

Panamá

EXCELENCIAS

No. 6 / 2015

www.revistasexcelencias.com

Excelencias Turísticas del Caribe / Las Américas. Edición No. 6
PANAMA 2015

www.revistasexcelencias.com



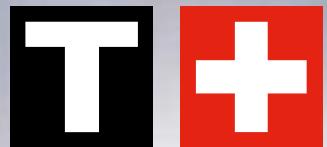
THE BEST OF PANAMA
Lo Mejor de Panamá

EXPOBODA 2015

BARBACOA DE VERANO
Barbecues are for summer time

RUTA DEL ALMA
Soul Route





Tactile, Solar, Revolutionary.



POWERED BY
SOLAR ENERGY

TISSOTT-TOUCH EXPERT SOLAR. TACTILE WATCH POWERED BY SOLAR ENERGY, OFFERING 20 FUNCTIONS INCLUDING WEATHER FORECAST, ALTIMETER AND COMPASS. INNOVATORS BY TRADITION.

T-TOUCH.COM

TISSOT

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853



Carta del Editor / Editor's Note

Un destino multicultural, con tanta naturaleza que ofrecer a solo minutos de la gran ciudad tiene que decir al mundo todo lo que hay en él.

Panamá tiene hoy su legendario Canal que se renueva con la ampliación y sigue siendo un atractivo importante para los visitantes, pero ya Panamá no es solo un canal.

Grupo Excelencias, en su afán de apoyar el crecimiento de Panamá como destino turístico, le dedica esta publicación y continúa recreando en sus páginas lo nuevo y lo viejo, lo transformado y lo tradicional, lo lejano y lo cercano, el relax y la meditación, la rumba y el juego. Se va de un lugar a otro y busca en cada región las maravillas del país que dejan sin palabras a cualquier visitante.

En esta edición tenemos dos especiales, uno dedicado a los desarrollos inmobiliarios del país y casas de decoración y otro dedicado a las Bodas y Lunas de Miel, con motivo de la feria Expobodas 2015.

Entrevistas a reconocidas personas del turismo en Panamá, destinos descritos por personalidades de la cultura panameña, atracciones para atrevidos y devotos, y excelentes ofertas gastronómicas con recomendaciones especiales de los chef, son algunas de las cosas que podrán encontrar en las páginas de esta edición.

Complementando el trabajo editorial, hemos realizado este año cursos de apoyo a los profesionales que brindan sus servicios como saloneros en hoteles y restaurantes y en el mes de septiembre, los días 28, 29 y 30, se desarrollará por 3er año consecutivo, el Seminario Gastronómico Internacional, donde por primera vez se estará impartiendo un curso especial para organizadores de eventos, rubro que en el país ha crecido y seguirá perfeccionándose.

La ocupación hotelera y la preocupación de muchos empresarios es hoy una realidad y como venimos haciendo desde hace ya 9 años, seguimos caminando por Panamá para que estas realidades de hoy cambien, porque este país tiene mucho por hacer y suficiente fuerza en sus profesionales para lograrlo.

Nos vamos a Boquete del 20 al 24 de julio, y en ese fin de semana queremos que muchos panameños y extranjeros visiten el destino, que ofrecerá lo mejor de su gastronomía y un cálido alojamiento. Grupo Excelencias los invita y estaremos allí para disfrutar todos juntos de una experiencia diferente.

A multicultural destiny, with as much nature that to offer to single minutes of the great city it has to say to the world everything what there is in it.

Panama today has its legendary Canal that renews with the extension and continues being attractive an important one for the visitors, but already Panama is not single a Canal.

Excelences Group, in its eagerness to support the growth of Panama as tourist destiny, dedicates this publication to it and continues recreating in its pages the new and old thing, transformed and the traditional thing, the distant and near thing, the relax and meditation, rumba and the game. One goes away from a place to another one and looks for in each region the wonders of the country that leave without words any visitor. In this edition we have two special ones, one dedicated to the real estate developments of the country and houses of decoration and other dedicated to the Weddings and Honeymoons, in the occasion of the Expobodas' Fair 2015.

Interviews to recognized people of the tourism in Panama, destinies described by personalities of the Panamanian culture, bold attractions for and devotee, and excellent gastronomical supplies with special recommendations of chef, are some of the things that will be able to find in the pages of this edition.

Complementing the publishing work, we have made east year courses of support to the professionals who offer to their services like saloneros in hotels and restaurants and on September 28, 29 and 30, will be developed by third consecutive year, the International Gastronomical Seminary, where by first a special course for organizers of events will be being been distributing, heading that in the country has grown and will continue perfecting itself.

The hotel occupation and the preoccupation of many industrialists is a reality today and we have been coming doing for already 9 years, continued walking by Panama so that these realities of today change, because this country has much to make and sufficient force in its professionals to obtain it. We go away to Opening from July 20 until July 24, and in that weekend we want that many Panamanians and foreigners visit the destiny, that will offer best gastronomy and warm lodging. Excellence' Group invites them and we will be there for enjoying all together ones a different experience.



Portada

Vestido cortesía de:
Mundo Novias / Obarrio Drive



Respetando los derechos del autor.
Revista Excelencias reconoce que la portada de la edición **No. 5**, corresponde a la obra de la **Sra. Mónica Joana Mora Guerra**

SUMARIO

- 3 **Especial / Special**
The Best of Panama
Lo mejor de Panamá
- 8 **Entrevista / Interview**
JAIME CAMPUZANO
Presidente de la Cámara de Turismo de Panamá
President of Panama's Chamber of Tourism
- 11 **Eventos / Events**
PREMIOS EXCELENCIAS 2014
10 Años premiando la excelencia
Ten years rewarding excellence
- 14 **Compras / Shopping**
PANAMÁ
Un Edén para las compras
A paradise for Shopping
- 16 **Destino / Destination**
EL VALLE ANTÓN
Un crater idílico
An idyllic crater
- 18 **Historias y Leyendas / Histories & Legends**
EL CHORRO DE LAS MOZAS
The waterfall of the young maidens
- 22 **Disfrutar / Enjoy**
BUCEO PANAMÁ
Entre Arrecifes
Among Reefs
- 36 **Delicias del Chef / Chef Delights**
BARBACOAS DE VERANO
Las barbacoas son para el verano
Barbecues are for summer time
- 40 **Salud / Health**
SPA
Relajar el cuerpo y la mente
Relaxing the body and mind
- 42 **Atracciones turísticas / Tourist attractions**
RTA DEL ALMA
Espiritud, historia y cultura
Spirituality, history and culture
- 44 **Cultura / Culture**
TEATRO PANAMEÑO
Una cultura que no para de crecer
A culture that does not stop growing
- 46 **De viaje / Traveling**
BOGOTÁ
Por las calles de esta ciudad
On the streets of this city

España € 4.50 / US \$ 5.95 / Cuba \$ 5.50 / México \$ 65.00 / República Dominicana \$ 192.00 / Panamá \$ 5.95

N. 6 / 2015

Panamá
EXCELENCIAS

ARGENTINA
argentina@excelencias.com

USA
excelenciasusa@excelencias.com

ECUADOR
Luz Bíviana Quintero Rodríguez, General Elizalde 119. Edificio Luz María - piso 11. Guayaquil.
Telefax: +(593) 42328284
Cel: +(593) 998131491.
dir.ecuador@excelencias.com

RUSIA
Vicente Caseiro Dieguez
154 Engelsa Prospekt, of 502-504
19435-Saint Petersburg
RUSSIAN FEDERATION
Tel.: +7 (812) 943 - 38 - 99
Mob.: +7 (921) 767-96-86
dir.rusia@excelencias.com

REPÚBLICA DOMINICANA
dir.rd@excelencias.com

URUGUAY
María Shaw Arceno, Tacuarembó 1361/902 - Montevideo 11200. Tel: +598 (2) 4014181.
dir.uruguay@excelencias.com

COSTA RICA
dir.costarica@excelencias.com

PERÚ
dir.peru@excelencias.com

PORTUGAL
Isabel María Gómez Pignatelli Videira
Tel: +351 (969) 767678
dir.portugal@excelencias.com

E-MAIL
dir.panama@excelencias.com

DEPÓSITO LEGAL M-17340- 1997
Edita: ELA. C/Capitán Haya, 16, 28020 Madrid (España).

ISBN 1138-1841

FOTOMECÁNICA E IMPRESIÓN
MASTERLITHO

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN NO PODRÁN SER REPRODUCIDOS, DISTRIBUIDOS, NI COMUNICADOS PÚBLICAMENTE EN FORMA ALGUNA SIN LA PREVIA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE LA SOCIEDAD EDITORA. EXCLUSIVAS LATINOAMERICANAS. ELA, S.A. EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE ES UNA PUBLICACIÓN PLURAL. LA DIRECCIÓN NO SE HACE RESPONSABLE DE LA OPINIÓN DE SUS COLABORADORES EN LOS TRABAJOS PUBLICADOS. NI SE IDENTIFICA CON LA MISMA. ÚLTIMO CONTROL DE OJD: TIRADA: 75 330 EJEMPLARES. DIFUSIÓN: 62 472 EJEMPLARES.

* 29/7/2003



EXCELENCIAS
Historia del Caribe & Las Américas

EXCELENCIAS
DEL MOTOR

EXCELENCIAS
AVIACIÓN

arte

Caribbean News
DIGITAL



GRUPO EXCELENCIAS ES MIEMBRO DE



EXCELENCIAS TURÍSTICAS DEL CARIBE Y LAS AMÉRICAS ES MEDIA SPONSOR DE Feria Internacional de Turismo, FITUR, Madrid, España • Feria

Internacional de Turismo de Moscú, MITT. Rusia • Feria Internacional de Viajes y Turismo, OTDYKH & Leisure. Moscú, Rusia • Feria Internacional de Turismo de Cuba, FITCUBA • Feria Internacional de La Habana, FIHAV • Feria Internacional de Turismo Europa y América Latina, EUROAL Torremolinos, España • Feria Internacional de Cultura y Turismo, CULTOUR • Feria Internacional MITM Américas • Feria Internacional de Turismo, TALTEXPO. Panamá • Feria Internacional de Turismo de Las Américas, FITA. México • Festival del Habano, La Habana, Cuba • Feria Internacional INTUR. Valladolid, España • Salón Internacional de Turismo, SITC. Barcelona, España • EXPOCARIBE, Santiago de Cuba, Cuba. **MEDIA PARTNER DE** FITE. Ecuador • ABAV, Brasil • ITB, Berlin, Alemania • WTM, Londres, Reino Unido

www.excelencias.com | www.fucadhu.org | www.excelenciastravel.com
www.caribeinsider.com | www.revistasexcelencias.com

The Best of Panama

Lo mejor de Panamá



MET *living*

Metropolitan Living ha permanecido exitosamente en el mercado inmobiliario de Panamá por más de 25 años, ofreciendo la mejor atención al cliente, incluidos los servicios legales de todo tipo además de la gestión inmobiliaria para clientes de todo el mundo. Con un personal completamente bilingüe que incluye corredores profesionales, un departamento de marketing, somos capaces de brindar un servicio de calidad superior para nuestros clientes.

Panamá ha sufrido un cambio de imagen increíble en los últimos diez años y no hay final a la vista. Con un crecimiento constante entre 6 y una sola vez 9% de tasa de crecimiento, somos superiores que la mayoría de todos los mercados latinoamericanos. Atribuimos esta sólida economía a muchos factores como el de la economía de dólares estadounidenses, la ampliación del Canal de Panamá, un gobierno democrático estable, un centro bancario internacional y podría seguir. Pero con tanto de donde elegir, es muy importante tener un conocimiento extenso de quien es quien en construcción para asegurar que nuestros clientes realicen solidas inversiones en la construcción de calidad y en propiedades de buen valor. No se puede olvidar además la exclusión de impuestos de propiedad que oscilará entre 5 y 20 años. Nuestra reputación es impecable y asegurarnos de que usted reciba lo mejor de Panamá es nuestro trabajo.

Quiero aprovechar esta oportunidad para también poner a disposición de los desarrolladores / constructores que son nuevos en este mercado nuestros servicios de consultoría. Entendemos los vacíos existentes en nuestro mercado inmobiliario y podemos ayudar a asegurarse de que el producto se adapte a las necesidades.

Este artículo es solo un anticipo de algo de "lo mejor de Panamá", pero habrá mucho más por venir.

Permitanos guiarlo a través del, algunas veces difícil, proceso de seleccionar la propiedad adecuada para usted.

Metropolitan living has successfully been in the panama real estate market for over 25 years, offering the best customer service to include legal services of all types and property management to customers from all over the world. With a fully bi-lingual staff to include professional brokers, marketing department, we are able to provide top quality service to our customers.

Panama has under gone an incredible make over in the last ten plus years and there is no end in sight. With a steady growth between 6 and a one time 9% growth rate, we out rank most all latin american markets. We attribute this solid economy to many factors such as the us dollars economy, the widening of the panama canal, a stable democratic government, an international banking center and i could go on. But with so much to chose from it is very important to have an extensive knowledge of the whos who in construction to assure that our clients make sound investments in quality construction and good value properties. And let us not forget the property tax exclusion which will range from 5 to 20 years. Our reputation is impeccable and it our job to make certain that you receive the best of Panama.

Let me take this opportunity also to make available our consulting services to developers/ builders who are new in this market. We understand the voids there are in our real estate market and can assist to make sure the product fits the needs.

This article is just a sneak preview of a few of the "best of panama" but there will be much more to come.

Allow us to guide you thru the sometime difficult process of selecting the right property for you.

yoopanama

designed by yoo by starck

Lujoso complejo residencial de dos torres conformada por condominios con espectaculares vistas frente al mar o a la ciudad.

Diseño de BT Arquitectos.

Diseño de interiores

Yoo, inspirado por Starck,
bajo la dirección creativa
de Philippe Starck

- Lujosas residencias de una o dos recámaras con amplias terrazas
- Residencias tipo loft desde 95m² hasta 180m²
- Penthouses desde 270m² hasta 380m²
- Amplia sala y comedor con pisos de mármol
- Baño principal vanguardista y exclusivo con modernos azulejos en las paredes y pisos a juego con el fino sobre de materiales exquisitos y lavamanos de porcelana
- Cocina italiana Poliform de primera calidad con lujosos acabados y griferías Hansgrohe.

Luxury residential complex of two towers made up by condominiums with spectacular oceanfront or city views.

Design by BT Architects

Interior Design: Yoo, inspired by Starck, under the creative direction of Philippe Starck.

- Luxurious residences of one or two bedrooms with large terraces
- Loft residences from 95m² up to 180m²
- Penthouses from 270m² up to 380m²
- Spacious living and dining rooms with marble floors
- Avant-garde and exclusive master bathroom with modern tiles in the walls and floors matching the fine exquisite materials and the porcelain sink
- Top quality Poliform Italian cuisine with luxurious finishes and Hansgrohe bathroom fittings



Amenidades

Lujoso lobby de dos niveles que incluyen un majestuoso vestíbulo con recepción de valet parking. Exclusivas áreas de entretenimiento ubicadas frente al mar que incluye un lounge, mesa de billar y una librería. Servicios tipo hotel como limpieza de habitación, valet parking, lavandería, restaurantes, spa y salón de belleza. Piscina espectacular de 300 m² con diferentes profundidades para nadar y tomar sol. Una piscina de 60 m² especial para niños. Cabañas privadas con acabados de madera ubicadas alrededor de la piscina ideales para pasar el día. Áreas interiores y exteriores especiales para los niños con diferentes salas como lego, un teatro para títeres y columpios. Day Spa que incluye cabinas para tratamientos y terrazas con finos pisos de madera, jacuzzi, baños turco y saunas. Gimnasio completo que incluye equipo de cardio con tecnología de punta y set completo de pesas libres y máquinas de pesas. Canchas de squash profesionales



Amenities

- Luxurious two-level height lobby including a majestic hall with valet parking access
- Exclusive entertainment areas located beachfront that includes a lounge, a pool table and a library
- Hotel type services such as room cleaning, valet parking, laundry facilities, restaurants, spa and beauty salon.
- Spectacular pool of 300 m² with different depths for swimming and sunbathing
 - A 60 m² pool especially for children
- Private cabins with wood finishes located around the pool, ideal for spending the day
- Indoor and outdoor areas especially for children with different rooms as Lego, puppets theater and swings areas
- Day Spa including treatment cabins and terraces with fine wood floors, Jacuzzi, steam baths and saunas
- Complete gym including cardio equipment with advanced technology and complete set of free weights and weight machines
 - 2 professional squash courts



DOWNTOWN *living*

Exquisito lugar en la Ciudad de Panamá donde encontrará una gran colección de muebles, piezas únicas, lámparas orgánicas, libros hermosos de cocina, floral y joyería rara. Piezas de mobiliario, regalos, objetos y accesorios que se encuentran únicamente en **DOWNTOWN living**.

Un despliegue entre los olores de una amplia colección de velas, difusores, cremas, sales de baño que te remontan al Oriente exótico o al Paris exquisito.

Los artículos de sobremesa, cubertería, vasos traen recuerdos del Sur de Francia en pleno verano opciones ideales para las novias y mesas de bodas.

