESAN EN
APENAS DOS HORAS Y MEDIA:
UNA COREOGRAFÍA LOGÍSTICA
DONDE LA PRECISIÓN ES VITAL
Y EL TIEMPO SE CONVIERTE
EN MONEDA.



Por **MATÍAS MORALES**

Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

Las luces del Boeing 767 comienzan a verse pequeñas, mientras el señalero comienza a guiar la entrada del avión a su posición. Es el tercer avión del turno y el equipo se alista para una nueva descarga. Ya llevamos un par de horas en el hangar y la operación no deja de sorprender. El concepto “eficiencia”

se nos ha vuelto un comodín lingüístico para señalar algo que funciona bien y en unos tiempos definidos. Pero, cuando se es testigo de una operación como esta, la palabra toma todo el sentido y se valora.

Cada noche, Panamá se transforma en un engranaje silencioso pero indispensable de la economía mundial. Y en el corazón de esa operación está DHL Aviation, con Pablo Rousselin, VP de Aviación para Latinoamérica, como testigo y director

de una maquinaria que nunca se detiene.

De las 200 personas que trabajan en el *hub*, donde también opera DHL Express, más de 80 se alistan en bodega mientras otras 36 se distribuyen en la rampa, listos para descargar el avión de la noche. Apenas las compuertas se abren, comienza una coreografía precisa: cajas que bajan, etiquetas que se leen, códigos de barras que deciden si el destino es Curazao, San Salvador, Bogotá o Buenos Aires. “Todo



entra por los portones y en dos horas y media debe estar clasificado y listo para el siguiente vuelo”, explica Rousselin, mientras observa cómo el flujo se multiplica en las bandas transportadoras. En ese tiempo récord se procesan entre 12.000 y 16.000 envíos. La precisión es tal que cada contenedor, al terminar de llenarse, se pesa y el dato viaja de inmediato al despacho de vuelo para el balance de la aeronave.

El ruido metálico de las correas no cesa, pero tampoco la concentración de los operadores. “Es como una carrera contra el tiempo cada noche, porque el cliente no paga por un paquete: paga por la certeza de que estará en sus manos en 24 o 48 horas”, resume Rousselin.

En logística, el tiempo no es una variable: es la moneda misma. “Porque hay negocios que no pueden esperar. Documentos legales, repuestos críticos o medicamentos: todo tiene un valor mayor si llega hoy y no la próxima semana”, explica Rousselin. Y es que su ubicación estratégica, que facilita tiempos más cortos de transporte, convierte al *hub* panameño en una de las piezas estratégicas de DHL en la región.

Los aviones 757 traen carga desde Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Honduras y el Caribe. Los 767, con capacidad de hasta 50 toneladas, complementan la operación para destinos de mayor alcance, como vuelos conectando Estados Unidos con el Cono Sur. Cada prioridad se decide en minutos: Miami primero, luego el Cari-

be, después Centroamérica. La flexibilidad se convierte en la ventaja más difícil de copiar.

Detrás de la velocidad de las máquinas hay un ejército humano que sostiene el ritmo. Solo en Aviación Panamá, DHL cuenta con 400 empleados y 130 pilotos. En cada turno, hombres y mujeres se encargan de que la operación no se detenga ni un segundo.

La noche avanza con un flujo constante. Algunos empujan contenedores, otros supervisan códigos en pantallas, un equipo pesa y asegura que la carga cumpla con las normas de balance del avión. Afuera, los reflectores hacen brillar el fuselaje amarillo de los cargueros, listos para despegar.

“Es un trabajo de disciplina y coordinación absoluta. Nada puede fallar, porque un retraso aquí significa una cadena de incumplimientos en todo el mundo”, asegura Rousselin.

PANAMÁ PHARMA

Si hay un sector que concentra la atención es el farmacéutico. El 35 % del volumen que pasa por Panamá corresponde a *pharma*, desde medicamentos hasta vacunas. En los últimos días de la semana, los picos llegan a 30 toneladas diarias, que viajan desde Colón en camiones refrigerados hacia Tocumen.

En bodega, los contenedores se tratan con un cuidado especial. La temperatura se monitorea de forma constante y cada paquete tiene un seguimiento digital que permite saber dónde está en cada instante. “No se trata solo de transportar una caja, sino de garantizar que un paciente en Guatemala o El Salvador reciba su tratamiento a tiempo”, afirma Rousselin.

En la práctica, Panamá se ha convertido en un punto crítico de la cadena de suministros médicos para toda Centroamérica y el Caribe. Una pieza que no puede fallar.

La diversidad de destinos es otro de los rasgos que impresiona. Desde Tocumen, los envíos alcanzan a todo el Caribe (Curaçao, Barbados, Puerto España, Surinam), a Sudamérica, a Norteamérica y hasta a Europa. Suiza, por ejemplo, recibe envíos en apenas 48 horas, gracias a un tránsito que conecta Panamá con Miami y Cincinnati antes de cruzar el Atlántico.

En el centro de operaciones, esa red global se traduce en un simple gesto: mover una caja a la derecha o a la izquierda de la banda transportadora. Lo que para un operador significa girar un paquete, para



EL 35 % DEL VOLUMEN QUE CRUZA EL 'HUB' DE DHL PANAMÁ ES FARMACÉUTICO. HASTA 30 TONELADAS DIARIAS VIAJAN EN CAMIONES REFRIGERADOS DESDE COLÓN, SOSTENIENDO LA SALUD DE TODA CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE.



el sistema significa decidir si irá al Caribe, a Centroamérica o a Europa.

No todo son fortalezas. Rousselin reconoce que Panamá aún enfrenta retos en infraestructura aérea. “Se ha hablado de llevar cargueros a Colón, pero el aeropuerto no tiene condiciones para recibir aviones de gran capacidad o cuerpo ancho. Por ejemplo, ni siquiera David podría recibir un Boeing 767”, apunta.

La paradoja es evidente: Colón es un gigante en el comercio marítimo, pero no cuenta con el soporte aéreo para acompañar ese potencial. Una debilidad que obliga a concentrar todas las operaciones en Tocumen, aumentando la presión sobre un solo punto de entrada y salida.

Para el ejecutivo, la clave está en que Panamá no pierda el paso. “La logística global está creciendo a un ritmo acelerado, impulsada por el comercio electrónico y por sectores como pharma. Si no invertimos en infraestructura, corremos el riesgo de que la ventaja competitiva se diluya”.

DE SAN FRANCISCO A PANAMÁ: LA ESENCIA DE DHL

La historia de DHL no comenzó en un hangar ni en una pista, sino en una bahía. A finales de los años sesenta, tres jóvenes emprendedores —Adrian Dalsey, Larry Hillblom y Robert Lynn— se reunieron frente a las aguas de San Francisco con una obsesión en mente: cómo ganar tiempo en



Pablo Rousselin, VP de Aviación para Latinoamérica, lidera una operación que nunca duerme. Entre cifras y disciplina, su 'hub' se ha convertido en columna vertebral de la economía global.

un mundo donde todo se movía demasiado lento. El comercio marítimo era el gran motor de la economía, pero la burocracia aduanera detenía durante días la salida de mercancías en los puertos.