Lo más chic y a la moda de los salones de Paris, Londres y Milán.

Exquisite place in Panama City where you will find a great collection of furniture, unique pieces, organic lamps, beautiful cookbooks, floral and rare jewelry. Pieces of furniture, gifts, items and accessories are found only in living DOWNTOWN.

A display between the scents of a wide collection of candles, diffusers, creams, bath salts you go back to the exotic East or the exquisite Paris.

Desktop items, cutlery, glasses bring memories of southern France in summer ideal choices for brides and wedding tables.

The most chic and trendy salons Paris, London and







Jaime Campuzano

Presidente de la Cámara de Turismo de Panamá
President of Panama's Chamber of Tourism

Panamá necesita una marca país reconocida internacionalmente.

“Lo importante es definir cuál será la marca, crear una estrategia mundial de posicionamiento y que sea utilizada por todas las instituciones del estado y las empresas privadas, para que poco a poco se genere un reconocimiento”.

La creación de un fondo mixto que genere recursos para promoción y mercadeo, de un plan de emergencia que contemple acciones en los mercados para generar un aumento de visitantes a ritmos mayores de los actuales y la necesidad de contar con una marca país reconocida internacionalmente, son las prioridades para fortalecer el turismo nacional según con Jaime Campuzano, presidente de la Cámara Panameña de Turismo (CAMTUR). En conversación con Revista Excelencias, Campuzano analizó diversos aspectos de esta industria, sobre cuyo futuro manifestó gran optimismo.

¿Cómo evalúa la situación del turismo en el país?

Desde la ley 8 de 1994 - de incentivos a la inversión turística - el turismo empezó su despegue en Panamá con el consecuente incremento de la infraestructura que se concentró más en la capital. También a raíz de ciertos fenómenos internacionales, como la baja en la construcción y venta

de inmuebles, muchos constructores se volcaron a construir hoteles. 2008 y 2009 fueron los mejores años de ocupación hotelera en Panamá, pero en 2010 empieza, y se incrementa en los años subsiguientes 2011, 12, 13 y 14, un auge en la construcción de hoteles que no termina en 2015. Ello conlleva el fenómeno que más nos afecta hoy: una sobreoferta en el número de habitaciones en la capital, porque hemos duplicado la oferta al pasar en menos de 5 años de 10 mil a casi 20 mil habitaciones, frente a una demanda que crecía a ritmo de 8 o 10% y luego a ritmos menores de 5 y 6%, igual al crecimiento de la economía panameña, que es bueno pero insuficiente para compensar el vertiginoso auge de la oferta. La consecuencia inmediata es una guerra de tarifas y un deterioro en la tarifa promedio, el ingreso y rentabilidad de los establecimientos hoteleros, situación que continúa y que probablemente sigamos sufriendo en los próximos dos años al haber más de mil habitaciones por abrir. Análisis internacionales determinan que Panamá posee la tarifa promedio y la tarifa por habitación disponible más baja de las Américas en los últimos años, un problema suscitado en los últimos 5 o 7 años. Hemos venido trabajando como sector en varias soluciones, porque si bien es cierto que el fenómeno de la sobreoferta tiene que ver con las circunstancias, también con la apuesta de empresarios a un sector con mayores expectativas a las que se han encontrado en la realidad. El crecimiento de la ocupación del 5 o 6% no es suficiente para paliar la situación, necesitamos aumentar la demanda a ritmos mucho más altos y para eso estamos trabajando en varias alternativas.

¿Cuáles son esas alternativas y de dónde provendrían los fondos?

No todo depende solo del gobierno o solo del sector privado, el trabajo debe ser mancomunado y coordinado entre ambos. Uno de los temas más importantes es la creación de un fondo mixto para promoción y mercadeo. Lo que el sector privado busca, y los gobiernos también, es crear ese fondo mixto que permita tener los recursos necesarios para esas acciones pero que no dependan exclusivamente de una institución, sino que se maneje de forma independiente de las políticas de cada gobierno o cada autoridad. Eso nos permitiría trabajar a más largo plazo varias estrategias.

Una de las propuestas es que el 1 o 2% del impuesto adicional aplicado al turismo

vaya a este fondo y también que se pueda alimentar con recursos tanto estatales como privados. Por otro lado necesitamos un plan de emergencia que contemple acciones en los mercados que puedan generar en corto y mediano plazo un crecimiento a los ritmos que se necesitan o más grandes que los que traemos históricamente.

¿Cuáles son los mercados en los que se centrarían esos esfuerzos?

Brasil por ejemplo, hemos tenido reuniones con importantes operadores de ese país que tiene vocación viajera, moneda fuerte y sabemos que dentro de lo que busca el brasílico, Panamá lo tiene todo: modernidad, gastronomía, cultura, entretenimiento, compras y conectividad con precios muy competitivos. Asimismo explorar mercados como México, que es muy fuerte e importante. Son mercados cercanos, con conectividad aérea, población grande y vocación de viaje. Colombia es un país importante para Panamá, lo ha sido en las últimas dos décadas y lo seguirá siendo. Hablábamos de mercados nuevos, pero los tradicionales como Estados Unidos y Colombia han sido los que más visitantes nos generan y seguirán generando.

Ante la ola de frío que está atravesando el viajero estadounidense, busca calor en México, ¿Panamá ha aprovechado esta coyuntura para tener algo de este turismo?

Panamá ha avanzado en conectividad aérea, pero respecto a países de la región las inversiones en promoción internacional siguen siendo bajas y pocas frente a lo que estos mercados demandan, en lo que hemos insistido es en que se aumenten los gastos de promoción y que seamos consistentes en esas campañas y tener una marca país.

¿Panamá no tiene una marca país?

Una marca país reconocida a nivel internacional no, porque es otra cosa que hemos venido cambiando en los últimos 20 años: varios slogans y marcas, lo que no ha permitido que el mercado internacional nos reconozca con una. Cuando preguntamos por marcas de identificación de Panamá se menciona "My name is Panamá" de hace 20 años y la de hoy es "The way", creada en la administración anterior. Lo importante es definir cuál será la marca, crear una estrategia mundial de

posicionamiento y que sea utilizada por todas las instituciones del estado y las empresas privadas, para que poco a poco se genere un reconocimiento no solo en los mercados tradicionales que tenemos, sino en los potenciales. Es sumamente importante, con una estrategia a largo plazo independiente de los gobiernos.

¿Existe una comunión entre lo que están haciendo el sector privado y el público como objetivo turístico?

Tenemos el mismo objetivo turístico y el mismo norte, se están haciendo cosas en conjunto, quizás nos falte estrechar más esa comunicación para acelerar todo y tener una campaña de promoción internacional, de modo que acciones como las de Brasil se implementen, pues ya estamos de acuerdo en que hay que hacerlo. La situación de los hoteles nos dice que seguimos atravesando un momento difícil también los operadores y necesitamos acelerar acciones que nos generen un resultado en el corto plazo. Están claros diagnóstico y solución, todo conduce a que hay que aumentar la demanda de visitantes a la capital, el cómo también. Algunas de las acciones están acordadas y están en planificación. Tenemos que acelerar su ejecución para que los resultados se den a corto plazo. En ese proceso hay que seguir creando estrategias previas a la creación del fondo, porque eso requiere consensos y no podemos esperar a su implementación. En la medida en que aumentemos la llegada de visitantes a la ciudad el problema disminuye, la ocupación aumenta, las tarifas mejoran y el problema se soluciona.

Se dice que la industria turística compite con el canal de Panamá por el primer lugar en generación de divisas para el país, ¿cómo es hoy?

El año pasado CAMTUR organizó un debate presidencial sobre turismo, y allí quedó evidenciado lo que hoy sigue vigente: el Canal y el turismo son los pilares sobre los que descansa gran parte de la economía nacional y que hoy en día el turismo genera más de 5 mil millones de dólares en divisas al país, lo que representa cerca del 10% del PIB, con más de 130 mil empleos directos e indirectos. Solo estas cifras nos colocan como una industria de gran relevancia, no se trata de pelear el lugar con el Canal sino de darle relevancia a la industria. Soy optimista sobre el futuro del turismo en el mediano y largo plazo.

Panama Needs a Country Brand Internationally Recognized

“The important thing is to define which will be the brand; to create a world positioning strategy and to use it by all state and private institutions, so that it generates recognition step by step”.

The creation of a mix fund that generates resources for promotion and marketing, of an emergency plan that contemplates actions in the markets to generate an increase of visitors at higher rhythms than the current ones and the need to count on an internationally recognized country brand, are the priorities to strengthen national tourism, according to Jaime Campuzano, President of the Panamanian Chamber of Commerce (CAMTUR, by its abbreviation in Spanish). In a dialogue held with Excelencias Magazine, Campuzano analized diverse aspects of this industry, about which future he highlighted great optimism.

How do you consider the situation of tourism in the country?

Since the enforcement of the Law No. 8 of 1994- of incentives to tourism investments- tourism began its taking off in Panama with the consequent increase of the infrastructure, which mainly concentrated in the capital. Also, as a result of certain international events like the decrease in the construction and real estate sectors, many constructors began to build hotels. 2008 and 2009 were the best years in Panama's hotel occupancy; but in 2010 began and continue increasing in 2011, 2012, 2013 and 2014, a boom in the construction of hotels, which does not end in 2015. That leads to the phenomenon that affects us the most: an over offer in the number of rooms in the capital because we have double the offer in less than five years from 10000 to almost 20000 rooms, in front of a demand that was growing at a rhythm of 8 or 10% and later to rhythms lower than 5 or 6%; just like the Panamanian economy's growth that is good but insufficient to compensate the rapid increase of the offer. The immediate consequence is a war of tariffs and decay in the average tariff, the income and profitableness of the hotel facilities; situation that continues and that we will probably continue suffering in the next two years, by having more than 1000 rooms to open. International analysis determined that Panama has an average tariff and the lowest tariff per available rooms in the Americas in the last years; a problem that emerged in the last five or seven years. We have been working as sector in various solutions because if it is true that the phenomenon of the over offer has to do with the circumstances, it also has to do with the bet of entrepreneurs for a sector with biggest expectations that the ones found in the reality. The growth of the 5 or 6% in occupancy is not enough to palliate the situation; we need to increase the demand at much more higher rhythms and for this we are working on various alternatives.

Which are those alternatives and from where will the funds come?

Not everything just depends on the government or the private sector; the work must be joint and coordinated between both. One of the most important topics is the creation of mixed fund for promotion and marketing. What the private sector is looking for as well as the governments is to create that mix fund that allows to have the necessary resources for those actions, but in a way that they do not exclusively depend on one institution, but that it is handled independently from each government or authority's policies. That would allow us to work at a longer term in various strategies. One of the proposals is that the 1 or 2% of the additional tax applied to tourism goes to this fund and that it can be enlarged with resources from the state and private organizations. On the other hand, we need an emergency plan that includes actions in the markets that can generate the short and medium-term growth rhythms needed or larger than those that we historically present.

Which are the markets in which those efforts would focus?

Brazil, for example, we have had meetings with major operators of that country, which has traveling vocation, strong currency and we know that among the things that Brazilians look for, Panama has it all: modernity, cuisine, culture, entertainment, shopping and connectivity with very competitive prices. Likewise, we are exploring markets like Mexico, which is very strong and important. They are nearby markets, with air connectivity, large populations and traveling vocation.

Colombia is an important country for Panama; it has been in the last two decades and will remain so. We talked about new markets, but traditional ones as the United States and Colombia have been the ones that generate more visitors and will continue to do so.

In front of the cold wave that the American traveler is facing, he/ she is looking for warm weather in Mexico. Has Panama taken advantage of this situation to have some of this tourism?

Panama has made progress in air connectivity, but with regard to countries of the region, the investments in international promotion are still low and few in contrast to what these markets demand. In what we have insisted on is on increasing the promotional expenses and being consistent in those campaigns and having a country brand.

Panama does not have a country brand?

A country brand internationally recognized not because that is something else we have been changing in the last 20 years: various slogans and brands, which has prevented the international market to recognize us with one. When

we ask for identification brands of Panama it is mentioned “My name is Panama”, created 20 years ago, and today's is “The way”, created in the previous administration. The important thing is to define which will be the brand; to create a world positioning strategy and to use it by all state and private institutions to gradually generate recognition not only in the traditional markets we have, but also in the potential ones. It is extremely important, with a long-term strategy independent of governments.

Is there a communion between what the private and public sectors are doing as a tourist destination?

We have the same tourist destination and the same north; some things are being made together. Perhaps we should further strengthen that communication to accelerate everything and have an international promotion campaign, so that actions like those of Brazil are implemented because we already agreed that it must be done. The situation of the hotels tells us that also we the operators are still going through a difficult time and need to accelerate actions that generate us a result in the short term.

Diagnosis and solution are clear; everything leads to the fact that we have to increase the demand of visitors to the capital, as well as the how. Some of the actions are agreed and are planned. We have to accelerate their implementation so that the results are given in a short term. In that process, we must keep creating strategies before the creation of the fund because that requires consensus and we cannot wait for its implementation. As long as we increase the arrival of visitors to the city the problem decreases, the occupancy increases, rates improve and the problem is solved.

It is said that the tourism industry competes with the Panama Canal for the first place in the generation of foreign exchange for the country, how is it today?

Last year CAMTUR organized a presidential debate on tourism, and what today remains was demonstrated there: the Canal and tourism are the pillars on which much of the national economy rests and today tourism generates more than 5 billion dollars in foreign currency to the country, representing about the 10% of GDP, with over 130 000 direct and indirect jobs. Only these figures place us as an industry of great importance; it is not about fighting for the place with the Canal but of giving relevance to the industry. I am optimistic about the future of tourism in the medium and long term.

G R U P O



EXCELENCIAS

Los PREMIOS EXCELENCIAS cumplen este año, diez de reconocer y exaltar la excelencia en turismo y en gastronomía. Fueron creados en 2005 por el grupo de comunicación Grupo Excelencias, con el objetivo de fomentar la excelencia en diferentes ámbitos, todos ellos relacionados con el turismo y la cultura. Desde entonces se han convertido en un referente para todos aquellos que están involucrados en este importante sector y desarrollan su actividad siempre con la meta de alcanzar un alto nivel.

Además de los PREMIOS EXCELENCIAS TURÍSTICAS, se entregan los PREMIOS EXCELENCIAS GOURMET; el PREMIO SILVIA ZORZANELLO IN MEMORIAM, como homenaje a la labor de toda una vida a la impulsora y organizadora del Festival de Gramado en Brasil; el PREMIO RAMÓN ÁLVAREZ, que distingue a personalidades que se hayan destacado por sus logros y aportes a la industria turística y que es entregado a una institución o personalidad comprometida con el ámbito del turismo MICE; así como el PREMIO ESPECIAL ESPÍRITU DE EXCELENCIA, para aquellos proyectos cuya esencia representa el espíritu ideal del turismo respecto a la sociedad. Un jurado formado por personalidades de diferentes países, revisa cuidadosamente las candidaturas presentadas para elegir a los ganadores. Los premios se entregan anualmente en el marco de FITUR, en ceremonia donde se dan cita las figuras más relevantes de la industria turística mundial.

En el último acto de entrega de premios, en 2014, acompañaron a D. José Carlos de Santiago, Presidente del Grupo Excelencias, D. Rafael Ansón, Presidente de la Real Academia de la gastronomía española y D. Alfonso Marín Caffarena, Secretario General de la Academia Iberoamericana de Gastronomía.

Premios Excelencias 2014
2014 Excelencias Awards

10 Años premiando la Excelencia en Turismo y Gastronomía

Ten years rewarding excellence in Tourism and Gastronomy

The Excelencias or Excellence Awards celebrate in 2015 ten years of recognizing and extolling the excellence in tourism and gastronomy. They were created in 2005 by the communication group Grupo Excelencias, aimed at promoting the excellence in different areas, all related to tourism and culture. Since then they have become a reference for all those involved in this important sector and always develop their activity with the goal of achieving a high level.

Besides the Tourist Excellence Awards, others are delivered like the Gourmet Excellences Awards; the Silvia Zorzanello in Memoriam Award, as a tribute to a lifetime work to the person who boosted and organized the Gramado Festival in Brazil; the Ramon Alvarez Award, which honors individuals who have stood out for their achievements and contributions to the tourism industry and which is granted to an institution or personality committed to the field of MICE tourism; as well as the Excellence Spirit Special Award, for those projects whose essence represents the ideal spirit of tourism to society.

A jury made up by personalities from different countries, carefully goes through the nominations presented to choose the winners. The awards are annually granted in the framework of FITUR, in a ceremony which brings together the most important figures of the world tourism industry.

In the last awards ceremony in 2014, José Carlos de Santiago, President of Grupo Excelencias; Rafael Ansón, President of the Royal Academy of the Spanish Cuisine and Alfonso Marín Caffarena, Secretary General of the Latin American Academy of Gastronomy, were present.