Su idea fue tan simple como revolucionaria: enviar la documentación en avión antes de que el barco llegara a destino. Así, cuando la nave atracaba, los trámites ya estaban listos y la carga podía salir de

inmediato. Lo que parecía apenas una jugada astuta se convirtió en un cambio de paradigma. Ese gesto, nacido en la bahía de San Francisco, marcó el ADN de DHL: el tiempo convertido en ventaja competitiva.

Décadas después, otro hito transformaría esa chispa en un coloso global: la compra de DHL por parte de Deutsche Posten en los años noventa. La visión californiana se unió a la disciplina alemana, sumando músculo financiero, una red postal consolidada y una flota aérea sin precedentes. Esa integración convirtió a lo que es hoy el Grupo DHL en la columna vertebral de la logística mundial, con más de 600.000 empleados y presencia en 220 países.

Hoy, cada madrugada en Tocumen, esa doble herencia —la audacia de San Francisco y la escala del Grupo DHL— se manifiesta en el *hub* de Panamá. Lo que comenzó como un truco para ganarle días a la aduana, se traduce en una coreografía nocturna que mueve al mundo en horas, con precisión y disciplina.

Rousselin insiste en que la próxima etapa de la logística pasa por dos grandes ejes: digitalización y sostenibilidad. La trazabilidad en tiempo real ya es una realidad, pero el desafío está en integrar inteligencia artificial y sistemas predictivos que permitan anticipar picos de demanda, optimizar vuelos y reducir costos.

La otra cara es la ambiental. Con más de 400 aviones en el aire y decenas de vuelos cada noche en Panamá, la huella de carbono es un reto. DHL ya avanza en programas de compensación y en el uso de combustibles sostenibles. “No se trata solo de mover al mundo rápido, sino de hacerlo de manera responsable”, resalta.

Cuando el reloj marca las 3:00 de la madrugada, el turno nocturno aún no termina. En la rampa, los reflectores siguen iluminando el fuselaje amarillo de un 767 que está a punto de partir. Los operadores cierran el último contenedor, la báscula transmite el peso exacto al sistema, y un supervisor confirma que todo está en orden.

En dos horas más otro turno tomará el relevo. La operación no se detiene porque el mundo no espera.

“Cada paquete cuenta una historia: alguien en otra parte del mundo lo está esperando”, dice Pablo Rousselin antes de despedirse. Con esa frase resume la razón por la cual Panamá, desde la oscuridad de sus madrugadas, se ha convertido en la logística que mueve al mundo. 

¿LISTO PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA?

Convértete 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

INFLUENCIA EN CONSTRUCCIÓN: RADIOGRAFÍA DE LOS CEO PANAMEÑOS

El estudio CEO Monitor Panamá 2025 revela cómo se construye el liderazgo digital en el país. Con 47.248 menciones analizadas en 28 meses, el estudio muestra a los ejecutivos navegando entre desconfianza social y nuevas oportunidades en reputación, innovación y sostenibilidad.

Por MATÍAS MORALES
Fotos ARIS MARTÍNEZ

Durante décadas, la figura del CEO en Panamá estuvo asociada casi exclusivamente a resultados tangibles: balances financieros, expansión de operaciones, generación de empleo o liderazgo sectorial. Sin embargo, el escenario actual ha transformado esas métricas tradicionales. Hoy, la credibilidad de un líder también se juega en la manera como se comunica, en la narrativa que construye y en la huella que deja en la conversación digital. Un entorno donde la reputación puede moldearse en segundos exige que los líderes empresariales salgan de la comodidad de los comunicados institucionales y se atrevan a ser voces propias, con intención y propósito.

Ese es el espíritu del CEO Monitor Panamá 2025, un informe elaborado por LLYC que representa el primer esfuerzo sistemático por medir el posicionamiento digital de los principales ejecutivos del país. A diferencia de encuestas de percepción o estudios de reputación tradicionales, el CEO Monitor se sustenta en datos objetivos. Durante 28 meses, analizó más de 47.000 menciones sobre un grupo de 50 CEO seleccionados con base en *rankings* públicos y relevancia

sectorial. El estudio combina dos miradas: la conversación espontánea en torno a estos líderes y el contenido que ellos mismos publican en sus perfiles profesionales en plataformas como LinkedIn, X (antes Twitter) y medios digitales.

El análisis, apoyado en herramientas de escucha digital, categorización semántica y análisis de sentimiento, permite trazar un mapa sobre qué temas dominan, qué estilos de liderazgo emergen y qué tan profunda es la conexión con las audiencias. No se trata de medir popularidad ni de elaborar un *ranking*, sino de comprender un fenómeno: la transición de los CEO panameños hacia un liderazgo que se juega tanto en la sala de juntas como en la conversación digital.

PREDOMINA

EL LIDERAZGO INSTITUCIONAL

52 %

de los CEO analizados se ubica en este arquetipo y refleja un estilo conservador enfocado en estabilidad más que en innovación.



En palabras de Michelle Tuy, directora de LLYC Panamá: “Más que buscar quién es más conocido, lo que queremos es abrir la conversación sobre cómo se construye credibilidad y propósito en el espacio digital”.

EL RETRATO DE UN LIDERAZGO EN TRANSICIÓN

Los resultados del CEO Monitor 2025 ofrecen una radiografía clara: los CEO panameños ya están presentes en el entorno digital, pero su capacidad de influencia aún está en construcción. Del total de menciones analizadas, el 60 % se vincula a sus empresas, mientras apenas un 5 % los ubica como voceros activos. Esto evidencia un liderazgo dominado por la institución más que por la persona, donde prima la reacción sobre la propuesta.

El informe categoriza cinco arquetipos de liderazgo digital: institucional (52 %), ambiental (18 %), social (16 %), transaccional (8 %) y transformacional (4 %).

El predominio del liderazgo institucional en Panamá (52 %) refleja una visión conservadora donde la figura del CEO se confunde con la de la empresa. Es un estilo que privilegia la estabilidad y la prudencia, pero que corre el riesgo de convertir al ejecutivo en un vocero reactivo, limitado a confirmar logros o responder a coyunturas. Aunque

153

EMPLOYEES

HELLO
VALENCIA!
ZEUS
by L&P

EL CEO MONITOR
PANAMÁ 2025 REVELA QUE
REPUTACIÓN, SOSTENIBILIDAD
E INNOVACIÓN YA NO SON
OPCIONALES: SON LOS NUEVOS
PILARES DE UN LIDERAZGO
EMPRESARIAL LLAMADO A
RESPONDER COMO
ACTOR PÚBLICO.

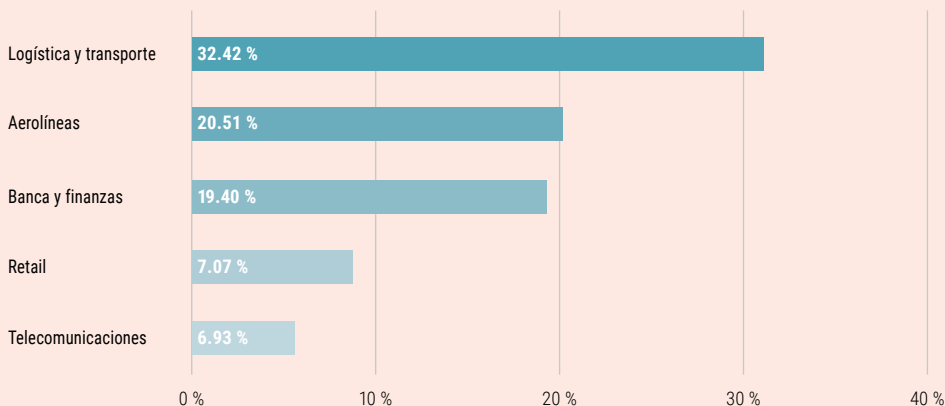


ESCANEA AQUÍ
PARA EL ESTUDIO
COMPLETO

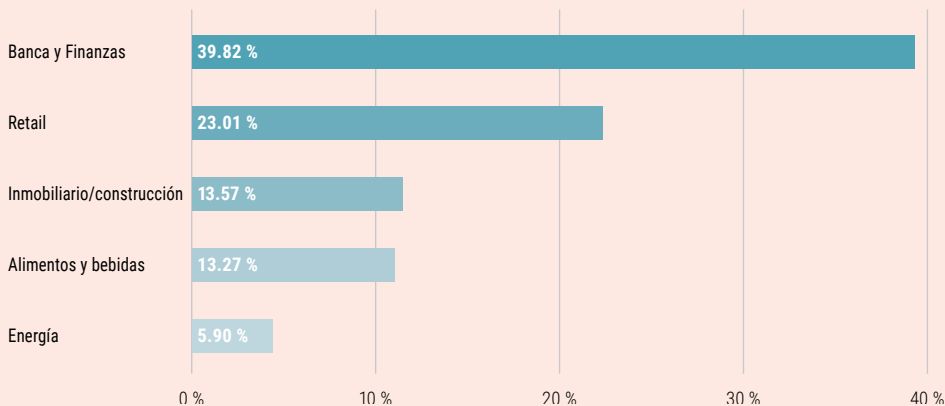


Sectores donde más se escucha la voz de sus líderes

Top 5 sectores con más referencias a líderes **hombres**



Top 5 sectores con más referencias a líderes **mujeres**



aporta seguridad a las compañías, este enfoque diluye la individualidad del líder y lo distancia de la posibilidad de construir una voz con peso propio en el debate público.

Los liderazgos ambientales (18 %) y sociales (16 %) representan un segundo bloque relevante. Aquí los CEO empiezan a mostrarse en temas que trascienden el negocio, ya sea en sostenibilidad ambiental o en causas comunitarias. Sin embargo, muchas veces su participación no pasa de mensajes de apoyo institucional, sin profundidad ni continuidad. Estos estilos tienen potencial para evolucionar hacia un liderazgo con propósito, pero requieren consistencia y autenticidad para evitar quedar en gestos aislados.

Los perfiles transaccionales (8 %) y transformacionales (4 %) son los menos frecuentes, aunque los más prometedores en términos de influencia. El primero responde a un estilo pragmático, enfocado en resultados inmediatos y relaciones de corto plazo, mientras que el segundo —el transformacional— proyecta visión, innovación y cultura organizacional. Que solo el 4 % de los líderes panameños logre situarse en esta categoría revela una oportunidad pendiente: convertir el discurso digital en un motor de cambio real, capaz de inspirar dentro y fuera de las empresas.

Para Tuy, este panorama refleja un momento decisivo: “Estamos en una fase de transición. Las audiencias no solo quieren

escuchar a las empresas; quieren escuchar a las personas detrás de ellas”. La sociedad panameña, marcada por transformaciones políticas, sociales y económicas, no se conforma con datos corporativos y exige líderes que compartan aprendizajes, que se pronuncien sobre desafíos colectivos y que asuman posturas más humanas.

El estudio también analiza los temas que dominan la conversación. Los asuntos ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) representan el 16 % en la conversación espontánea, pero ascienden al 32 % cuando los CEO hablan directamente desde sus plataformas. La sostenibilidad ambiental y la inclusión femenina son los tópicos más destacados, aunque todavía existe amplio margen de crecimiento en diversidad y gobernanza. Esto muestra que cuando los líderes deciden tomar la palabra, logran abrir espacio a debates relevantes, aunque todavía de manera parcial.

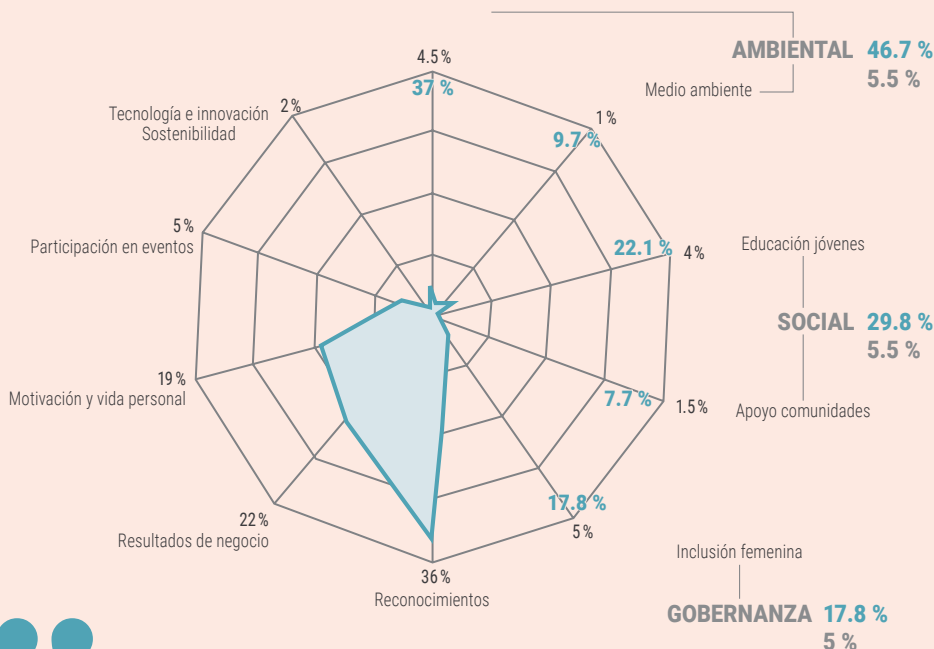
Otro hallazgo significativo es que los contenidos personales generan mayor conversación que los institucionales. Sin embargo, la mayoría de los CEO no consiguen traducir ese interés en conexión genuina. La audiencia responde mejor cuando percibe autenticidad, cuando el mensaje va más allá del boletín corporativo y transmite experiencias, vulnerabilidad o visión. El canal está abierto, lo que falta es ocuparlo con narrativa estratégica y coherente.