Los ganadores de los Premios Excelencias 2014 por Panamá

Premio Excelencias Turísticas
AUTORIDAD DE TURISMO DE PANAMÁ
Por el proyecto "Vive Panamá"
Recogió el premio: JESÚS SIERRA VICTORIA, Ministro de Turismo de Panamá

Tourist Excellence Awards
Tourism Authority of Panama
For the project "Vive Panama", or Live Panama
The award was picked up by: JESUS SIERRA VICTORIA,
Minister of Tourism of Panama



Premio Excelencias Turísticas
BIOMUSEO DE PANAMÁ
Por contar de forma única como el istmo de Panamá
cambió la biodiversidad del planeta.
Recogió el premio: VICTOR CUCALÓN, Director Ejecutivo del
Biomuseo

Tourist Excellence Awards
BioMuseo of Panama
For telling in a unique way how the Isthmus of Panama
changed the planet's biodiversity
The award was picked up by: Victor Cucalón, Executive
Director of Biomuseo



Premio Excelencias Gourmet
PANAMÁ GASTRONÓMICA
Por El Proyecto "Panamá Gastronómica" y "Copa Panamá
Gastronómica"
Recogió el premio: ELENA HERNÁNDEZ, Presidenta de
Panamá Gastronómica

Gourmet Excellence Awards
Panamá Gastronómica
For the project "Panamá Gastronómica", or Panama
Gourmet, and "Panama Gastronomic Cup"
The award was picked up by: Elena Hernández, President of
Panamá Gastronómica

PANAMÁ BIENES RAICES

Panamá Real Estate Consulting Group



"Nuestro objetivo es encontrar
tu lugar ideal para vivir o invertir.

Nos especializamos en localizar nuevas
oportunidades de negocios y conectarte
con las mejores compañías de Panamá".

Ventas - Reventas - Alquiler - Property Management

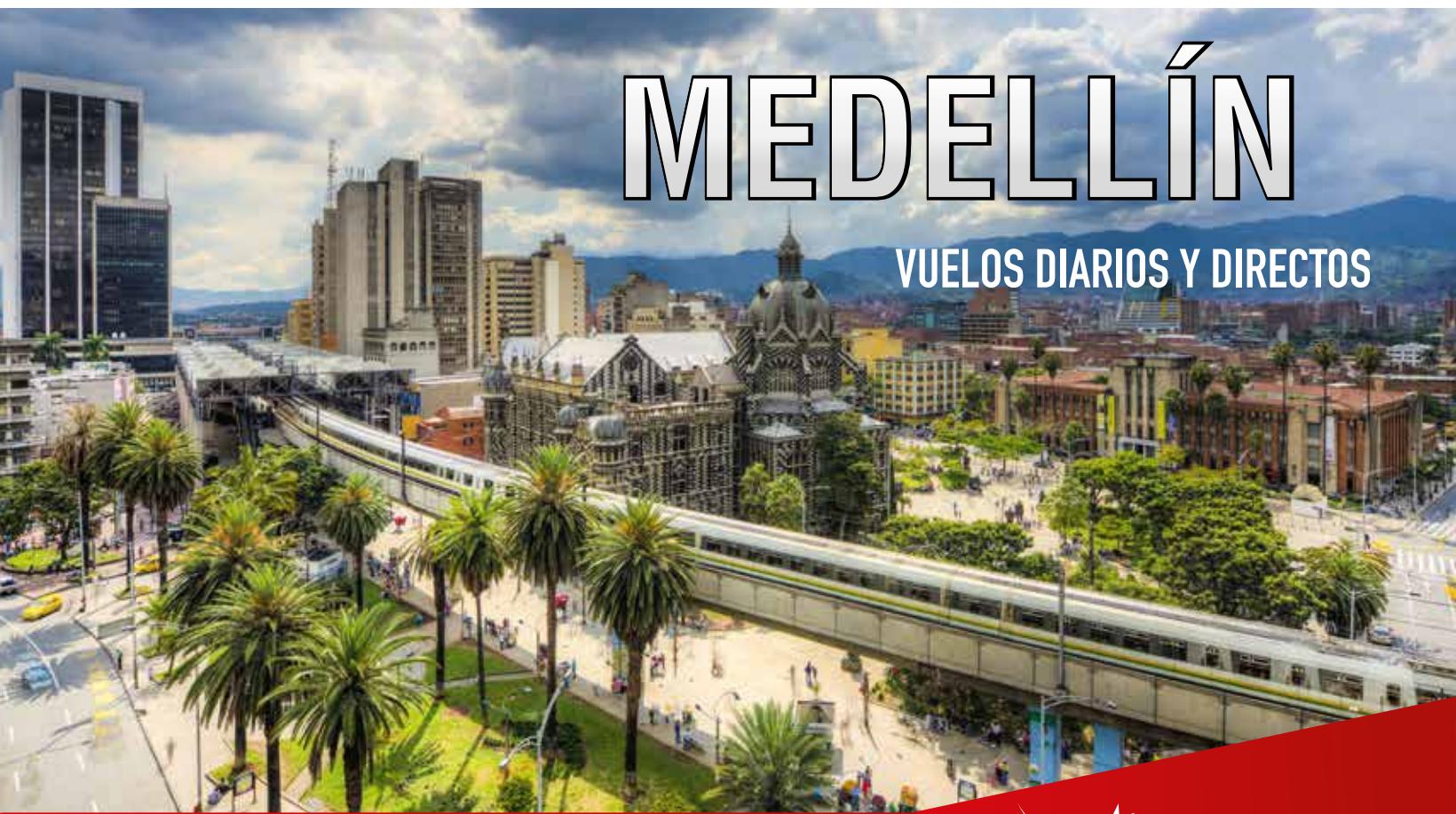
Construcción - Desarrollo - Inversión



PANAMAICG@GMAIL.COM



@PANAMAICG



MEDELLÍN

VUELOS DIARIOS Y DIRECTOS



airpanama.com

28 RUTAS NACIONALES, 2 INTERNACIONALES Y UNA FLOTA DE 19 AERONAVES



AirPanama

ESTAMOS VOLANDO

Panamá

Un edén para las compras

"Hay de todo como en botica" es una popular frase que podría describir perfectamente la dinámica que se vive en los complejos comerciales panameños. Usted pida y seguramente lo encontrará

Texto: María Milagros Narváez

Panamá ha dejado de ser solo un canal interoceánico y un paraíso de exóticas playas para convertirse, además, en un atractivo punto de venta donde se puede adquirir todo tipo de productos y servicios de excelente calidad a precios accesibles. Tal ha sido el auge del país como destino de compras, que hoy en día compite fuertemente con ciudades tradicionalmente mercantiles como Miami, e inclusive, algunas de Europa. Esta realidad y las ventajas que ofrece a los inversionistas, ha originado la proliferación de malls o centros comerciales que todo el año se mantienen repletos de compradores buscando desde ropa de variadas marcas y estilos, hasta artefactos electrónicos y gadgets tecnológicos de última generación.

Turistas de todo el continente no dejan de sorprenderse con tan buenos precios pues según sus propios testimonios, muchas veces consiguen productos a la mitad o a la tercera parte del precio en sus países de origen.

Actualmente son cuatro los principales y más grandes malls de Panamá y que concentran la mayor cantidad de visitantes: MultiplazaPacific, Albrook Mall, Multicentro y Metro Mall. Otros dos, Los Pueblos y El Dorado, más antiguos, ya están realizando mejoras para modernizar

y ampliar sus instalaciones de acuerdo a la demanda comercial.

La más lujosa y exclusiva de estas estructuras es, sin lugar a dudas, Multiplaza, que desde su apertura en 2006 ya cuenta con unas 300 tiendas, entre las que se destacan representantes de prestigiosas marcas internacionales de la talla de Louis Vuitton, Armani, Calvin Klein, Chanel, Cartier, Kenneth Cole, Zara, Mac Store, Hermés, Adolfo Domínguez, Dolce & Gabbana, Nike, Movistar, Geox, Bvlgari, Tommy Hilfiger y Jimmy Choo, entre otras. Recorrer sus amplios pasillos y hacerse de lo mejor de la moda mundial, sobre todo en la sección conocida como "Luxury Avenue", resulta una tentación difícil de resistir para quienes llegan a la capital panameña, sea por trabajo, placer, o simplemente para darse gusto yendo de "shopping".

Sin embargo, el centro comercial que goza de mayor popularidad por su tamaño (469 tiendas y 400 kioscos), diseño, variedad de precios y concurrencia, es Albrook Mall, donde es común ver a nacionales y extranjeros caminando con maletas repletas con todo tipo de artículos, ya sea de uso personal, regalos o para revender. Aunque también cuenta con casas de famosas líneas como las de Multiplaza, en Albrook los compradores

tienen a su alcance grandes tiendas por departamentos con ofertas y rebajas realmente convenientes.

De hecho, en tiendas como El Titán, El Costo, La Oca Loca o Conway, por ejemplo, es posible armar un completo outfit super fashion y de calidad, con apenas unos 20 dólares, lo cual no es fácil de encontrar en otros países del hemisferio.

Multicentro, a su vez, está repuntando nuevamente gracias a su ubicación próxima a hoteles de primera línea como Hard Rock y Decápolis. Fue el primer mall moderno construido en la ciudad en 2003 y el único que hoy tiene estacionamientos gratuitos bajo techo.

Mientras, la cercanía al aeropuerto es quizás la principal ventaja de Metromall, que permite al viajero con escalas cortas aprovechar y comprar productos en permanente oferta en los más de 300 locales y tiendas departamentales que lo conforman.

"Hay de todo como en botica" es una popular frase que podría describir perfectamente la dinámica que se vive en los complejos comerciales panameños. Usted pida y seguramente lo encontrará. Eso sí, si lo que quiere es hacer shopping en serio, prepárese y recorra todas las opciones disponibles para que nadie le eche cuentos.





Panama A Paradise for Shopping

Panama is no longer just an inter-oceanic canal and a paradise of exotic beaches; instead it has turned into an attractive sales point where all kind of products can be purchased, as well as excellent quality services at affordable prices. The country's boom as sales destination has been so that nowadays it strongly competes with traditionally trading cities like Miami, and even with some from Europe.

This reality and the advantages it offers to investors have given rise to the proliferation of malls or commercial centers, which all year round keep full of buyers looking from clothes of varied brands and styles, till electrical appliances and latest technological gadgets.

Tourists from the whole American continent do not stop surprising with such good prices because according to their own testimony, many times they get products at half or third part of the price they do in their home country.

Nowadays the MultiplazaPacific, Albrook Mall, Multicentro and Metro Mall are the four main and biggest malls in Panama, where the largest amount of visitors gather. Other two malls, Los Pueblos and El Dorado- which are the oldest- are already undertaking improvements to modernize and expand their facilities according to the commercial demand.

The most luxurious and exclusive of these structures is, with no doubt, Multiplaza, which since its opening in 2006 already has 300 stores where representatives of prestigious international brands like Louis Vuitton, Armani, Calvin Klein, Chanel, Cartier, Kenneth Cole, Zara, Mac Store, Hermés, Adolfo Domínguez, Dolce & Gabbana, Nike, Movistar, Geox, Bvlgari, Tommy Hilfiger and Jimmy Choo, stand out.

Going all over its wide hallways and getting the very best of the world fashion, mainly in the section known

as "Luxury Avenue", turn out to be a temptation hard to resist for those arriving at the Panamanian capital for whatever reason: work, pleasure or just to please themselves by going "shopping".

However, the shopping center that enjoys the highest popularity due to its size (469 stores and 400 kiosks), design, prices variety and public is the Albrook Mall, where seeing nationals and foreigners walking around with bags full of all kinds of items- whether of personal use, gifts or to resell- is common. Although it also has stores of famous brands like the ones of Multiplaza, in Albrook buyers have available large department stores with really convenient offers and discounts.

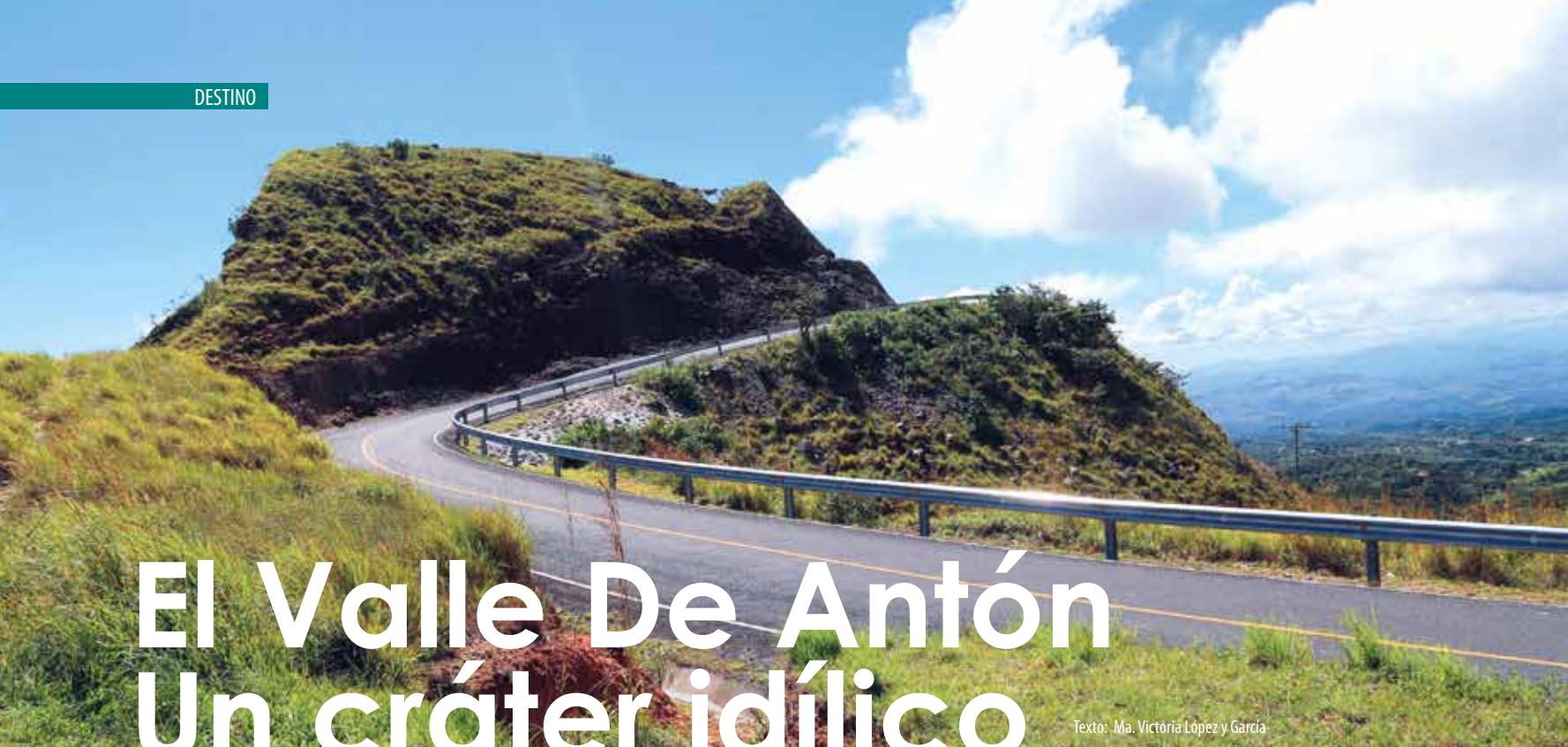
Actually, in stores like El Titán, El Costo, La Oca Loca or Conway, for example, assembling a complete super fashion quality- outfit is possible, with merely 20 dollars; something that is not easy to find in other countries of the hemisphere.

In turn, Multicentro is picking up again thanks to its location close to top-class hotels like Hard Rock and Decápolis. It was the first modern mall built in the city in 2003 and the only one that today has free under-roof parking spaces.

Meanwhile, the closeness to the airport is perhaps the main advantage of Metromall, which allows travelers with short stops over to take advantage and buy products in permanent offer in the more than 300 locals and departments- stores that make it up.

"There is everything you need" is a popular phrase that could perfectly describe the dynamics lived in the Panamanian shopping centers. You ask and you will probably find what you are looking for. Now, if what you want is doing SERIOUSLY shopping, get ready and go over all the available options so that nobody can tell you a story.





El Valle De Antón Un cráter idílico

Texto: Ma. Victoria López y García

Cada vez que visito La Ciudad del Saber, en Clayton, en mi mente revolotean cientos de recuerdos. Un lugar, otrora prohibido a los panameños, que hoy es centro del saber, la ciencia y la tecnología y que no olvidó fomentar turismo científico y cultural. Pero en esta ocasión visitamos este maravilloso entorno, para conversar con Jorge Arosemena. Su candidez y humildad hicieron posible hacernos vivir, en su relato, las virtudes de su destino turístico preferido en Panamá, el Valle de Antón.

A Jorge, le gusta el Valle por varias razones, -el clima, una media de 21 °, la abundante vegetación, la variedad de aves todo el año, y la diversidad de vida silvestre, El Valle de Antón, a unos 600 metros de altitud, se ha desarrollado dentro del mayor cráter de volcán habitado en el mundo. Posteriormente fue un lago, hace miles de años, hasta convertirse en un edén que tanto significa para Jorge y su familia.

Hay una razón principal para esta elección. Desde que era niño, pasaba junto a sus hermanos los tres meses de vacaciones en una casa que tenía la tía de su papá , y hasta el día de hoy es su lugar de encuentro con la verdadera tranquilidad y relajación, además de encontrar un conjunto de servicios y facilidades que les permite no añorar la gran ciudad. La comida es excelente, y una asociación de vecinos les permiten organizar actividades sociales y culturales que hacen completar la rueda de la fortuna del lugar, y por si fuera poco,

a unos escasos cuarenta minutos llegan a diferentes playas de la costa pacífica, asienta Jorge con un brillo en sus ojos que le hace merecedor de la admiración por el Valle.

Otro de los motivos que lo hacen preferir El Valle, es el tenis. Sí, Jorge juega tenis en un club privado, El Gaital. El mayor de los lujos de las cinco canchas que posee el club, son sus esplendidos arboles, las flores y el hábitat que lo rodean. Estos encuentros semanales convocan a un grupo de amigos de diferentes edades que pasan en El Valle más que sus vacaciones, sus días soñados.

Para Jorge Arosemena y su esposa Bárbara, El Valle de Antón, lo que fuera un cráter que ahora duerme apacible para deleitar con sus semillas geológicas lo que se considera la villa turística más hermosa de Panamá, les proporciona un sueño presente, reunir a toda su familia, incluyendo a sus nueve nietos, en ese maravilloso lugar, nos dice Jorge, en la casa que hemos hecho para ellos, con la misión de materializarlo cada día.

Sentarse en una hamaca en la terraza de su casa, no solo le hace descansar en el clima idílico, sino que le permite expandir el espíritu conservacionista y naturista al contemplar aves que van desde tucanes hasta las especies más variadas, monos perezosos que le permiten ser fotografiados con sus crías, y un sin fin de variedades que ofrece la extensa biodiversidad que conviven en el Valle de Antón.

Para Jorge Arosemena y su esposa Bárbara, El Valle de Antón, lo que fuera un cráter que ahora duerme apacible para deleitar con sus semillas geológicas lo que se considera la villa turística más hermosa de Panamá, les proporciona un sueño presente...

El Valle de Antón, a unos 600 metros de altitud, se ha desarrollado dentro del mayor cráter de volcán habitado en el mundo.

The Valley of Anton, at some 600 meters of height, has developed inside the biggest inhabited volcano crater in the world.

The Valley of Anton

An idyllic crater

For Jorge Arosemena and his wife Barbara, the Valley of Anton, which was a crater that now calmly sleeps to delight with its geological seeds and which is considered the most beautiful tourist town of Panama, gives them a present dream ...

Every time I visit La Ciudad del Saber, or the City of Knowledge, in Clayton, hundreds of memories flit in my mind. A place that was once forbidden to Panamanians is today a center of knowledge, science and technology, which did not forget to promote scientific and cultural tourism. But this time we visited this wonderful environment to talk with Jorge Arosemena. His candor and humility allowed us to live, through his story, the virtues of his favorite tourist destination in Panama, the Valley of Anton.

Jorge likes the valley due to different reasons: the weather, an average of 21 degrees; the abundant vegetation; the variety of birds the whole year and the diversity of wild life. The Valley of Anton, at some 600 meters of height, has developed inside the biggest inhabited volcano crater in the world. Later on it was a lake, thousands of years ago, until becoming a paradise that so much meaning has for Jorge and his family.

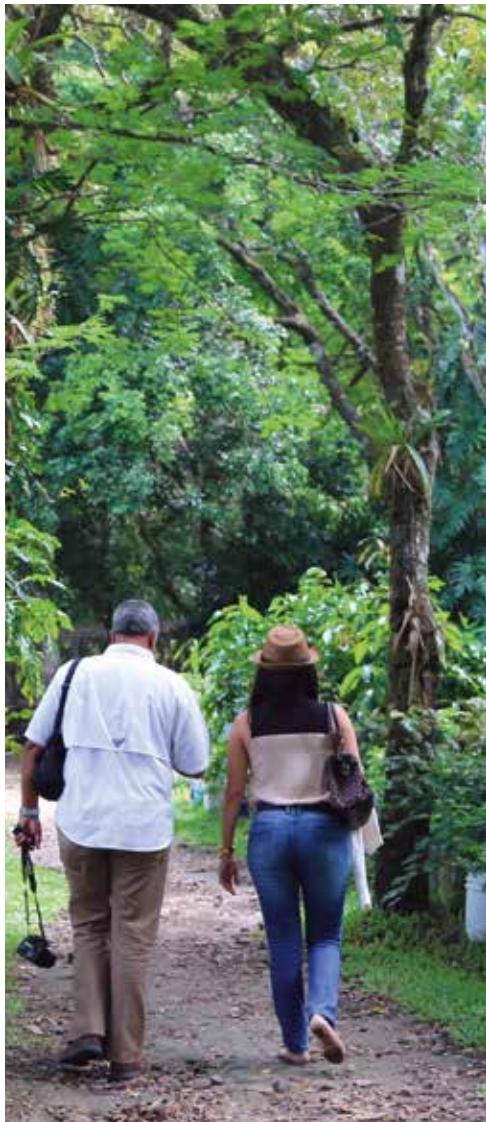
There is a main reason for this choice. Since childhood, he spent with his brothers the three months of vacation in a house his father's aunt had there, and until today it is his meeting place with the true peace and relaxation, besides finding a group of services and facilities that allow him not missing the big city. The food is excellent, and a neighbors association allows visitors to organize social and cultural activities that complete the place's wheel of fortune; and last but not least, at some

forty minutes of distance, different beaches of the Pacific coast can be reached, said Jorge with a spark in his eyes that makes him worthy of admiration for the Valley.

Another reason that makes him prefer the Valley is tennis. Yes, Jorge plays tennis on a private club, El Gaital. The greatest luxury of the five courts the club has is its splendid trees, the flowers and the surrounding habitat. These weekly meetings convened a group of friends of different ages who spend in the Valley something more than their vacations, their dreamed days.

For Jorge Arosemena and his wife Barbara, the Valley of Anton, which was a crater that now calmly sleeps to delight with its geological seeds and which is considered the most beautiful tourist town of Panama, gives them a present dream: gathering his whole family, including his nine grandsons, in that wonderful place, Jorge told us, in the house we have built for them with the mission of materializing it each day.

Sitting in a hammock on the terrace of his house, not only lets him rest in the idyllic climate, but it allows him to expand the conservationist and naturalist spirit while contemplating birds ranging from toucans to the most varied species, sloths monkeys allowing to be photographed with their off springs, and endless varieties offered by the extensive biodiversity that coexists in the Valley of Anton.





Ei chorro de las mozas

*The waterfall of
the young maidens*

Texto: A.Z
Foto: Christian Goldner



Cuenta la leyenda que los tres chorros son tres hermanas que, enamoradas del mismo hombre y no correspondidas, se fueron al río en una noche de luna llena....

La gente de todos los tiempos, todos los países y todas las culturas, siempre seguirá escuchando con ilusión, ingenuidad, temor y a veces con infinita curiosidad, los relatos y las leyendas que han trascendido el tiempo contadas de una generación a otra.

Panamá tiene, como todos los pueblos de América, muchas de estas leyendas. Hechos increíbles en los que intervienen hombres y doncellas, estrellas y animales, amores no correspondidos, sed de venganza, pureza, fuerza y una gran imaginación que nos deleitan y nos asombran y nos ponen a pensar si en verdad ocurrieron.

En Penonomé, con más exactitud en el Valle de Antón, en la provincia de Coclé, hay una secuencia de tres chorros que hoy son el deleite de los lugareños y los turistas. Cuenta la leyenda que los tres chorros eran tres hermanas que, enamoradas del mismo hombre y no correspondidas, se fueron al río en una noche de luna llena y de tanto y tan fuerte llorar, el llanto se convirtió en los tres chorros que se precipitan en las aguas del río. Sintieron ellas que voces misteriosas las llamaban y pensando que iban a encontrar allí la felicidad y la paz, se dejaron arrastrar por la corriente de las aguas.

Las hermosas jóvenes, hijas de Tobalo, amaban en silencio cada una a Caobo, el más diestro y ágil de los mozos de la tribu, pero él ya había puesto sus ojos y abierto su corazón a otra doncella y nunca prestó atención a las insinuaciones de las tres hermanas.

Se cuenta que las mozas no murieron y que perdiendo el recuerdo de todo pudieron vivir bajo las aguas libres de su dolor. Desde esa noche no volvieron a salir de su mundo acuático, se quedaron allí para siempre y no faltan lugareños impresionados, que en la noche de San Juan, aseguran escucharlas retozar alegramente. Incluso hay pescadores que dicen haberlas visto.

Se dice también que ofrecen sus totumas y peinetas de oro a los incautos y quienes van por ellas son arrastrados por las aguas del río. Así vengan las mozas su desdeñado amor.

Leyenda, leyenda es, pero la belleza de los chorros y la fuerza de sus aguas hacen honor a las tres doncellas de esta historia.

It tells the story that each of the three waterfalls is a sister that, all in love with the same man who did not return their love, decided to go to a river in a full moon night...

People of all times, all countries and all cultures will always keep listening with illusion, naivety, fear and sometimes with an endless curiosity to the stories and legends which have pervaded time and which have been passed down the generations.

Panama like any other country from America has many of these stories. Incredible events involving men and maidens, stars and animals, unrequited love, revenge, purity, strength and a great imagination that delight and amaze us and get us wondering whether they happen in real life or not.

In the Anton Valley, province of Coclé, there is a sequence of three waterfalls that delight locals and tourists. It tells the story that each of the three waterfalls was a sister that, all in love with the same man who did not return their love, decided to go to a river in a full moon night to cry over him. They cry and cry so hard that their tears became the three waterfalls that now flow into the river. It is said that the sisters heard mysterious voices calling them and then thinking that they were going to find happiness and peace there, they decided to enter the water but were swept along by the river.

The beautiful girls, daughters of Tobalo, loved secretly this man Caobo who was the most skillful and agile young man of their tribe. Caobo who had already given his heart away to another maiden, never paid attention to the insinuations of the three sisters.

It tells the story that the sisters never died and having got rid of all their memories, live free of pain under the water. Thus, from that night on, they never left their aquatic world and stayed there forever. Some locals state that on the Saint John night, they hear the maidens play cheerfully. There are even some fishermen who assure they have seen them.

It is also said that the sisters offer their totumas and gold combs to the unwary and those who try to get them are swept away by the waters of the river. That is the way the maidens have revenge for their underestimated love.

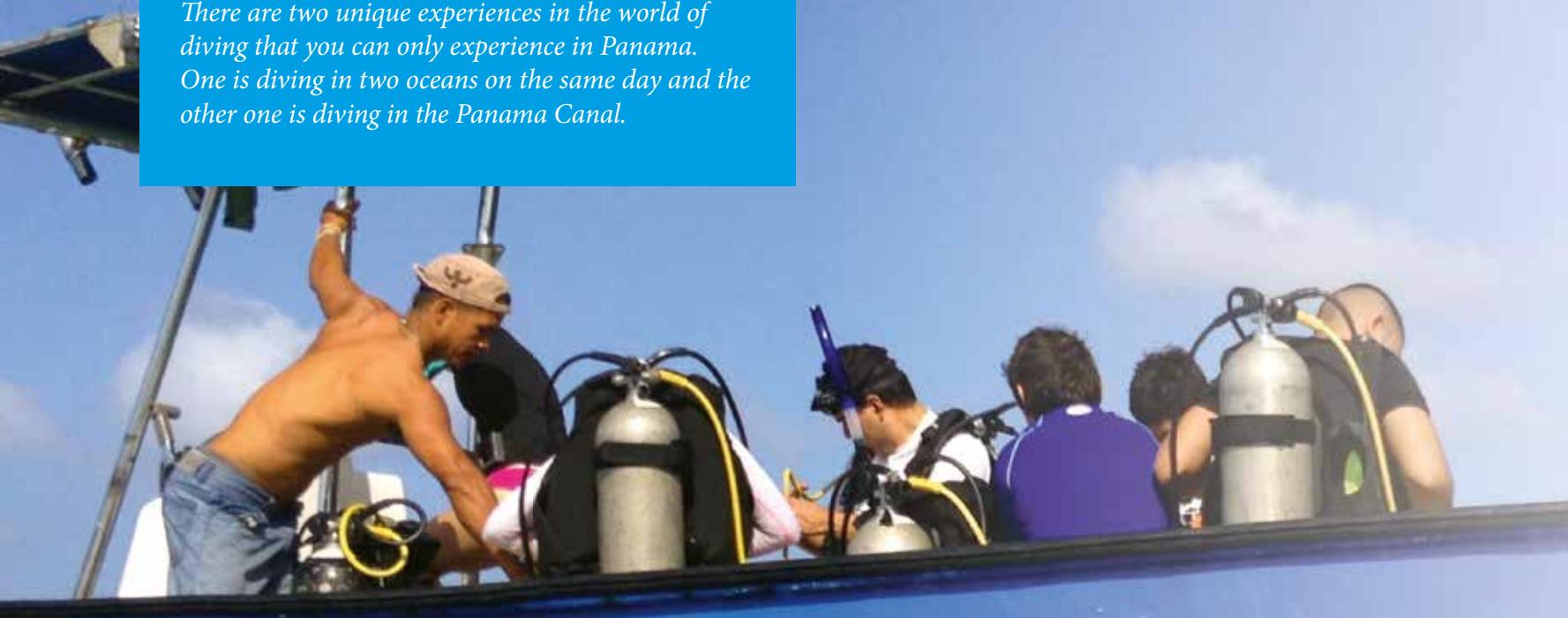
This is just a legend but the beauty and strength of the waterfalls honor the three maidens of this story.

Panamá entre arrecifes.

Texto: Joako Perteguer
Fotos: Scuba Panamá

Hay dos experiencias únicas en el mundo del buceo que solo podrás experimentar en Panamá. Una, es bucear en dos Océanos en el mismo día y la otra es bucear en el Canal de Panamá.

There are two unique experiences in the world of diving that you can only experience in Panama. One is diving in two oceans on the same day and the other one is diving in the Panama Canal.



SCUBAPanama.COM

Hablar de bucear en Panamá es sumergirse en un mundo perfecto de burbujas y sal con más de 1,700 kilómetros de línea costera, para disfrutar, con especies tan increíbles como ballenas joro-badas, tiburones ballena o cinco tipos de tortugas marinas entre otros tesoros, de la naturaleza.

Panamá es el destino soñado para el buceo y para los buceadores, con arrecifes de coral muy bien conservados, aguas cristalinas y rincones aún por descubrir.

La cantidad de lugares perfectos para bucear es casi infinita, pero los que no se pueden dejar de visitar son el Archipiélago de Las Perlas y el de San Blas o Bocas de Toro – que cuenta con el primer parque marino de Panamá – famosos por su naturaleza y belleza exuberante.

Panamá guarda secretos para el buceo en todas sus islas, pero destacan en su geografía paraísos únicos como Contadora, Isla Grande, Taboga o Isla Iguana. Portobello es otra opción a tener en cuenta, junto con Isla Cañas por su belleza submarina y sus tesoros piratas. En cuanto a buceo dentro de parques marinos se destaca Coiba, isla reconocida por la UNESCO como Patrimonio mundial, así como el Parque Nacional Marino Golfo de Chiriquí también llamado Archipiélago de las islas Paridas.

Hay dos experiencias únicas en el mundo del buceo que solo podrás experimentar en Panamá. Una, es bucear en dos Océanos en el mismo día: en el Atlántico bucearás en aguas cristalinas con brillantes y coloridos arrecifes; y en el Pacífico te encontrarás rodeado de rayas, morenas y lanchostas. La otra es bucear en el Canal de Panamá en aguas del lago Gatún, allí podrás ver la historia de esta obra de ingeniería colosal mientras escuchas el sonido de



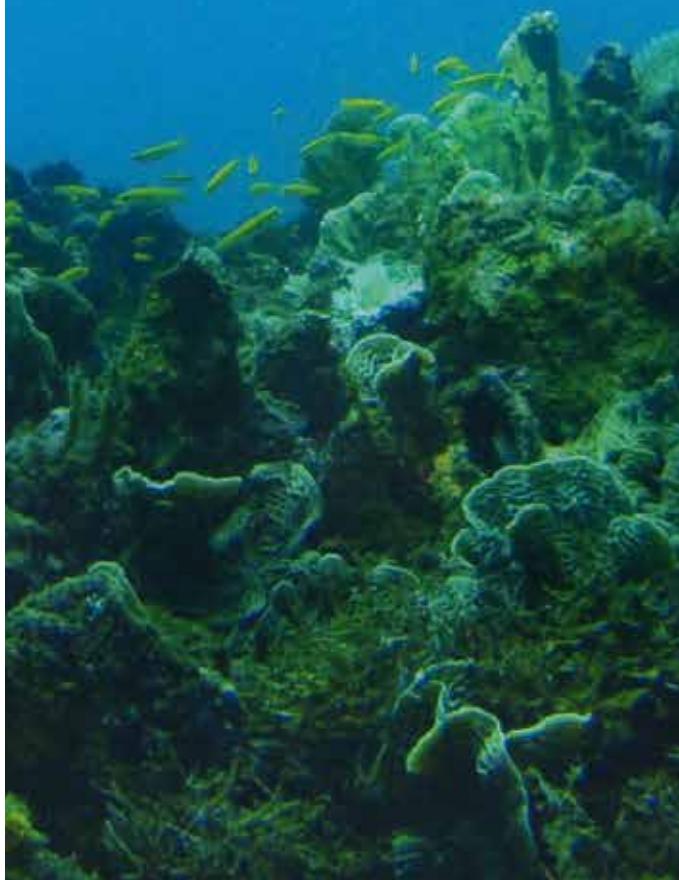
las hélices de los barcos que cruzan el canal.