A nivel regional, la comparación es ilustrativa. En países como México o Brasil, varios CEO han entendido que su influencia digital es un activo clave. Líderes en sectores como banca, tecnología y consumo han convertido sus perfiles en espacios de reflexión sobre sostenibilidad, innovación y liderazgo empresarial. En Panamá el camino apenas comienza, pero la oportunidad es enorme: los ejecutivos que logren dar ese salto podrán posicionarse no solo en el ámbito local, sino también en el internacional.

BRECHAS Y OPORTUNIDADES PARA UNA NUEVA VOZ

El CEO Monitor 2025 también deja ver brechas que no pueden ignorarse. La más evidente es la de género: el 96 % de las menciones corresponde a hombres. Las mujeres CEO siguen siendo minoría en la conversación digital y, cuando aparecen, lo hacen principalmente en sectores vinculados a consumo o gestión operativa. Su presencia en industrias estratégicas como transporte, logística o tecnología es prácticamente nula.

Territorios asociados a la conversación sobre CEO con pilares ESG desagregados



ESTAMOS EN UNA FASE DE TRANSICIÓN: LAS AUDIENCIAS NO SOLO QUIEREN ESCUCHAR A LAS EMPRESAS; QUIEREN ESCUCHAR A LAS PERSONAS DETRÁS DE ELLAS CON AUTENTICIDAD”.

Michelle Tuy, directora de LLYC Panamá y parte del equipo de autores del estudio.

Esta invisibilidad plantea un doble desafío: la necesidad de ampliar la participación femenina en los espacios de liderazgo y de dar visibilidad a quienes ya ocupan cargos ejecutivos.

El análisis también muestra que gran parte del discurso digital sigue centrado en resultados financieros o en logros institucionales, dejando en segundo plano temas de innovación, cultura o transformación social. Esto responde a una visión todavía conservadora del rol del CEO en el espacio digital, donde el riesgo de equivocarse frena la posibilidad de mostrar una voz más personal.

Sin embargo, como advierte Tuy, el cambio no pasa por hablar más, sino por hablar con estrategia: “El reto no es hablar más, sino hablar mejor: definir qué temas son relevantes, construir una narrativa coherente y sostenerla en el tiempo”. La clave está en

elegir batallas, en identificar los temas que conectan con propósito y en sostenerlos con autenticidad.

El impacto de esa transformación es profundo. Un CEO que construye credibilidad en redes no solo potencia su marca personal, sino que también amplifica la reputación de su empresa y contribuye a fortalecer la confianza en el entorno empresarial del país. En momentos en que Panamá busca consolidar su rol como *hub* regional, proyectar líderes cercanos, transparentes y con visión global es una ventaja competitiva.

Además, el estudio subraya que la digitalización del liderazgo no es una moda pasajera. Es un cambio estructural que dicta la manera como las audiencias —desde empleados hasta inversionistas y comunidades— se relacionan con las compañías. En un mundo donde la confianza se ha convertido en uno de los activos más valiosos, los CEO que sepan comunicar con intención y propósito se posicionarán como referentes de credibilidad.

En última instancia, el CEO Monitor Panamá 2025 funciona como un espejo. Un espejo que muestra tanto las fortalezas como las debilidades del liderazgo empresarial en el país. Y, sobre todo, una invitación a tomar acción. El desafío es pasar de un liderazgo institucional a uno con voz propia, capaz de inspirar y de marcar agenda en los debates que importan. 



PANAMÁ Y BRASIL CONSTRUYEN UN PUENTE ESTRATÉGICO GLOBAL

LA VISITA DE JOSÉ RAÚL MULINO A BRASIL Y SU ENCUENTRO CON LUIS INÁCIO LULA DA SILVA ABRE UN CAPÍTULO DE COOPERACIÓN HISTÓRICA. PANAMÁ OFRECE ESTABILIDAD Y CONECTIVIDAD; BRASIL APORTA DINAMISMO ECONÓMICO: JUNTOS FORJAN UN EJE REGIONAL EN LOGÍSTICA, ENERGÍA, AGROINDUSTRIA Y TECNOLOGÍA.

Por **MATÍAS MORALES**
Fotos **ARIS MARTÍNEZ**

El encuentro entre el presidente panameño, José Raúl Mulino, y su homólogo brasileño, Luiz Inácio Lula da Silva, no fue simplemente un acto protocolario. Representó, más bien, la confirmación de que las relaciones entre Panamá y Brasil comienzan a convertirse en una apuesta de desarrollo conjunto, sobre todo en un escenario internacional en el que las alianzas estratégicas se pactan a gran velocidad.

El acercamiento entre ambos países abre una ventana de oportunidades no solo comercial, sino también de cooperación en múltiples dimensiones. Panamá, con su vocación histórica de plataforma logística y financiera, y Brasil, con el peso de ser la mayor economía de América Latina, poseen complementariedades naturales. Mientras el primero se consolida como *hub* de conectividad y seguridad jurídica, el segundo ofrece el dinamismo de su agroindustria, su industria aeronáutica, su liderazgo energético y su base tecnológica en expansión. La suma de ambas fortalezas puede convertirse en un eje transformador para toda la región.

Mulino y Lula apostaron durante su encuentro por una cooperación más allá de los discursos. Comercio marítimo, desarrollo agrícola, sostenibilidad y nuevas inversiones brasileñas en Panamá fueron los temas centrales. La declaración conjunta

apuntó hacia la construcción de un puente estratégico capaz de trascender fronteras.

UNA VISIÓN INSTITUCIONAL Y UN PUENTE EMPRESARIAL

La presidenta de la Cámara de Comercio e Industria Brasil-Panamá, Janaina Tobia Quisinski, lo resume con claridad: “La relación puede evolucionar hacia un vínculo estratégico en servicios financieros, logística avanzada, tecnología e incluso turismo. Panamá no solo es un punto de tránsito, sino una plataforma estable, con marcos regulatorios claros y regímenes especiales que permiten a las empresas brasileñas establecer centros regionales, desarrollar investigación y manufactura ligera”.

La personera hace hincapié en que, si bien la relación bilateral históricamente ha estado marcada por un comercio de bienes donde Brasil tiene un peso significativo, el futuro está en ampliar el alcance hacia servicios de alto valor agregado. “Panamá puede convertirse en la base desde donde empresas brasileñas no solo vendan productos, sino que gestionen sus cadenas de valor internacionales. El país cuenta con un ecosistema pensado para la expansión: economía dolarizada, estabilidad política, incentivos competitivos y una conectividad única en el continente”.

Uno de los puntos que resalta es la posible incorporación de Panamá como miembro pleno del Mercosur. Hoy, el país figura como Estado asociado, pero dar el salto representaría un cambio de escala





en las relaciones comerciales. “La plena incorporación de Panamá al Mercosur ampliaría el alcance regional del bloque y fortalecería los lazos con Brasil. Esto abriría un marco más robusto para la cooperación, facilitaría el acceso a mercados y permitiría diseñar proyectos conjuntos que potencien tanto el comercio como la inversión bilateral en un entorno más integrado”, asegura.

Para la Cámara, este escenario daría a los empresarios brasileños una plataforma que no solo conecte con Centroamérica y el Caribe, sino que les abre las puertas de América del Norte, Europa y Asia a través de Panamá. Tocumen, con más de

**PANAMÁ EMERGE COMO
PLATAFORMA ESTRATÉGICA
PARA EMPRESAS BRASILEÑAS,
CON ESTABILIDAD, SEGURIDAD
JURÍDICA Y CONECTIVIDAD
QUE TRASCIENDE FRONTERAS
COMERCIALES.**

90 destinos directos, se convierte en pieza clave, al igual que los cables submarinos que posicionan al país como *hub* digital. “Brasil puede utilizar la conectividad panameña como un trampolín natural.

Hablamos de vender servicios, exportar innovación y utilizar el istmo como vitrina regional”, añade.

La Cámara también resalta sectores donde la alianza puede transformarse en proyectos concretos: la aviación y mantenimiento aeronáutico, la agroindustria, la transición energética y la tecnología aplicada. “Existen oportunidades claras para crear polos regionales de excelencia. Imaginemos un centro de innovación agroalimentaria en Panamá utilizando la experiencia brasileña en trazabilidad, o un laboratorio de energías renovables donde ambos países aporten sus fortalezas. Eso es lo que entendemos por cooperación estratégica”, afirma Tobia Quisinski.

Más allá de los negocios, la presidenta de la Cámara insiste en tres ejes que deben marcar el rumbo: sostenibilidad, innovación y educación. “Si pensamos en una relación a largo plazo, debemos incluir la agenda climática, la transformación digital y la capacitación de talento humano. La sostenibilidad es un tema en el que Panamá ya está tomando liderazgo, con la descarbonización como meta nacional. Brasil, con su experiencia en biocombustibles y energías renovables, es un socio natural en esta ruta”.

En materia educativa, visualiza alianzas académicas y programas de intercambio especializados. “Hay espacio para construir un puente en formación tecnológica, en energías limpias, en gestión logística avanzada. El capital humano es la base para que estas alianzas no se queden en papeles, sino que se traduzcan en resultados”.

En paralelo a la visión institucional, la mirada empresarial añade una visión estratégica sobre la proyección de ambas naciones. El abogado y empresario brasileño Matheus Scremin Santos destaca: “La relación entre Panamá y Brasil vive un momento de gran fortalecimiento. Panamá ofrece un *hub* logístico y financiero estratégico, mientras Brasil aporta el dinamismo de la mayor economía de América Latina. Juntos, generamos oportunidades únicas para empresarios e inversores”.

Scremin lidera un esfuerzo por convertir esta coyuntura en acciones concretas. A través de Scremin Global Advisors (SGA), que abrirá operaciones en Panamá próximamente, y su firma Matheus Santos Abogados (MSA) en Brasil, prepara una delegación de empresarios e inversionistas que incluirá farmacéuticas, compañías electrónicas, de-



Brasil, la mayor economía latinoamericana, combina agroindustria, energía y tecnología, y proyecta oportunidades de inversión y cooperación en mercados globales estratégicos.

Unsplash / Gabriel Xavier

sarrolladores inmobiliarios, constructoras, arquitectos y médicos. “Panamá se consolida como la puerta de entrada al mundo para empresas brasileñas, con estabilidad, seguridad jurídica y ventajas fiscales. Es un puente natural que conecta Brasil con América del Norte, Europa y Asia”, afirma.

La narrativa empresarial se alinea con la institucional, pero aporta el matiz de inmediatez: hay compañías preparando su entrada, hay sectores concretos que ya ven en Panamá un socio estratégico, y hay planes para que las primeras delegaciones desembarquen pronto en el país.

SECTORES DE CONVERGENCIA Y UNA MIRADA DE FUTURO

La complementariedad entre Panamá y Brasil abre posibilidades en varios frentes que, al combinar fortalezas, pueden escalar a nivel regional.

Brasil es líder regional en aviación, con empresas de clase mundial, y Panamá se ha apuntalado como *hub* de mantenimiento aeronáutico. La unión de capacidades podría dar lugar a un polo regional de excelencia, con impacto directo en empleo y transferencia de conocimiento. En agroindustria, con Brasil a la vanguardia en productividad agrícola y Panamá como laboratorio logístico para el Caribe y Centroamérica, se abre la posibilidad de aplicar innovaciones en trazabilidad y seguridad alimentaria. El resultado: cadenas más eficientes y resilientes.

En energía, Panamá, país carbono negativo con una hoja de ruta de mercado de carbono, es un socio natural para proyectos de biocombustibles, energías renovables y eficiencia energética. En este terreno, la experiencia brasileña puede potenciar iniciativas conjuntas en transición energética. En tecnología, los cables submarinos y centros de datos panameños ofrecen una



Lula y Mulino fortalecen la relación Panamá-Brasil con nuevas apuestas comerciales y de cooperación estratégica.

AFP / Evaristo Sa

plataforma robusta para que empresas brasileñas expandan sus servicios digitales. Fintech, investigación aplicada y soluciones en ciberseguridad encuentran aquí un terreno fértil.

También la infraestructura y la construcción se perfilan como espacios de cooperación, con la llegada de delegaciones brasileñas que incluyen constructoras y arquitectos, que amplían el espectro de proyectos urbanos y de desarrollo. Y en turismo, donde Brasil tiene un enorme mercado emisor, Panamá puede convertirse en destino estratégico al tiempo que sirve de puente hacia el Caribe.

Los beneficios de este acercamiento no se limitan a las empresas. El crecimiento de los lazos Panamá-Brasil puede traducirse en empleos de calidad, innovación tecnológica y alianzas educativas. “Estamos convencidos de que el futuro de la relación Panamá-Brasil será cada vez más estratégico. Empresarios de ambos países tienen la oportunidad de construir alianzas sólidas y sostenibles que trascienden fronteras”, afirma Scremin.

La Cámara Brasil-Panamá refuerza esa visión. “Nuestra misión es pasar del *networking* a la concreción de acuerdos. Por eso organizamos misiones empresariales, foros sectoriales y espacios de conexión entre gobiernos y compañías. El reto es que estas iniciativas no se queden en diagnósticos, sino que generen proyectos reales que impacten en la región”, explica su presidenta.

Además de los retos regulatorios, Tobia Quisinski subraya la importancia de cultivar una mayor cercanía cultural entre Panamá y Brasil. “No basta con abrir mercados, hay que construir confianza mutua y entender la manera como ambos países hacen negocios”, asegura. Para ella, la Cámara puede desempeñar un papel pedagógico, generar espacios de diálogo intercultural, programas de inmersión idiomática y talleres de adaptación para ejecutivos y técnicos brasileños que desembarquen en Panamá. Esta dimensión humana, muchas veces subestimada, puede marcar la diferencia entre un acuerdo exitoso y una oportunidad perdida, porque detrás de cada tratado o inversión están las personas que lo hacen posible.