También puedes elegir para bucear a la Bahía de Panamá donde podrás ver dorados, atunes, me-ros, bonitos o jureles. Y no deberías olvidar tu cámara submarina para fotografiar sus majestuosos arrecifes.

Se estilan 3 maneras de practicar este deporte: a pulmón, con snorkel y con botella. Se encuentran en el istmo ofertas increíbles con precios muy accesibles donde la diversión está asegurada.

Lo mejor es que puedes adentrarte al mundo del buceo sin necesitar ninguna experiencia previa y si te gusta puedes inscribirte en un curso oficial para certificarte con el PADI, titulación interna-cional para poder bucear con botella en todo el mundo. Solo necesitas tener más de 13 años y una evaluación médica.

En Panamá son muchas las ofertas de profesionales tanto en formación como en excursiones. Destacan ScubaPanamá, Dive Adventure y Diving Manía en Bocas de Toro. No dudes en probar este mundo, conocerás otra cara bonita de Panamá.



Panama among reefs, whales, lobsters and pirate treasures

Talking about diving in Panama is immersing into a perfect world of bubbles and salt with more than 1700 kilometers of coastline to enjoy with species as incredible as humpback whales, whale sharks or five types of sea turtles, among other treasures of nature. Panama is the dreamt destination for diving and divers, with very well preserved coral reefs, crystal-clear waters and corners still to be discovered.

The amount of perfect places for diving is almost infinite, but the ones of obliged visit are the Archipelago of Las Perlas and the one of San Blas or Bocas de Toro- which has Panama's first marine park- that are famous for their nature and lush beauty.

Panama keeps secrets for diving in all its islands; but in its geography, unique paradises like Contadora, Isla Grande, Taboga and Isla Iguana stand out. Portobello is another option to take into account, as well as Isla Cañas, due to its underwater beauty and its pirate treasures.

Regarding diving within marine parks, Coiba- an island that was recognized as Worl Heritage by the UNESCO- stands out; as well as the National Marine Park Golfo de Chiriquí, also known as Archipelago of the Paridas Islands.

There are two unique experiences in the world of diving that you can only experience in Panama. One is

diving in two oceans on the same day; in the Atlantic you will dive in crystal- clear waters with brilliant and colorful reefs; and in the Pacific you will find yourself surrounded by rays, morays and lobsters. The other one is diving in the Panama Canal in waters of the Gatun Lake; there you will watch the history of this work of colossal engineering while listening to the sound of the ships' screws passing through the canal.

For diving you can also choose the Bay of Panama, where you will see goldfish, tuna, grouper, bonito or horse mackerel. And you should not forget your underwater camera to photograph their majestic reefs. There are three ways of practicing this sport: apnea diving, snorkel and scuba diving. Incredible offers at very affordable prices and where fun is guaranteed can be found in the isthmus. The best part is you can get into the world of diving without any previous experience and if you like it, you can register in an official course to certify with PADI, international certification that allows you to scuba dive around the world. You only need to be more than 13 years old and to have a medical evaluation.

There are many professionals' offers in Panama, both in training and excursions. Standing out are ScubaPanamá, Dive Adventure and Diving Manía in Bocas de Toro. Don't hesitate to try this world; you will know another pretty face of Panama.





EXPO TURISMO Internacional

Un lugar con la **OFERTA TURÍSTICA**
de *Latinoamérica y circuitos regionales*
multidestinos para tus VACACIONES...

TURISMO INTERNO | TURISMO ECOLÓGICO

TURISMO DE PLAYA | TURISMO DE CONVENCIONES

CRUCEROS | REUNIONES E INCENTIVOS

HOTELES | PASAJES AÉREOS

ARRENDADORAS DE AUTOS

25 y 26
SEPTIEMBRE
2015

CENTRO DE CONVENCIONES ATLAPA
CIUDAD DE PANAMÁ, PANAMÁ

ATLAPA CONVENTION CENTER
PANAMA CITY, PANAMA

Contáctenos:
Tel.: (507) 207-3434
expoturismo@panacámara.org

Síguenos:

f /ExpoTurismointernacional | t @ExpoTurismoPan

Organizan:

Con el apoyo de:







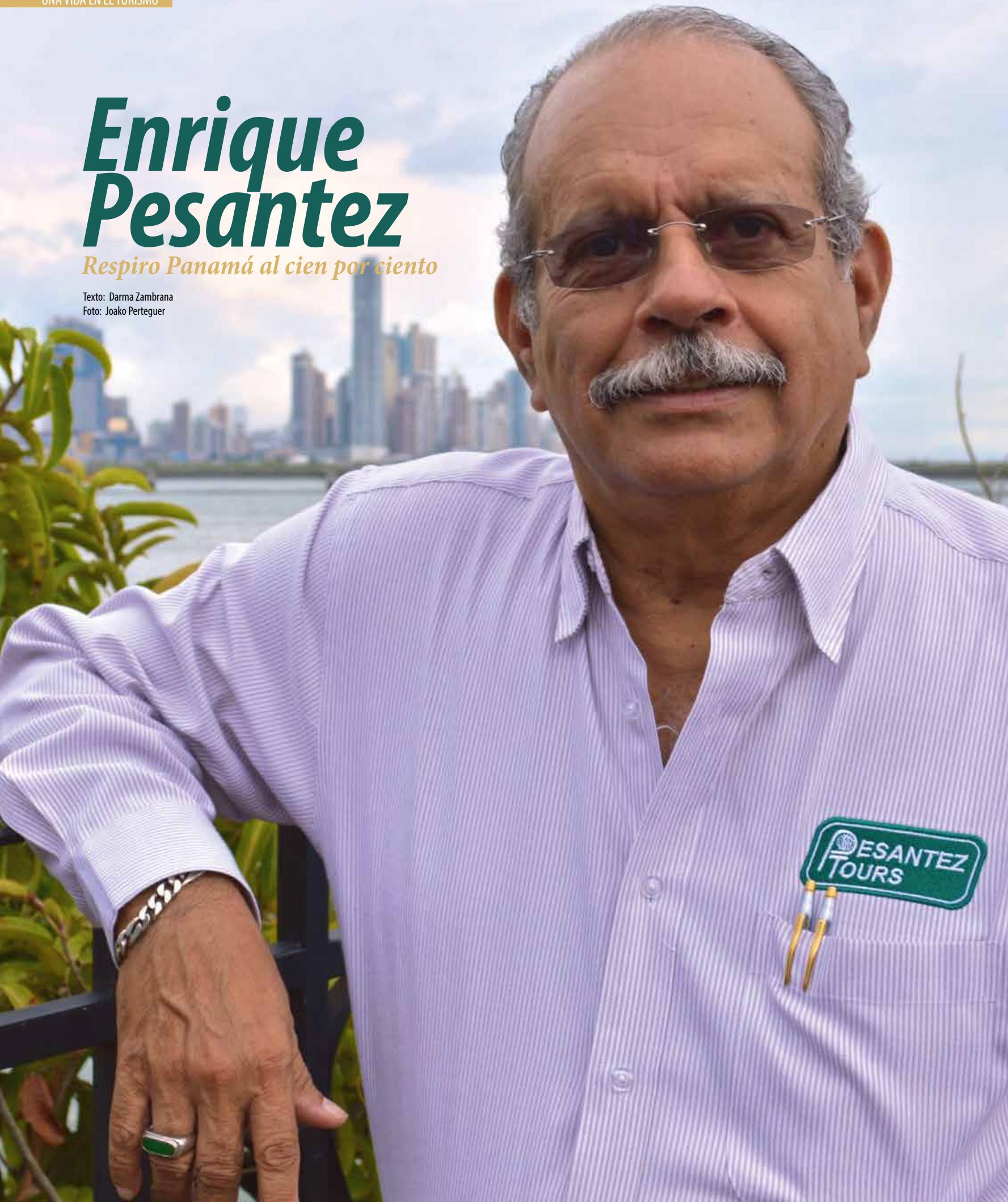
UNA VIDA EN EL TURISMO

Enrique Pesantez

Respiro Panamá al cien por ciento

Texto: Darma Zambrano

Foto: Joako Perteguer



Enrique Pesantez

"I Breathe Panama One Hundred Percent"

Panamá es y siempre fue un país de oportunidades y que hoy en día el turismo constituye un segmento de primera importancia en la economía del país.

Con una sonrisa socarrona que tanto puede desaparecer instantáneamente como convertirse en una franca carcajada, Enrique Pesantez, Quique como lo conocen todos – el de Pesantez Tours, si ése; el del programa radial de turismo, si el mismo – dice que es panameño con cédula 8 y que se vinculó al turismo hace aproximadamente 45 años, cuando ni se sospechaba del potencial de la industria y poca gente en Panamá organizaba excursiones y eran menos las agencias que hacían turismo receptivo.

Trabajando en su área de formación, la contabilidad, Pesantez sintió que necesitaba algo más y se dedicó a las ventas y a diversificar sus productos, a ofrecer excursiones a San Blas – hoy Guna Yala – en avioneta para ir y volver en el día. Después abarcó también la Isla del Rey en Contadora y un poco más adelante llevó charters a San Andrés por dos noches y a Cartagena, en Colombia. De allí a involucrarse más en turismo fue apenas un paso: Gloria Méndez donde vendía excursiones; Lacsa después para pasar a la representación de ventas de British Airways; Margo Tours de la familia Alemán y director de Viajes Riande, donde lo encontró la crisis panameña de los 80. Entonces quedó como gerente de ventas del Hotel Marriott, que fungió como sede del movimiento civilista en aquellos años cuando la ocupación hotelera bajó al 3%, y ahora nos asustamos.

Precisamente por esos días se decidió a abrir su propia empresa Pesantez Tours, que en el 2016 cumple 26 años de existir y donde trabajan – desde un inicio – hombro con hombro con Quique, sus dos hijas Lorena y Analida, con quienes ha tenido la satisfacción de consolidar no solo una empresa sino también una familia, incluyendo a su esposa Mirna. Aunque es un adicto al trabajo, lo cual reconoce sin remilgos, y la pasión por lo

que hace le desborda, trata de balancear sus actividades y dedicarle a la familia su tiempo de descanso. "Todos los medios días prefiero estar en mi casa y por las noches como tarde, llego entre las 8 y 10 de la noche", dice Quique, quien además de trabajador incansable es conocido en el medio como buen bailarín, amiguero y buen conversador.

Y por ser buen conversador, le gustó la idea de prepararse en comunicación e hizo tres años de carrera en la Universidad de Panamá. Esto lo llevó a emprender un programa radial "Mundo Turismo", que se difundía primero por Radio Panamá y después en W Radio – conduciendo con su colega y amigo Fidel Palacios, y a escribir una columna sobre turismo en La Prensa.

"Quiero ser como una ventana a la población para hacerla parte del desarrollo del turismo", porque esto se logrará a través de la comunicación en la cual hoy en día existe, a su parecer, un gran vacío nos dice Quique.

Pesantez considera que Panamá es y siempre fue un país de oportunidades y que hoy en día el turismo constituye un segmento de primera importancia en la economía del país. Pero que para poder desarrollar con beneficio para todos los panameños esta industria, es necesario tener la pasión que tiene Enrique Pesantez, es necesario respirar Panamá, como él mismo afirma. "Y yo respiro Panamá al cien por ciento", concluye.

Panama is and has always been a country of opportunities, where nowadays tourism represents a sector of first importance for the country's economy.

With a sarcastic smile that can either instantly disappear or turn into a hearty laugh, Enrique Pesantez, Quique, as he is known by everybody- yes, the one of the Pesantez Tours, the tourism radio program- said he is Panamanian with identification card, and that he joined tourism approximately 45 years ago, when the potential of the industry was not even imagined and few people in Panama organized excursions and the agencies making receptive tourism were a few. Working in his career, Accounting, Pesantez felt he needed something else so he devoted to sales and to

diversify his products, to offer excursions to San Blas, today Guna Yala, in plane to go and return in the same day. Later he extended to Isla del Rey, or The King's Island, in Contadora, and then he took charters to San Andrés for two nights and to Cartagena, in Colombia. From there to get more involved with the tourist industry was barely a step: Gloria Mendez, where he sold excursions; later Lacsa to move to the sales representation of British Airways; Margo Tours of the Aleman family and Director of Viajes Riande, where the Panamanian crisis of the 1980's found him. Then he became the Sales Manager of the Marriott Hotel, which was the headquarter of the civil movement in those years when the hotel occupancy decreased to 3% and right now, we alarm.

It was precisely around those days when he decided to open his own company: Pesantez Tours, which celebrates its 26th anniversary in 2016 and where his two daughters, Lorena and Analida, have been working with him since the beginning, shoulder with shoulder, and with whom he has had the satisfaction of consolidating not only a company, but also a family, including his wife Mirna. Although he is a workaholic, something he recognizes without complaints, and the passion for what he does overflows him, he tries to balance his activities and dedicate time to his family. "I prefer to be at home every midday and at night, I eat late; I arrive home between 8 and 10pm", says Quique, who besides being a tireless worker is known in the industry for being a good dancer, a friendly person and a good talker.

And for being a good talker, he liked the idea of preparing in communication, and he made three years of major at the University of Panama. This led him to undertake a radio program Mundo Turismo, which was first broadcast through Radio Panama and later in W Radio, where he hosted the program together with his colleague and friend Fidel Palacios, and to write a column on tourism in La Prensa.

"I want to be like a window to the population in order to make it part of the development of tourism" because this will be achieved through communication, in which Quique told us, there is an enormous gap nowadays.

Pesantez considers that Panama is and has always been a country of opportunities, where nowadays tourism represents a sector of first importance for the country's economy. But to develop this industry with benefits for all Panamanians, the passion Enrique Pesantez has is needed; breathing Panama, as he affirmed, is needed. "And I breathe Panama one hundred percent", he concluded.

La Pintada

Texto: Alcira Rodríguez
Fotos: Grupo Excelencias



A orillas del río Coclé del Sur que circunda el poblado y a apenas 2 kilómetros de su centro, se pueden ver las enormes piedras conocidas como petroglifos, que señalan la ubicación de las primeras poblaciones en el área. Es un lugar apacible y lleno de magia desde donde se puede empezar a conocer la historia de La Pintada.

Entre las montañas de Coclé, en la parte central del territorio panameño, a 13 kilómetros de Penonomé se encuentra La Pintada. Son varias las versiones sobre el origen de su nombre, pero la más aceptada es aquella que relata que éste se debe a la tienda de víveres del pueblo, la cual por ser la única propiedad cuyas paredes eran de colores era comúnmente llamada 'la pintada' y de allí toma el nombre el poblado que ahora es un corregimiento cabecera de la provincia de Coclé y tiene 3,882 habitantes.

Además de la belleza natural que posee, con verdes campiñas donde se adivinan las sencillas viviendas con sus techos de teja y sus jardines de multicolores flores, a orillas del río Coclé del Sur que circunda el poblado y a apenas 2 kilómetros de su centro, se pueden ver las enormes piedras conocidas como petroglifos, que señalan la ubicación de las primeras poblaciones en el área. Es un lugar apacible y lleno de magia desde donde se puede empezar a conocer la historia de La Pintada.

Quizás lo que hace más famoso al pueblo de La Pintada es que se considera la cuna del sombrero pintao, prenda de vestir que representa al panameño interiorano. En cada uno de los lugares de este vistoso corregimiento, como Machuca, Tavidá y El Pájaro, los lugareños procesan las fibras de diferentes palmas como, la bellota y otras que sirven de materia prima para la confección de este producto y de una serie de artesanías y artículos de moda que hoy en día, son exportados a otros mercados.

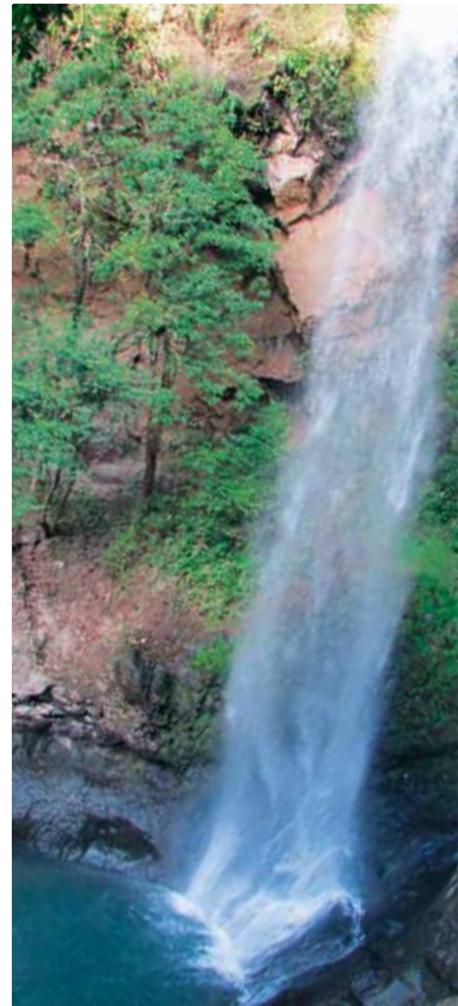
Precisamente en el mercado de artesanos o centro de Exhibición, ubicado en el edificio de la Alcaldía

existe una exposición permanente que revela todo el proceso de fabricación del sombrero pintao y otras artesanías, así, como el transcurrir del día a día del campesino de esta región.