Persisten, sin embargo, desafíos pendientes. Panamá debe seguir modernizando procesos regulatorios mediante la digitalización de permisos y certificaciones,

EL CRECIMIENTO
DE LOS LAZOS
PANAMÁ-BRASIL
IMPULSA INVERSIÓN,
EMPLEO E INNOVACIÓN
EN SECTORES CLAVE
COMO ENERGÍA,
TECNOLOGÍA,
INFRAESTRUCTURA Y
AGROINDUSTRIA.



así como acompañar culturalmente a los equipos brasileños que decidan establecerse en el país. La balanza comercial actual también muestra desequilibrios: Panamá importa más desde Brasil de lo que exporta hacia ese mercado. Para equilibrar la relación, será necesario potenciar exportaciones de servicios panameños en logística, turismo y tecnología, además de diversificar el portafolio de bienes.

El horizonte, pese a estos retos, es claro: Panamá y Brasil no se limitan a un intercambio de mercancías, sino que avanzan hacia una alianza estratégica integral. Con un contexto político favorable, un andamiaje institucional en expansión y un tejido empresarial comprometido, ambos países pueden consolidar un eje de crecimiento con proyección global.

Como resume Janaina Tobia Quisinski, “Panamá es mucho más que un canal o un *hub* aéreo: es una plataforma integral para crecer en Centroamérica y el Caribe. Con economía dolarizada, seguridad jurídica, conectividad superior e incentivos competitivos, el país ofrece un entorno sólido y atractivo. Aquí se combina calidad de vida con un ecosistema empresarial diseñado para que la inversión brasileña prospere con visión de largo plazo”.

La visión compartida de Mulino y Lula, acompañada por el impulso de empresarios y el liderazgo de instituciones como la Cámara, abre un capítulo en el que Panamá y Brasil se convierten no solo en socios, sino en arquitectos de un puente económico, logístico y social que apunta a transformar la región. 



Auditoría Externa

Una Ventaja Estratégica



*“Confianza que evoluciona
con su negocio”*

Hacemos simple lo
complejo.

Traducimos normas a
lenguaje de negocio y
proponemos acciones
concretas.

✉ info@orgauditores.com.pa

🌐 www.orgauditores.com.pa



En ORG Auditores independientes, S.A., entendemos que la auditoría agrega valor cuando convierte la confianza en decisiones. Por eso, lo primero es escuchar a nuestro cliente para conocer el modelo de su negocio, el entorno regulatorio y así determinar los riesgos específicos. Con esa base diseñamos un alcance preciso que equilibra eficiencia, profundidad técnica e independencia profesional, de forma tal que confirmamos transparencia en los datos sobre los cuales se tomarán decisiones.

Trabajamos con estándares internacionales (NIGC 1 y Normas Internacionales de Auditoría), y una comunicación clara y eficaz con la gerencia o junta directiva.

Nuestro objetivo es que cada informe sea útil, oportuno y accionable, priorizando los asuntos que realmente impactan los estados financieros y el control interno. Además, traducimos la normativa a lenguaje del negocio y proponemos planes de acción viables, con responsables y plazos definidos, para fortalecer el control interno y reducir los riesgos.

Informes claros y a tiempo, recomendaciones prácticas priorizadas por riesgos y apoyo a la estrategia de gobierno corporativo. La independencia, confidencialidad y ética como principios innegociables. Combinamos experiencia con un enfoque personalizado y el compromiso constante con la excelencia para ofrecer soluciones confiables y a la medida de cada organización.

¿Cómo lo hacemos?

- ✓ **Entendimiento del negocio:** Entrevistas con los responsables de cada proceso en todos los niveles jerárquicos, recorridos de transacciones a través de las diferentes plataformas de manejo de datos, y mapeo de procesos críticos.
- ✓ **Planificación basada en riesgos:** La auditoría se concentra en los aspectos que, a nivel de estados financieros, pudieran tener mayor impacto (financiero, reputacional, de industria, entre otros) en la interpretación del lector y su toma de decisiones.
- ✓ **Ejecución:** Evaluación de eficiencia operativa a nivel de controles, procedimientos sustantivos sobre evidencia y respaldo de transacciones y análisis de patrones y tendencias.
- ✓ **Informe independiente:** con la situación actual de negocio en números y datos.
- ✓ **Carta de Recomendaciones:** con verificación de avances en hallazgos, punto mejora y responsables.

EL COSTO OCULTO DE LA CERTEZA:

LIDERAR EN LA INCERTIDUMBRE CON CONFIANZA Y PROPÓSITO

EN UN MUNDO DOMINADO POR RIESGOS INTERCONECTADOS Y DESINFORMACIÓN, EL LIDERAZGO AUTÉNTICO EXIGE VALENTÍA, EMPATÍA Y APERTURA AL CAMBIO. LA CERTEZA PARALIZA, MIENTRAS QUE LA INCERTIDUMBRE ABRE CAMINO AL APRENDIZAJE, LA INNOVACIÓN Y LA CONFIANZA COLECTIVA.

Por **PAULINA RODRÍGUEZ WERNER**
Partner de KOMUNIKA Latam

“La certeza es cómoda, pero en la incomodidad de lo incierto es donde florecen el coraje y la innovación”. Esta frase del autor y emprendedor Sahil Bloom resume un dilema silencioso que enfrentamos quienes lideramos en contextos cada vez más complejos: la necesidad de actuar con firmeza cuando el terreno está lleno de niebla.

En América Latina, y especialmente en Panamá, las tensiones sociales, los riesgos climáticos, la polarización y la crisis de confianza están redefiniendo las reglas del juego. La desinformación se ha consolidado como uno de los cinco riesgos más graves para la gobernanza y la cohesión social a nivel global, según el *Informe de Riesgos del Foro Económico Mundial*. Y el mismo foro advierte de que los próximos diez años estarán dominados por riesgos interconectados que escapan a cualquier plan predecible.

Pero, aquí está la paradoja: mientras buscamos certeza, lo que el momento nos exige es liderar desde la vulnerabilidad informada. Reconocer que nos falta información, que no vemos claro el panorama, que no tene-

mos todas las respuestas, no nos debilita; al contrario, humaniza nuestra voz y fortalece nuestra conexión con equipos, comunidades y aliados.

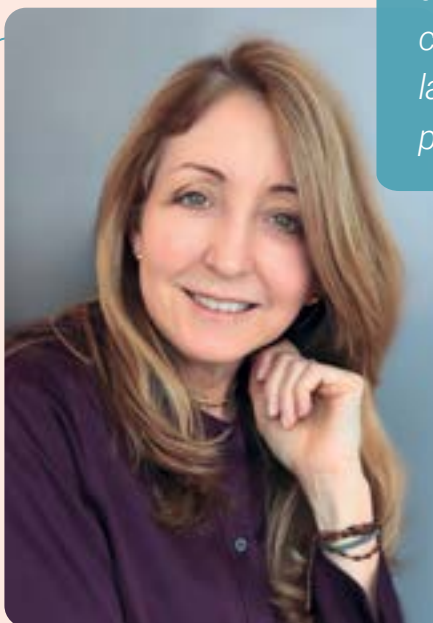
Liderar en la incertidumbre exige visión y valentía para cuestionar lo establecido, para atreverse. Hoy, la empatía, la agilidad, la capacidad de escucha y articulación, y el

pensamiento crítico, son las competencias más urgentes para construir futuro.

En lugar de buscar certezas absolutas, podemos cultivar tres principios clave:

- 1. Valorar el aprendizaje sobre el control:** cada decisión imperfecta, si se asume con transparencia, es una oportunidad para crecer. El liderazgo no es una serie de respuestas correctas, sino una capacidad para adaptarse, comunicar y corregir.
- 2. Diseñar estrategias con propósito, no sólo con metas:** las empresas y organizaciones que alinean su acción con un impacto social concreto generan confianza incluso cuando los resultados económicos fluctúan.
- 3. Comunicar desde la autenticidad:** en un mundo saturado de desinformación, las personas buscan voces confiables. No se trata de tener todas las respuestas, sino de mostrar el compromiso de construir las colectivamente.

“No lideramos con respuestas perfectas, sino con la capacidad de adaptarnos, escuchar y construir confianza en medio de la incertidumbre que desafía lo predecible”.



La confianza se construye en la coherencia. Y la coherencia empieza por atrevernos a decir: “No tengo certeza absoluta, pero tengo el compromiso de liderar con responsabilidad, con apertura para adaptarme al cambio, con curiosidad genuina para aprender cosas nuevas y, sobre todo, colocando siempre a las personas en el centro de cada decisión, para incluir en vez de excluir”. Ese es el liderazgo que transforma.

Hoy, más que nunca, Panamá necesita liderazgos valientes que abracen lo incierto como una oportunidad de construir en positivo. Desde el sector público, el empresarial, el tercer sector, el académico o el comunitario, cada persona tiene un rol en reconstruir la confianza que permita imaginar futuros mejores y posibles.

La certeza es cómoda, pero muchas veces conduce a la pérdida de oportunidades y de valor. El futuro se construye con la valentía de la gestión de la incertidumbre.







#CHIRIKINGS

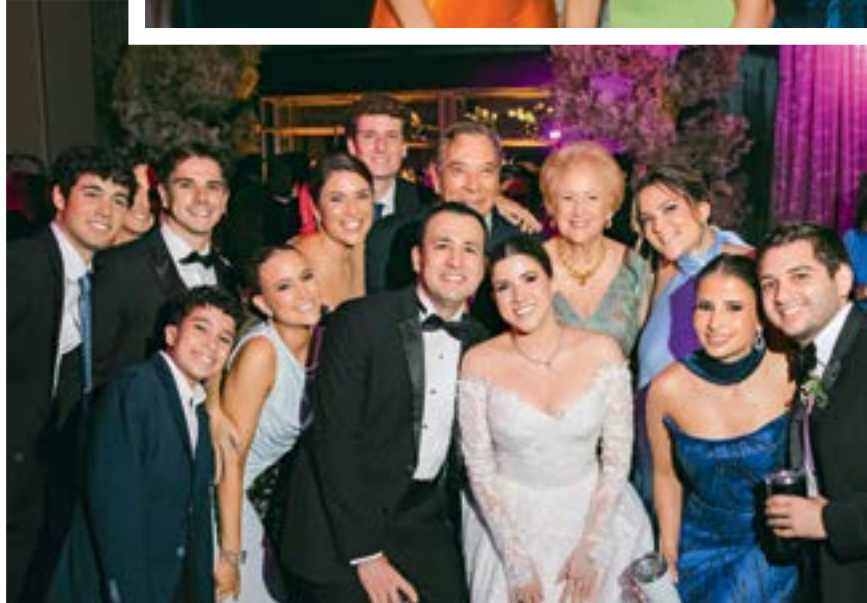
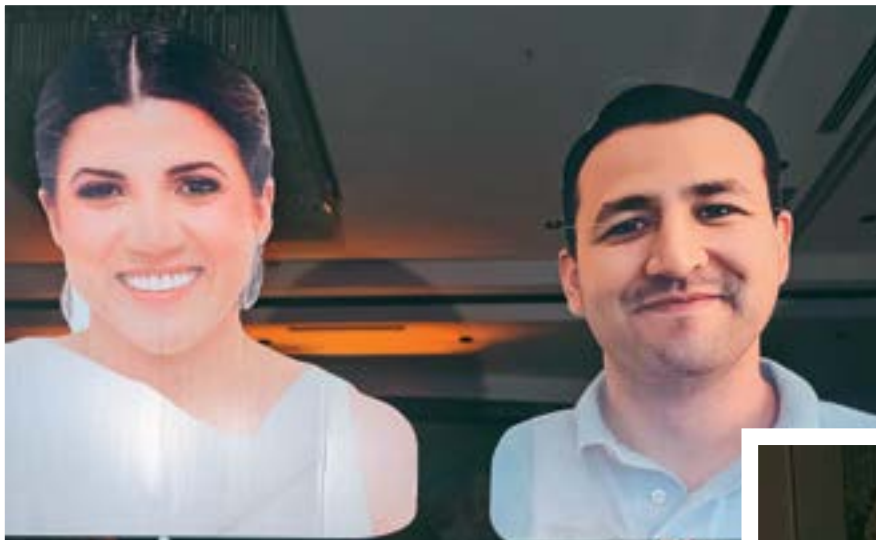
EL 2 DE AGOSTO DE 2025, MARÍA CRISTINA BARBERO BARNETT Y JOSÉ ALEJANDRO SIERRA KIESWETTER CELEBRARON SU AMOR EN UNA CEREMONIA ÍNTIMA ENVUELTA EN TRADICIÓN Y ELEGANCIA, EN LA IGLESIA SAN FRANCISCO DE ASÍS.

Más tarde, los invitados se trasladaron al Intercontinental Miramar Panamá by IHG, donde una recepción memorable tuvo lugar entre detalles cuidadosamente diseñados, con música en vivo y una energía radiante que marcó el inicio de una nueva etapa. Rodeados de familiares y amigos, María Cristina y José Alejandro compartieron una noche mágica, colmada de emociones, elegancia y una celebración inolvidable.

FOTOGRAFÍAS: Rubén Parra | COORDINACIÓN: Aquamarina Eventos
DECORACIÓN: Alex Gaudiano | VESTIDO: Gaudí Novias | MAQUILLAJE: Miranda MakeupArt | PEINADO: Yussel Quintero | VIDEO: Andrés Eloy Suárez
MÚSICA: Truenos y Relámpagos, Orquesta Café | POSTRES: La Cocina de Sofy | CAKE: Carmelitaspty | PAPELERÍA: PaperLab











ANTESALA, INSPIRANDO EXPERIENCIAS ÚNICAS

El Museo de Arte Contemporáneo y Panama Fashion Week fueron los protagonistas de una creativa colaboración desde la emblemática Casa Club del Parque Recreativo y Cultural Omar, escenario donde la moda y el arte contemporáneo dialogaron en su mejor expresión, acompañados de una subasta silenciosa de piezas únicas del museo. Este encuentro tuvo como propósito resaltar la creatividad local junto con renombrados artistas en una atmósfera élite llena de cultura vibrante.