Otro de sus atractivos es la fábrica de puros donde se produce la marca Cigarros Joyas de Panamá. Esta empresa procesa las hojas de tabaco procedentes de Chiriquí y las convierte en producto de exportación que forma parte de la variedad de artículos de calidad que representan a Panamá en el extranjero.

El poblado tiene al menos dos restaurantes para los visitantes, entre los que destaca el Casa Vieja, una amplia estructura ubicada frente a la plaza principal que ofrece una variada carta de platos y vinos para todos los gustos. Al norte de La Pintada se encuentra la comunidad de Tavidá, una hermosa reserva forestal regada por caños de agua cristalina donde se encuentra Villa Tavidá, enclavada en la selva misma. Se trata de una prolongación de la Posada Cerro La Vieja, que ofrece comida orgánica cosechada en sus propios jardines, un SPA, una sala de yoga y un salón de entretenimiento, además de las habitaciones.

Por todo eso y la amabilidad de sus pobladores, la experiencia turística de La Pintada, una mezcla de naturaleza, folclor, artesanías, agro producción orgánica, producción industrial, será inolvidable.





La Pintada

By the banks of the Coclé del Sur River that surrounds the town and barely at two kilometers from its center, the enormous stones known as petroglyphs that point the location of the first populations in the area can be seen. It is a peaceful place and full of magic, from where the history of La Pintada can be known.



Among the mountains of Coclé, in the central part of the Panamanian territory, at 13 kilometers of Penonomé, is located La Pintada. There are various versions about the origins of its name, but the most accepted is the one that tells it is due to the town's provisions store, which for being the only property with color-painted walls it was commonly called "la pintada", or the painted one, and from there on the town took its name, which nowadays is a head district of the province of Coclé and has 3 882 inhabitants.

Besides the natural beauty it has, with green fields where the humble houses are found with their tile roofs and their gardens with multicolored flowers, by the banks of the Coclé del Sur River that surrounds the town and barely at two kilometers from its center, the enormous stones known as petroglyphs that point the location of the first populations in the area can be seen. It is a peaceful place and full of magic, from where the history of La Pintada can be known.

Perhaps what makes the town La Pintada so famous is the fact it is considered the cradle of the "pintao" hat, a garment that represents the countryside Panamanian. In each of the places of this colorful small town like Machuca, Tavida and El Pájaro, the locals process the fibers of different palms like the acorn and others that are used as raw material in making this product and a number of handicrafts and fashion items, which nowadays are exported to other markets.

Precisely in the handicrafts market or the Exhibition Center, which is located at the Mayor's building, there is a permanent exhibition that reveals all the production process of the "pintao" hat and other handicrafts; as well as the daily routine of the countryside man of this region.

Other of its attractions is the Cigars Factory where the brand Cigarros Joyas de Panama is produced. This company process the tobacco leaves coming from Chiriquí and turns them into an exports product that is part of the variety of quality products representing Panama abroad.

The village has at least two restaurants for visitors, among which Casa Vieja- a wide structure placed in front of the main square that offers a varied menu of food and wine for all tastes- stands out. At La Pintada's north there is the Tavida Community, a beautiful forest reserve watered by crystal clear water pipes, where Villa Tavida is located, in the heart of the jungle. It is about an extension of Cerro La Vieja Inn, which offers organic food grown in its own gardens, a SPA, a yoga room and an entertainment hall, besides the rooms.

For all that and the kindness of its inhabitants, the tourist experience of La Pintada, a mixture of nature, folklore, handicrafts, organic agricultural and industrial productions, will be unforgettable.



ACOMPÁÑANOS
AL ATARDECER EN
PANAVIERA POOL BAR
PISO 66th,
el punto más alto
de Centro América.

Abiertos todos los días
desde las 5pm con toda la champaña
que puedas tomar por \$9.99
de 5pm a 8pm.

Ubicados dentro del
Ocean Sun Casino
del Trump Ocean Club.

*Y porque no,
báñate en la piscina!*

SERVICIO DE
TRANSPORTE GRATUITO

ESTACIONAMIENTO
GRATUITO

TELÉFONO
294-4777

OceanSunCasino

TRUMP OCEAN CLUB
INTERNATIONAL HOTEL & TOWER



En el punto más alto del Ocean Sun

Texto y Fotos: Joako Perteguer

El Chef Jhonny fusiona la cocina tan de moda peruana junto con la mediterránea, donde productos frescos y de temporada son unidos para dar lugar a exquisiteces.

Peruano de nacimiento chef de profesión y muchos años fuera de su país, Juan Alarcón, Jhonny para los amigos, es el Executive Chef del Ocean Sun Casino de Panamá. Nos recibe, con un abrazo y una sonrisa grande, saca un rato de su vida tan ajetreada. Los fogones son lo suyo y lo demás queda como algo secundario, su amor a la cocina es vocacional.

Me cuenta, con mirada de niño ilusionado, que pese a no tener tiempo, uno de sus pasatiempos más grandes es entrar en la cocina en los momentos de más ocupación, cuando la cocina es un hervidero, la adrenalina rejuvenece y es una manera de estar en contacto con los compañeros, en momentos como estos haces buenas amistades y unificas, limas asperezas y descubres quien es quien en el equipo, me comenta Jhonny.

Rodeado de un equipo de muy buenos profesionales, me cuenta que en esta profesión a quienes no les gusta este trabajo suelen pagarla con su renuncia en muy poco tiempo, y es que me dice Jhonny, en este mundo de los cocineros y las cocinas, el que no llega por devoción, sino por un puesto de trabajo, nunca estará mucho

tiempo hasta que se dé cuenta lo duro que es, la cocina conlleva mucho sacrificio en todos los sentidos.

Comenzó sus amoríos en la cocina en su Perú natal, siendo muy joven, después con 30 años ya en las espaldas, decidió emigrar a Estados Unidos, con muchas recetas e ilusiones en la cabeza y sin una palabra de inglés en su vocabulario, los trabajos que le ofrecieron en cocina fueron duros porque su nivel de inglés era su principal impedimento, pero con mucha fuerza de voluntad en un año ya estaba hablando inglés a base de esfuerzo y a cargo de una planta entera de preparación de comida, después llegó la formación, a pesar de trabajar 16 horas diarias, siempre hay que formarse porque siempre hay algo nuevo que aprender, añade.

Mirar atrás, significa saber el sacrificio realizado para llegar hasta esta cima de 66 plantas con un restaurante espectacular, nada menos que en lo más alto del Donald Trump, con unas vistas para quitar el aliento y unos platos con la firma de Jhonny donde se fusiona la cocina tan de moda peruana junto con la mediterránea, donde productos frescos y de temporada son unidos para dar

lugar a exquisiteces como las Croquetas de Ibérico o el tataqui de atún en playa blanca de arroz con corona de nori y reducción de soja y saque.

Jhonny se declara amante de las carnes pero cocina todo lo que venga del mar y de temporada con todo el cariño, algo que es imposible no apreciar con cada bocado.

Si quieres una cena inolvidable y donde no pueda fallar nada, este es tu chef y tu restaurante, este es el sitio que quien llegue de tu mano, jamás lo olvidara y además con una bodega de vinos que recorre el mundo de los caldos más selectos en tinto, blanco y rosado.

Los platos que Jhonny me recomienda para no perderme son la pasta de langosta panadera con una salsa de porchini y vegetales, los cuadrantes de pescado que no es otra cosa que corvina a la plancha con salsa Bisque y arroz con ñandú y coco, por último y no menos apetecible hay que probar las manitas de pulpo a la parrilla acompañada de papa criolla majada con chimichurri.

Manjares que podemos disfrutar en cualquiera de los dos restaurantes del Ocean Sun Casino de Panamá.





Chef Johnny fuses the fashionable Peruvian cuisine with the Mediterranean, where fresh and seasonal products are bound to result in delicacies.

Peruvian by birth, chef by profession and having lived many years outside his country, Juan Alarcon, Johnny for friends, is the Executive Chef of the Ocean Sun Casino in Panama. He received us with a hug and a big smile, and took a time of his so busy life.

The stoves are his things; the rest is left in a secondary level. His love for the kitchen is vocational.

He tells me, with a look of excited child, that despite not having time, one of his biggest hobbies is to go into the kitchen in the busiest moments, when the kitchen is a beehive; adrenaline rejuvenates and it is a way of being in contact with colleagues; in times like these you make good friendships and unify, smooth over differences and find out who's who on the team, Johnny told me.

Surrounded by a team of very good professionals, he told me that in this profession who does not like this work often pays with his/ her resignation in a short time, and Johnny told me that in this world of the cooks and kitchens, the one who does not come out of devotion, but seeking a job position, will never stay longer until realizing how hard it is; cooking takes a lot of sacrifice in every way.

He began his relationship with the kitchen in his native Peru, being very young. Then with already 30 years old, he decided to immigrate to the United States with many recipes and illusions in the head and without a word of English in his vocabulary. The works he was offered in the kitchen were tough because his level of English language was his main impediment; but with a lot of willpower, in one year he was already speaking English thanks to his effort and in charge of an entire food preparation plant. Later came the formation; despite working 16 hours a day, you always have to be formed because there is always something new to learn, he added.

Looking back means knowing the sacrifice made to reach this top position of having 66 plants with a spectacular restaurant, nothing less than in the highest top of Donald Trump, with views to take your breath away and dishes with Johnny's signature where the so fashionable Peruvian cuisine is fused with the Mediterranean, where fresh and seasonal products are bound to result in delicacies such as the Iberian ham croquettes or the tuna tataqui served with white rice crowned with nori and reduction of soy and saque.

Jhonny declares himself a lover of meats, but he cooks everything coming from the sea and the season with love, something that is impossible not to appreciate in every bite. If you want an unforgettable dinner where nothing cannot be messed up, this is your chef and your restaurant; this is the place where anyone who comes holding your hand will never forget and also, it has a wine cellar which gathers the world's finest red, white and pink wines.

The dishes that Johnny recommended me not to miss are the baking lobster pasta with a sauce of porchini and vegetables, fish squares which is nothing but grilled sea bass with Bisque sauce and rice with rhea and coconut and finally and not less appealing, you have to try the grilled octopus little tentacles accompanied with Creole mashed potatoes with chimichurri.

These are delicacies that we can enjoy in any of the two restaurants of the Ocean Sun Casino in Panama.



KITCHEN TOTAL SOLUTIONS

SERVICIOS Y PRODUCTOS

- LIMPIEZA DE CAMPANAS
- LIMPIEZA DE DUCTOS
- LIMPIEZA DE EXTRACTORES
- INSPECCIONES DE DUCTOS
- FABRICACIÓN E INSTALACIÓN DE CAMPANAS,
DUCTOS Y EXTRACTORES

Con nuestros servicios usted podrá:

- Minimiza su riesgo de incendios.
- Minimiza daños a sus equipos.
- Minimiza la contaminación de alimentos.
- Mejora la eficiencia y rendimiento de sus equipos.

Sistema de Filtros Desechables para recolección de grasa
GREASE LOCK SYSTEMS

Antes



Después



Teléfono: +507 6671-2235

www.kitchens.com

kts@kitchens.com



RUEDA DE
NEGOCIOS
CHIRIQUÍ - PANAMÁ



¡Centroamérica converge aquí!

- * Negociaciones
- * Exhibición
- * Cócteles

- * Capacitaciones
- * Giras Turísticas



18 - 19 - 20 AGOSTO

2015

Salones de la Feria Internacional de David

Tel.: (507) 775-4851 * 775-5781 * 730-1020

info@ruedadenegocios.com.pa

www.ruedadenegocios.com.pa

David - Chiriquí

República de Panamá

AGRICOLA TECNOLOGIA COMERCIO
TURISMO SERVICIOS TRANSPORTE

BARBACOAS de Verano

Texto y Fotos: Joako Perteguer

Las barbacoas son para el verano y una vez elijamos la que más nos guste, ya sea de leña, a carbón, a gas, de obra o portátil, hay que pensar en las estrellas de esta modalidad: la carne y el pescado.



Llega el verano y con él, el buen tiempo que nos invita a disfrutar de las tardes y las noches al aire libre donde no puede faltar una barbacoa o asado.

Nos recibe en su restaurante moderno y acogedor, y al mismo tiempo elegante, un establecimiento al que Guillermo cuida con cariño y mucho trabajo y donde su oferta gastronómica es internacional, a base de productos frescos.

Mientras conversamos, nos guía a disfrutar de la barbacoa, además de enseñarnos también dos deliciosos postres a base de frutas de la temporada. Las barbacoas son para el verano y una vez elijamos la que más nos guste, ya sea de leña, a carbón, a gas, de obra o portátil, hay que pensar en las estrellas de esta modalidad: la carne y el pescado. La carne tiene que ser fresca y buena. Puede ser de cerdo, cordero, pollo o ternera y con mil cortes y maneras de cocinarla, aunque es importante seguir algunos pasos previos comunes a todas ellas.

Debemos tener la carne fuera del frigorífico 2 horas antes de cocinar, la parrilla tiene que estar muy caliente y a no más de 5 cm de la fuente de calor, para empezar cerrando los poros de la pieza y que así esta no pierda sus jugos. Siempre es importante que la carne no esté en contacto con la llama, una buena barbacoa no tiene llama, pues reseca la carne, aunque debemos tratar de no bajar de los 300°C de temperatura.

Mucho se ha hablado sobre la sal, su momento y su punto. Para no equivocarnos sazonaremos siempre tirando hacia menos y que luego cada uno añada o no a su gusto. El momento ideal debe ser o en la segunda vuelta en la parrilla o una vez cocinado, siempre con sal en escamas.

El pescado es más delicado a la hora de cocinarlo pero no por ello menos sabroso.

Salmón, atún, dorado...todos valen según los gustos al igual que el marisco. El pescado deberá ser fresco y estar sin vísceras, es la única condición junto con la sal que siempre debe ser gorda. El fuego, fuerte al principio, y la parrilla un poco más separada de la brasa, debiendo regar constantemente el pescado para que no se seque.

Para acompañar, verduras

Las verduras son el mejor acompañante de una barbacoa, nunca pueden faltar cebollas, patatas, pimientos, puerros, berenjenas, tomates, alcachofas... Las hortalizas hay que cortarlas en juliana o pinchadas para que puedan expulsar vapor.

La forma de cocinar es la misma que la carne o el pescado, un primer golpe de calor fuerte y el siguiente a fuego lento para que se cocinen por dentro.

Una manera fácil de unir todos estos sabores son las brochetas, donde podemos intercalar carne o pescado con verduras, frutas, especies, marinados, quesos o incluso pan.

Las barbacoas son la excusa perfecta para juntarte con los tuyos y demostrar tus artes culinarias. Poniendo atención y un poco de esmero los resultados serán siempre gratificantes para todos.

Recuerde una barbacoa es una fiesta donde los protagonistas sois vosotros.



Hablamos con Guillermo Dolande, Chef Ejecutivo del Hotel Continental, ubicado en el área más céntrica de la ciudad de Panamá quien accedió a compartir con Revista Excelencias Turísticas y sus lectores, algunos consejos y recetas para transformarnos en casi unos expertos parrilleros.



*Recetas para
el verano*



Barbecues are for Summer Time

Summer comes and with it the good weather that invites us to enjoy the afternoons and nights outdoors where a barbecue or roast cannot be missed.

We speak with Guillermo Dolande, Executive Chef of the Hotel Continental, located in the downtown area of the city of Panama, who agreed to share with the Revista Excelencias Turísticas, or the Tourist Excellences Magazine and its readers some tips and recipes to almost become expert grill makers.

He received us in his modern and cozy restaurant, and elegant at the same time, an establishment Guillermo takes care of with affection and a lot of work and where his gastronomic offer is international, based on fresh products. As we talk, he guided us to enjoy the barbecue, besides showing us two delicious desserts also made of seasonal fruits.

Barbecues are for summer and once we choose the one we like the most, either of wood, coal, gas, masonry or portable, you have to think in the stars of this modality: meat and fish. The meat has to be fresh and good. It can be pork, lamb, chicken or beef and with a thousand cuts and ways of cooking it, although it is important to follow some common steps to all of them.

We must have the meat out of the refrigerator 2 hours before cooking it; the grill must be very hot and at no more than 5 cm from the heat source to begin sealing the pores of the piece so it does not lose its juices. It is always important that the meat is not in contact with the flame, a good barbecue has no flame because it dries up the meat; although we must try not to be lower than the 300 °C of temperature.