FOTOS: Octavio Frauca



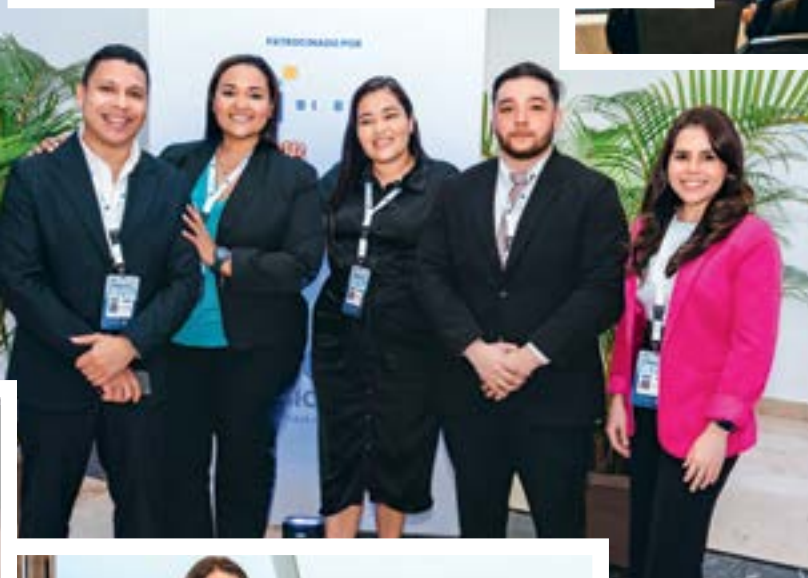


MERCADOS CONECTADOS, FUTURO SOSTENIBLE

Latinex reafirma su liderazgo regional en el Foro de Inversionistas 2025, que reunió a más de 1.300 participantes de 25 países. El evento destacó tendencias clave, promovió la sostenibilidad y presentó el innovador servicio de Listado Internacional para Emisores Globales. A su vez, resaltó los hitos estratégicos que han posicionado a Latinex como una bolsa abierta a Panamá, la región y el mundo.

FOTOS: Octavio Frauca









EMPRESAS BERN INAUGURA NUEVA SALA DE VENTAS

Empresas Bern presentó su nueva sala de ventas en Plaza del Este, un espacio innovador que replantea la experiencia inmobiliaria en Panamá. El evento reunió a líderes del sector y destacó el rol estratégico de las mujeres dentro de la compañía. Tecnología, visión y diseño se conjugan para proyectar el futuro del *real estate*.

FOTOS: Cortesía

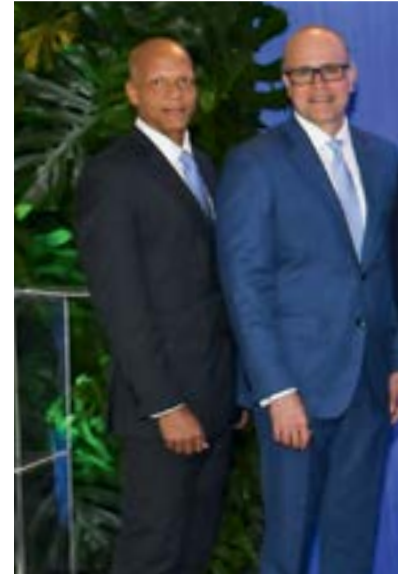




ERNESTO BOYD ASUME PRESIDENCIA DE LA ABP

En un acto protocolar con autoridades, diplomáticos y líderes del sector financiero, Ernesto Antonio Boyd García de Paredes asumió la presidencia de la Asociación Bancaria de Panamá. Con más de 35 años de trayectoria, su gestión priorizará la inclusión financiera, modernización digital y fortalecimiento institucional en beneficio del sistema bancario y el desarrollo del país.

FOTOS: Cortesía





ASÍ & ASÁ

¿Sabes qué es lo bello? Que tu arte logra desconectar a las personas de sus problemas y las transporta por un rato a un momento de alegría. '¡Priceless!'



MÓNICA GÚZMAN ZUBIETA
@monicaguzmanzubieta

Bueno, vengo saliendo de una EXITOSA temporada de teatro. Y la hemos pasado TAN BIEN. Si no vinieron a vernos, les cuento un poco. La obra se llamaba *Mi Vida Disipada*. Nos remontamos a los años 90, con un grupo de amigos que quería abrir un bar. Pero uno se enamora de mí y se vuelve un gran revulú. Claro, porque era la YO intensa y apasionada, no esta Mónica tranquila y zen. #Jaja #TodoPorLaTrama.

Claramente, estos son cuentos que yo he escuchado por ahí a lo largo de mi vida. Y ¡zaz! Simon Tejeira, nuestro director y dramaturgo, escribió el libreto basado en ellos. O sea, se puede decir



que fue una obra basada en hechos reales, pero nos quedó así. Nuestra *producer* superstar Diana Abouganem armó un cast de lujo, con los mejores talentos del teatro panameño.

Andrés Morales, Carlos Caballero, Rogelio Bustamante, Arturo Wong Sa-

gel, Yilka Arosemena, Ana Carolina García, Mónica Porras y #LaMismita Mónica Guzman Zubieta (o sea yo). Y así, dimos vida a #LosToxicos en el Bar 5P. Fueron 24 funciones y 16 estuvieron *SOLD OUT*. Y todas las noches tuvimos la misma acogida: amor y elogios. Para los que fueron, ¡¡GRACIAS!!

El público variaba desde presidentes, ministros, banqueros, doctores de renombre, políticos, esposas, divorciados, grupos de amigos, date night, amantes, tías, hermanitas de Emaús y hasta abuelitas. Todos rieron y gozaron SIN PARAR. Simplemente, al estar en el público a veces pensabas que estaban hablando de ti mismo. Y eso solo causaba risas, carcajadas y memorias de los buenos tiempos de juventud.

Se puede presumir que el equipo de producción, artistas y patrocinadores, TODOS estamos sumamente satisfechos con el proyecto.

Pero lo que me llevo de toda la experiencia es que los humanos queremos RELAJARNOS Y DESCONECTAR. Realmente sentirnos parte de algo, rodeados de amigos aunque sean tóxicos y básicamente reír. Eso es ciertamente un lujo y la buena vida. Así es que TODOS miren a su alrededor, abracen, sientan, den y reciban.

Yo termino la temporada sonreída, en mi carro, en el tranque, buscando a los niños a la escuela. Porque sé que hemos aportado a la sociedad horas de terapia sana para el alma.

¡Que vivan #LosTóxicos y que sigan viviendo en su TOXICIDAD!

"ADMIRO Y CELEBRO LA CAPACIDAD CREATIVA Y EL PROFESIONALISMO DE CADA UNO DE USTEDES PARA HACERNOS SENTIR Y REÍR POR HORAS. ¡DE VERDAD, GENIAL! ¡POR MÁS VIDAS... CON MUCHO ÉXITO!"

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