Much has been said about salt, its timing and point. To avoid mistakes, we will season always putting less and then each person adds or not according to his/ her taste. The ideal time must be either in the second round on the grill or once cooked, always with flakes salt.

Fish is more delicate when it comes to cooking but it does not mean it is less tasty.

Salmon, tuna, dorado ... all depend on the taste like seafood. The fish should be fresh and without entrails, it is the only condition along with the salt that always has to be thick. The fire has to be strong at first and the grill a little more separated from the hot coal; and the fish has to be constantly spilled so it does not dry.

To accompany, vegetables

Vegetables are the best companion of a barbecue, you can never miss onions, potatoes, peppers, leeks, eggplants, tomatoes, artichokes ... The vegetables should be cut in julienne strips or poked so they can expel steam.

The way of cooking is the same as meat or fish; a first strong heat stroke and the following are cooked at a slow heat so they cook inside.

An easy way to bring all these flavors together are the skewers, where we can intersperse meat or fish with vegetables, fruits, spices, marinades, cheese or even bread. Barbecues are the perfect excuse to get together with your family and show your cooking skills. Putting attention and a little care, the results will always be rewarding for everyone. Remember, a barbecue is a party where you are the protagonists.

New York con mermelada de tomate, y tomate emparrillado

Tiempo de cocción: 60 minutos

Ingredientes

1 cucharada de aceite de oliva

1 cebolla marrón, en rodajas finas

3 tomates medianos, el núcleo cortado en dados de 2 cm

1/4 taza vinagre de vino tinto

1/4 taza de melaza

1 cucharadita de comino molido

1/2 cucharadita de sal

Para el filete New York

3 cucharadas de aceite de oliva

2 tomates adicionales, básicos, cortada por la mitad

Instrucciones

- Precaliente el asador o en una cazuela a fuego medio-alto.

- Para la mermelada, agregar el aceite en una cacerola mediana a fuego alto.

- Deje que se caliente durante 3 minutos, luego agregar las cebollas y cocine durante 4 minutos o hasta que estén doradas. Reduzca a fuego medio y añadir los tomates, cocinar por otros 5 minutos. Añadir vinagre de vino tinto, la melaza, el comino y la sal.

- Cocine a fuego medio hasta que la melaza empiece a hervir, reduzca el fuego y cocine a fuego lento durante 10-12 minutos hasta que se reduzca a la consistencia de jarabe. Retire del fuego y deje enfriar a temperatura ambiente.

- Rociar los filetes con 2 cucharadas de aceite de oliva, sazone con sal y pimienta. Coloque en la parrilla durante 2-3 minutos por cada lado, dependiendo del grosor. Una vez que carne se cocina a su gusto, retire a un plato y cubra ligeramente con papel de aluminio.

- Para las verduras, espárragos y tomates de temporada salpimentar a su gusto. Coloque sobre la parrilla y cocine durante 4 minutos.

- Colocar el filete, espárragos y tomate y regar la parte superior con la mermelada.



LA CÁMARA DE COMERCIO DE COLÓN ORGANIZA



I era EXPOSICIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL



SEPTIEMBRE 16-19
HOTEL MELIÁ PANAMÁ CANAL
CIUDAD DE COLÓN
REPÚBLICA DE PANAMÁ

EXPOSICIONES DE:

REPRESENTANTES Y DISTRIBUIDORES DE MARCAS
EMPRESAS EXPORTADORAS
EMPRESAS DE TRANSPORTE Y SERVICIOS LOGÍSTICOS
VISITAS Y RUEDAS DE NEGOCIOS

MULTIMODAL

COMERCIO



CULTURA

TURISMO

TELS.: (507) 441-7182 • (507) 441-7223 • FAX.: (507) 441-7281

WWW.EXPOCOLON2015.COM • INFO@EXPOCOLON2015.COM

/EXPOCOLON2015

@EXPOCOLON2015



Relajar el cuerpo y la mente

Texto: Darsy Santamaría Vega

Después de un recorrido por los diversos atractivos que ofrece Panamá o de una agitada tarde de compras no cae nada mal visitar un spa donde el cuerpo, la mente y el alma pueden relajarse y revitalizar su energía al ritmo de música mística y el aroma de las velas.

Panamá cuenta con una variada gama de spas, que además ofrecen servicios de belleza, tratamientos estéticos y terapias de relajación para todos los gustos, con instalaciones que cuentan con cabinas elegantemente equipadas, áreas de hidroterapia, saunas, vapor y jacuzzi.

"La oferta de spa para los locales y turistas extranjeros va en incremento, y ya son muchos los hoteles que los incluyen en sus paquetes de hospedaje y en sus promociones, sobre todo los hoteles cinco estrellas", destaca el presidente de la Asociación Panameña de Hoteles (Apate), Jorge Loaiza. Afirma que muchos hoteles se especializan en este servicio como un valor agregado para sus clientes y ya forma parte de su nombre comercial, como sucede con los hoteles que se especializan en casinos o en centros de convenciones.

Existen spas en hoteles no sólo de la capital, sino también en el interior del país y en las playas, lo que es un complemento para muchos turistas que deseen relajarse, por ejemplo Intercontinental Playa Bonita Resort and Spa o el Royal Decameron.

Loaiza explica que otros hoteles han optado por conceder este servicio, por lo que sus administradores son quienes los promocionan. "No existe un estándar en cuanto a técnicas que utilizan ni precios, la oferta es muy variada", dice.

Pero no sólo los hoteles ofrecen spa, también existen una gran variedad de locales que lo hacen, como es el caso de Corphus Mentis Salón and Spa ubicado en Marbella. Su administradora, Janette Marin, asegura que los servicios de spa se enfocan en la relajación del cuerpo y la mente, y los más solicitados se componen de jacuzzi con aceites y velas aromáticas (aromaterapia), así como masajes relajantes a nivel corporal, masajes con piedras calientes y drenaje linfático para la eliminación de toxinas. Además muchos clientes aprovechan para tomar tratamientos estéticos como la crioliposis que se basa en congelar la grasa y que es una de las últimas tendencias en reducción de peso; al igual que tratamientos de belleza como manicure y pedicure spa, mascarillas spa

para el rostro o los spa para el cabello. "Los clientes aseguran que en Panamá encuentran servicios de spa de la más alta calidad y a precios más económicos que en Estados Unidos, Europa e incluso países de América Latina". Por ello incluyen una visita al spa durante su estadía en Panamá.

Lo mejor es que puede reservar su paquete de spa por internet ya sea eligiendo un hotel que ofrezca el servicio o bien del listado de locales que ofrecen spa.

Visitar un spa, es salud.

A large, semi-transparent photograph of a woman lying face down, receiving a back massage from a masseuse whose hands are visible on her back. The background is a soft-focus beach scene.

After a tour through the diverse attractions Panama offers or after a hectic shopping afternoon, visiting a spa where body, mind and soul can relax and revitalize their energy at the rhythm of mystic music and the scent of the candles would certainly not be of any harm.

Visiting
a spa
equals
health

Relaxing body
mind and soul

Panama has a wide range of spas that also offer beauty services, cosmetic treatments and relaxation therapies for all tastes, with facilities that have elegantly-equipped cabins, areas of hydrotherapy, saunas, steam baths and Jacuzzi.

"The offer of the spas for locals and foreign tourists is increasing, and there are already many hotels that include them in their hosting packages and in their promotions, mainly the five-star hotels", highlighted the President of the Panamanian Hotels Association (Apotel), Jorge Loaiza. He affirmed that many hotels specialize in this service as an added value for their clients, and are already part of their commercial name, as it happens with the hotels specializing in casinos or conventions centers.

The spas can be found not only in hotels of the capital, but also in the countryside and in the beaches, which is a complement for many tourists who wish to relax; for instance there is the Intercontinental Playa Bonita Resort and Spa or the Royal Decameron.

Loaiza explained that other hotels have chosen to license this service; therefore, their managers are in charge of promoting it. "There is not a standard regarding the techniques they use neither prices; the offer is very varied", he said.

But the hotels are not the only centers offering spas, there is also a great variety of locals that do so, as it is the case of Corphus Mentis Salón and Spa, located in Marbella. Its administrator Janette Marin, assures the spa services focus on the body and mind's relaxation, and the most demanded are made up of Jacuzzi with oils and aromatic candles (aromatherapy), as well as relaxing body massages, hot-stones massages and lymphatic drainage for toxins elimination.

Besides, many clients take the chance to experience beauty treatments like the Cryolipolysis, which is based on freezing the fat and which is one of the last tendencies in reducing weight; as well as beauty treatments like manicure and pedicure spa, face masks spa or spas for the hair.

"Clients assure that in Panama, they find spa services of the highest quality and at more economic prices than in the United States, Europe and even in Latin American countries". That's why they include a visit to a spa during their stay in Panama.

The best thing is that a spa package can be booked through the internet, whether choosing a hotel that offers the service or picking one of the centers that offer the spa service.

Ruta del Alma

Espiritualidad, historia y cultura

Texto: Darsy Santamaría Vega
Foto: Cortesía de la ATP

Un recorrido que además de la efervescencia de la fe católica, combina la espiritualidad, la historia y la cultura.

La diversidad étnica y cultural de Panamá invita a que su visita sea un alimento para el alma gracias a la espiritualidad que se respira en la arquitectura colonial y los altares de las iglesias panameñas, así como la devoción que desbordan los feligreses que participan de las multitudinarias peregrinaciones religiosas que tienen lugar durante todo el año, como las del Jesús Nazareno de Atalaya o el Cristo Negro de Portobelo. Cada año son más los turistas que se suman a estas festividades religiosas en fechas específicas como la dedicada de Santa María La Antigua, Patrona de Panamá en septiembre; la Fiesta del Señor de los Milagros en La Mesa de Veraguas en Semana Santa; las Romerías de Don Bosco en el mes de enero; la Fiesta de Corpus Christi en la Villa de Los Santos en junio, donde se evidencia el sincretismo entre religión y folclor o la fiesta del Cristo de Alanje en el mes de marzo, que hacen parte del circuito turístico la "Ruta del Alma". "Ruta del Alma" ofrece el Patrimonio Cultural-Religioso Católico a los nacionales y a la humanidad". La Iglesia se ha organizado en dos perspectivas, con la Ruta de las Iglesias Coloniales, que constituye la visita y recorrido a los diferentes templos o iglesias coloniales, y la Ruta de Peregrinaciones, que se dará en fechas específicas o claves de peregrinación para la Iglesia Católica. Un recorrido que además de la efervescencia de la fe católica, combina la espiritualidad, la historia y la cultura

de los más de 30 templos construidos en Panamá durante la época de la colonia española rodeados de naturaleza, algunos cercanos al mar y otros casi a la sombra de las montañas.

En principio, la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) y la Iglesia Católica están considerando la Iglesia de Santiago Apóstol de Natá de Los Caballeros, una de las primeras que fundaron los colonizadores en el litoral Pacífico americano; la de San Juan Bautista de Antón; la iglesia colonial de San Francisco de la Montaña, donde la sencillez del exterior contrasta drásticamente con la riqueza artística que alberga su interior y la Catedral Basílica Santa María la Antigua de Panamá, templo localizado en el Casco Antiguo de la ciudad, para el recorrido.

Entre las iniciativas se contempla que a los turistas que ingresen por el aeropuerto de Tocumen, se les entregará el denominado pasaporte religioso, que deberá ser sellado en las iglesias que visiten. Por el sello del pasaporte en 6, 11, 16, 21 y 30 iglesias, el turista recibirá un presente de la ATP y de la Iglesia Católica panameña, al salir por la misma terminal aérea.

"Existe un gran potencial para el turismo religioso en Panamá por la diversidad étnica y cultural que tiene en el país", señaló la coordinadora de la Pastoral de Turismo de la Arquidiócesis de Panamá, Denia Mangue lis, por lo cual el proyecto parecería estar destinado al éxito.





Soul Route

Spirituality, History and Culture

The ethnic and cultural diversity of Panama encourages its visit to be food for the soul thanks to the spirituality that is breathed in the colonial architecture and the altars of the Panamanian churches; as well as the devotion radiated by parishioners who participate in the crowded religious pilgrimages that take place all year round, like the ones of Jesús Nazareno de Atalaya or the Cristo Negro de Portobelo.

Every year there are more tourists joining these religious festivities in specific dates like the one dedicated to Santa María La Antigua, the Patroness of Panama, in September; the Festivity of the Miracles Lord in La Mesa de Veraguas on Holy Week; Don Bosco's Romerias in January; the Corpus Christi Celebration at Los Santos Villa in June- where the syncretism between religion and folklore can be seen- or the festivity of Cristo de Alanje in March, which are part of the tourist circuit "Ruta del Alma", or Soul Route.

"Ruta del Alma" offers the Catholic Cultural- Religious Patrimony to locals and to humanity. The church has organized itself following two perspectives: one with the Route of the Colonial Churches, which includes the visit and tour of the different temples or

colonial churches, and the Pilgrimage Route, which will be offered on specific or key dates of pilgrimage for the Catholic Church. A journey that besides the effervescence of the Catholic Faith, combines the spirituality, history and culture of the more than 30 temples built in Panama during the period of the Spanish colony, surrounded by nature- some near the sea and others almost in the shadow of the mountains. At the beginning, Panama's Tourism Authority (ATP, by its abbreviation in Spanish) and the Catholic Church are considering for the tour the Church of Santiago Apóstol de Natá de Los Caballeros, one of the first founded by colonizers in the American Pacific Coast; the Church of San Juan Bautista de Antón; the Colonial Church of San Francisco de la Montaña, where the humbleness of the outside drastically contrasts with the artistic richness it hosts in the inside and the Cathedral Basílica Santa

María la Antigua de Panamá, a temple located in the city's Oldest Historical Center.

One of the initiatives is that tourists arriving through the Tocumen Airport will be given the religious passport, which should be stamped in the churches they visit. For the seal of the passport in six, eleven, 16, 21 and 30 churches, the tourist will receive a present of the ATP and the Panamanian Catholic Church, while departing through the same air terminal.

"There is a huge potential for religious tourism in Panama due to the ethnic and cultural diversity the country has", pointed out the coordinator of the Tourism Pastoral of Panama's Archdiocese, Denia Manguelis, for which the project seems to be destined to success.

A journey that besides the effervescence of the Catholic Faith, combines spirituality, history and culture.





La puesta en escena casi permanente y el desarrollo de todo tipo de géneros – incluyendo temas infantiles, dramas y “Stand up Comedy”- son elementos que convierten al teatro nacional en una opción ideal de entretenimiento para propios y extraños.

Con precios por entrada que oscilan entre 10 y 50 dólares, un promedio de 75 obras por año se están exhibiendo actualmente en Panamá, prueba de que el arte teatral ha crecido y, por los vientos que soplan, continuará su ascenso vertiginoso. Las cifras hablan por sí solas: Mientras hace unos 7 años solo había como dos salas de teatro operativas en la ciudad capital, hoy en día son más de 10.

Según conocedores, la oleada de extranjeros que ha llegado a radicar en el país, ha favorecido enormemente este auge, a tal grado que, actualmente, la temporada abarca los 12 meses del año, con 3 funciones diarias de martes a domingo, cantidad que supera notablemente la oferta de otros países del área centroamericana.

La puesta en escena casi permanente y el desarrollo de todo tipo de géneros – incluyendo temas infantiles, dramas y “Stand up Comedy”- son elementos que convierten al teatro nacional en una opción ideal de entretenimiento para propios y extraños.

Para el panameño Félix Gómez, - con 29 años de carrera ininterrumpida e innumerables premios y reconocimientos como actor y director -, “los teatristas

nacionales están demostrando sus quilates como fabulosos artistas, ya que desbordan en el escenario un increíble talento que asombra al público”.

“Acá la mayoría trabaja en otros rubros y la audiencia se pregunta cómo, después de una jornada laboral de 8 de la mañana a 5 de la tarde, los actores tienen tanta energía para llegar al teatro a entretener a los asistentes”, relata Gómez.

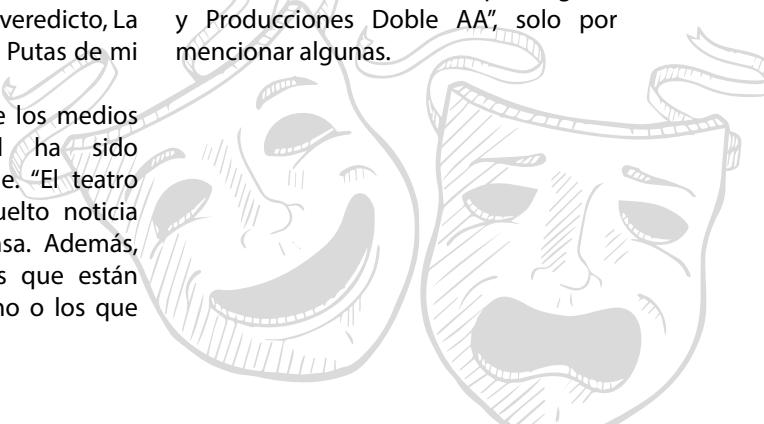
Sin lugar a dudas, los géneros de comedia y musicales son los preferidos por el público nacional, que asiste deseoso de divertirse y desestresarse de la agitada vida moderna. Por ejemplo algunas de las obras presentadas solo en 2014 fueron An adult evening og one-act plays, Arlequino, Blanca Nieves el Musical, Burundanga, Cultura Chupística, ¡El que quiera conocer Panamá que venga que se acaba!, El sexo nuestro de cada día, El veredicto, La cucarachita Mandinga y las Putas de mi vida, entre otras.

Según Gómez, el apoyo de los medios de comunicación social ha sido trascendental para su auge. “El teatro está de moda y se ha vuelto noticia de cobertura para la prensa. Además, la cantidad de extranjeros que están llegando al país por turismo o los que

ya radican acá poseen una afición por el teatro y asisten constantemente a ver las obras, lo que hizo incrementarlas exponencialmente”, aseguró el experto nacional, que ha participado en más de 200 funciones de diversos géneros.

El crecimiento del teatro en Panamá ha llegado a niveles nunca antes imaginado y prueba de ello es que se exhiben obras hasta en discotecas y bares. Asimismo, el teatro infantil ha crecido en más de un 50% en los últimos años, y presenta incluso obras navideñas, situación nunca vista anteriormente.

Hoy en día existen más de 10 salas de exhibición, siendo las más importantes ABBA, La Quadra, La Estación, En Círculo y el Teatro Bar. A la vez, hay más de 30 productores o grupos dedicados a esta actividad, entre los que destacan ABA Producciones Atísticas, Grupo Tragaluz y Producciones Doble AA”, solo por mencionar algunas.



TEATRO PANAMENO

Texto: María Milagro Narváez
Fotos: Joako Perteguer

una cultura que no para de crecer



With prices per tickets ranging from 10 to 50 dollars, an average of 75 plays per year are currently being exhibited in Panama; a sign that theater has grown, and for the way it is developing, its rapid rise will continue. Figures speak by themselves: While seven years ago there were just two theater rooms working in the capital city, nowadays there are more than ten. According to connoisseurs, the flood of foreigners who have settled in the country has enormously favored this boom in such extent that now the theater season lasts the 12 months of the year, with three daily functions from Tuesdays to Sundays, an amount that notably surpasses the offer of other countries of the Centro American area.

The almost permanent staging and the development of all kind of genres- including children's topics, dramas and "Stand-up Comedy"- are elements that turn the national theater into an ideal entertainment option for nationals and foreigners.

For the Panamanian Felix Gomez, with 29 years of uninterrupted work and numerous awards and recognitions as actor and director, "the national theater people are proving their value as fabulous artists because they radiate on stage an incredible talent that amazes the audience".

"Here the majority works in other fields and the audience wonders how after a working day of eight hours from 8:00 am to 5:00 pm, the actors have so much energy to reach the theater to entertain the audience", said Gomez.

With no doubts, the comedy and musical genres are preferred by the national public, which goes to the theater eager to have fun and take away the stress of

the hectic modern life. For example, some of the plays presented just in 2014 were: An adult evening og one-act plays, Arlequino, Blanca Nieves el Musical (Snow White, the Musical), Burundanga, Cultura Chupística, ¡El que quiera conocer Panamá que venga que se acaba! (Whoever wants to know Panama, just come!), El sexo nuestro de cada día (Our daily sex), El veredicto (The verdict), La cucarachita Mandinga (The Mandinga Little Cockroach) and Las Putas de mi vida (The whores of my life), among others.

According to Gomez, the support of the mass media has been essential for its boom. "Theater is on fashion and has become cover news for the press. Besides, the amounts of foreigners arriving in the country for tourism or the ones who already live here have a passion for the theater and constantly attend to watch the plays, which led to their exponential growth", assured the national expert, who has taken part in more than 200 functions of diverse genres.

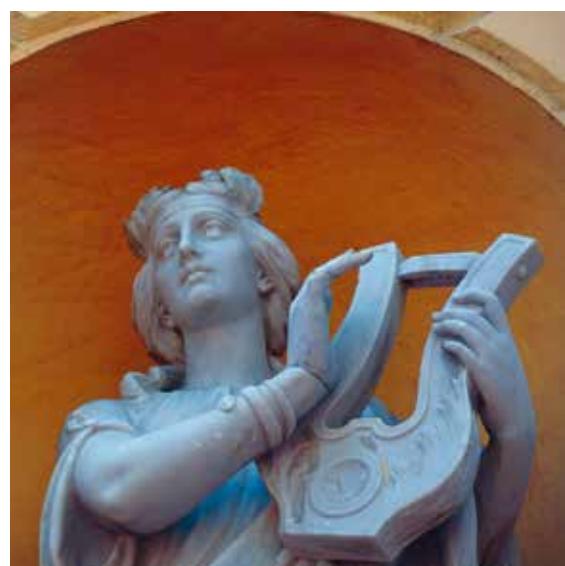
The growth of theater in Panama has reached levels never imagined before and a proof of this is that plays are on display even at night clubs and bars. Likewise, children's theater has grown in more than a 50% in the last years and even presents Christmas plays, a situation never seen before.

Nowadays there are more than ten exhibition halls, being ABBA, La Quadra, La Estación, En Círculo and Teatro Bar the most important ones. At the same time, there are more than 30 producers or groups devoted to this activity, among which ABA Producciones Atísticas, Grupo Tragaluz and Producciones Doble AA stand out, just to mention some.

Panamanian Theater

a culture that does not stop growing

The almost permanent staging and the development of all kind of genres- including children's topics, dramas and "Stand-up Comedy"- are elements that turn the national theater into an ideal entertainment option for nationals and foreigners.





Ver Bogotá desde las alturas es una cosa, pero otra es recorrerla en taxi o caminar por sus calles. Allí aprecias el calor de la gente, su amabilidad, su afán diario, su estrés cotidiano y su poca curiosidad por el extraño.

Desde la ventilada terraza del hotel veo la ciudad moviéndose incesantemente. Casi 8 millones de almas dan vida a esta urbe que palpita bajo un brillante sol de febrero y un cielo intensamente azul que recuerda al de otras ciudades de Sudamérica.

A mi izquierda una estación del Transmilenio serpentea por doce rutas de la ciudad, movilizando por día a más de 2 millones de bogotanos y visitantes que llegan por negocios, paseo o compras en sus nueve enormes centros comerciales, porque Bogotá es el principal centro de consumo del país. A mi derecha Monserrate, el cerro que custodia Bogotá y en cuya cima se encuentra el Santuario del Señor Caído al que puede llegarse en funicular o en carro. Todas las vías que corren de norte a sur, paralelas a las montañas son las carreras y transversales a ellas se ubican las calles.

Ver Bogotá desde las alturas es una cosa, pero otra es recorrerla en taxi o caminar por sus calles. Allí aprecias el calor de la gente, su amabilidad, su afán diario, su estrés cotidiano y su poca curiosidad por el extraño. Lo que más impresiona de esta ciudad es su tamaño: las distancias son enormes, el tráfico complicado por los 'trancones' y las diferencias entre las

distintas zonas son innegables. Bogotá es la tercera capital más grande de la región, tanto en población como por sus dimensiones.

Humildes viviendas con parques y calles cuyas paredes están llenas de grafitis como en el centro y en la periferia, se intercalan con áreas como la Zona T, con bares, discotecas y restaurantes llenos de jóvenes bien vestidos, en elegantes automóviles que blanden sus tarjetas de crédito en los mostradores y barrios como El Rosal, Usaquén y La Cabrera.

El famoso frío andino de Bogotá, que tanto marcó la juventud de Gabriel García Márquez, es aceptable y compatible. De 9 de la mañana a 4 de la tarde no hay necesidad de abrigarse en el exterior, a menos que llueva, y caminar en ese clima es un deleite.

Como es imposible recorrerse toda la ciudad en un par de horas, opté por llegar en taxi al centro histórico de La Candelaria, declarado Monumento Nacional y donde se encuentra la Plaza Bolívar, la Catedral, el Palacio Arzobispal, el Palacio de Justicia, el Capitolio Nacional, el Museo de la Independencia o Casa del Florero, el Museo del Oro, el Palacio de Nariño, el Museo de Botero y otros monumentos y sitios de interés.

La primera parada fue la Plaza Bolívar

que en sábado, a diferencia de los días de semana, tiene entre otras ofertas, llamas y guanacos llevados desde Perú que, cual Rocinantes andinos, esperan con montura - rumiando su triste suerte lejos de los páramos helados - a los clientes que se tomarán fotografías en tan inusuales cabalgaduras.

Allí nos sorprende la imposición del cargo al primer Cardenal de Colombia, Jesús Pimiento, recientemente nombrado por el Papa Francisco, que en un acto poco común al no poder viajar a Roma debido a sus 94 años, recibe su investidura de manos de otro obispo que la recibió a su vez del Pontífice.

Aunque el tráfico es nutrido porque en fin de semana no aplica la política de "pico y placa", que para facilitar la circulación establece unos días para los vehículos con placas pares y otros para las impares, hay poca gente en las calles, muchos bogotanos optan por salir de la capital hacia áreas verdes como los 14 humedales cercanos, los más de 5 mil parques urbanos y 3 naturales o las 19 hectáreas del Jardín Botánico.

En las cercanías de la Plaza Bolívar, a un costado de la Catedral, se ubican una serie de pequeños restaurantes de comida típica. "La Puerta Falsa", una construcción tipo colonial de más de 200 años, ofrece



Por las calles de Bogotá

Texto: Darma L. Zambrana

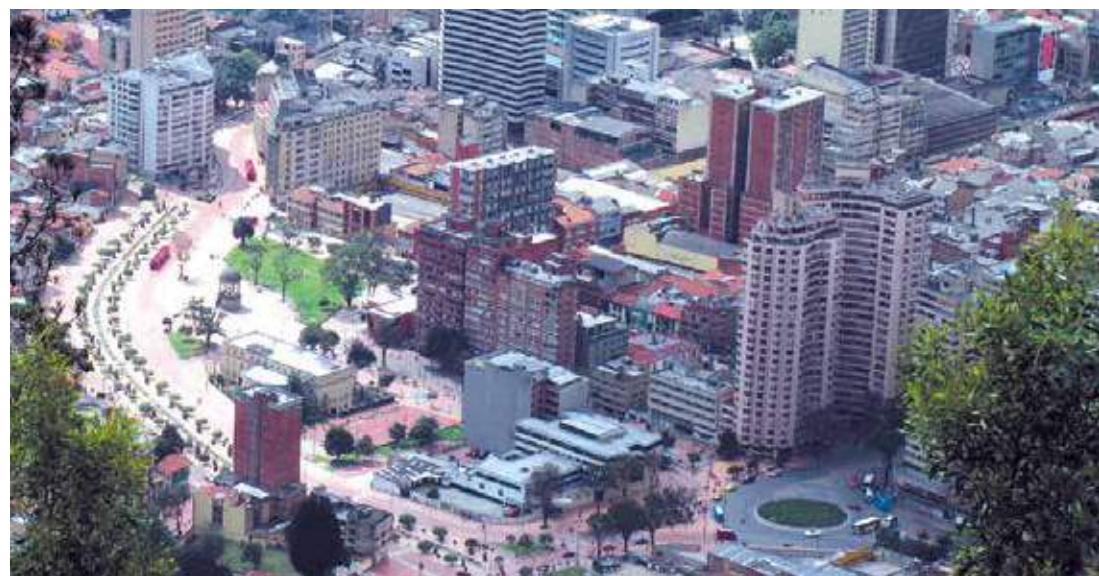
Fotos: Cortesía de INVESD en Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo

ajaco – según los entendidos uno de los mejores de la ciudad -, tamales, arepas, chocolate completo (almojábanas, pan mantequilla y queso) y peto (maíz blanco con leche), entre otras delicias locales.

Después, la visita obligada al Museo de la Independencia, donde se puede ver y oír hablar a Simón Bolívar gracias a la magia de la tecnología y conocer la historia de la emancipación de Colombia, y el Museo del Oro, uno de los más ricos de Sudamérica, donde se puede admirar más no tocar, joyas y utensilios elaborados con dicho mineral por las civilizaciones precolombinas.

No había tiempo para más, la tarde caía rápidamente y como cualquier ciudad populosa al anochecer se pone peligrosa. Los pocos taxis que circulan van ocupados o no se detienen.

La ciudad se va llenando de luces mientras el cielo pasa de azul añil a negro, es la última noche en Bogotá. En el aeropuerto cientos de vuelos salen y llegan a esta gran urbe, que todavía lucha por convencer al visitante de que sus calles son seguras, de que tiene una ubicación geográfica estratégica, de que ofrece calidad de vida, de que es un referente cultural en América Latina y de que tiene una vibrante vida nocturna para todos los estilos.





On the Streets of Bogota

Watching Bogota from high above is one thing, but quite another going all over it in taxi or walking around its streets. There you appreciate people's warmth, their kindness, their daily efforts, their everyday stress and their little curiosity for strangers.

From the ventilated terrace of the hotel I watched the city incessantly moving. Almost eight million souls bring life to this metropolis that beats under a shiny February sun and an intensely blue sky, which recalls the one of other South American cities.

To my left there is a Transmilenio system station that twists around twelve routes of the city, moving every day more than eight million people from Bogota and visitors who arrive for businesses, holidays or shopping at its nine huge malls because Bogota is the main consumption center of the country. To my right is Monserrate, the hills guarding Bogota, in which top is located the Santuario del Señor Caído, or Shrine of the Fallen Crist, which can be reached by cable car or by car. All the roads running from north to south that are parallel to the mountains are the highways and the ones perpendicular to them are the streets.

Watching Bogota from high above is one thing, but quite another going all over it in taxi or walking around its streets. There you appreciate people's warmth, their kindness, their daily efforts, their everyday stress and their little curiosity for strangers. What impresses the most of this city is its size: the distances are enormous; the traffic complicated by 'jams' and the differences between the diverse areas are undeniable. Bogota is the third largest capital of the region; both in population and in dimensions.

Humble homes with parks and streets, which walls are full of graffiti like in the downtown and in the outskirts, intersperse with areas like the T Zone, with bars, clubs and restaurants full of young- well-dressed people in fancy cars wielding their credit cards on the counters, and

neighborhoods like El Rosal, Usaquén and La Cabrera. The famous Andean cold of Bogota that so much marked the youth of Gabriel García Márquez is acceptable and can be managed. There is no need to wrap up in the outside from 9:00 am to 4:00 pm, unless it rains, and walking in that climate is a delight.

As going over the whole city in a few hours is impossible, I decided to get a taxi to La Candelaria Historical Center, which was declared National Monument, and where the Bolívar Square, the Cathedral, the Archbishop Palace, the Justice Palace, the National Capitol, the Museum of the Independence or House of the Vase, the Museum of Gold, the Nariño Palace, the Botero Museum and other monuments and sites of interest are located.

The first stop was at the Bolívar Square that on Saturdays- unlike the days of the week- has among other offers llamas and guanacos brought from Peru, which like Andean Rocinantes (broken-down old horses) wait with saddle- moaning their sad luck away from the frozen wastelands- to the clients who will take photographs in such unusual mounts.

There we were surprised by Colombia's First Cardinal position's taking, Jesus Pimiento- who was recently named by Pope Francis- who in an unusual act for not being able to travel to Rome due to his 94 years old, received his investiture from the hands of other archbishop who received it from the Pontiff.

Although the traffic was nourished because the "Pico y Pala" policy, which aimed at facilitating circulation establishes some days for vehicles with even number plates and others for the ones with odd numbers, does not apply on weekends, there were few people on the

streets; many people of Bogota choose leaving the capital to go to green areas like the 14 near wetlands, the more than 5000 urban parks and three naturals or the 19 hectares of the Botanic Garden.

Near the Bolívar Square, next to the Cathedral, a series of small typical food restaurants are located. "La Puerta Falsa", a colonial style construction of more than 200 years offers ajiaco (potato and chili stew) - which according to specialists is one of the best of the city- tamales, arepas, whole chocolate (almojabanas, butter bread and cheese) and peto (white corn with milk), among other local delicacies.

Later, the obliged visit to the Museum of the Independence, where people can watch and listen to Simon Bolívar speaking thanks to the magic of technology and can learn the history of Colombia's emancipation; and the visit to the Museum of Gold, one of the richest of South America, where people can admire but not touch jewels and utensils made up of this mineral by the pre-Columbian civilizations.

There was no time for doing more; the evening was falling rapidly and like any populous city at dusk, it gets dangerous. The few taxis circulating are taken or do not stop.

The city fills with lights as the sky changes from indigo blue to black; it's the last night in Bogota. At the airport, hundreds of flights depart and arrive to this great city that still struggles to convince visitors of the facts that its streets are safe; it has a strategic geographic position; it offers quality of life; it is a cultural reference in Latin America and it has a vibrant nightlife for all styles.

GRUPO



EXCELENCIAS



SEMINARIO GASTRONÓMICO INTERNACIONAL EXCELENCIAS

SEPTIEMBRE

28 29 30

GOURMET

2015

HOTEL EL PANAMÁ
www.seminariogastronomicopanama.com