

Economía & Negocios

La Prensa

ADEMÁS

Empuje por el TLC



PASE A LA 46A

Atraso de CAFTA inquieta



PASE A LA 49A

MERCADOS AL DÍA


ORO

551.00
▼ -2.37%

PLATA

9.38
▼ -2.65%

COBRE

222.60
▼ -3.60%

CAFÉ

115.10
▲ 1.14%

MAÍZ

221.25
▼ -1.89%

AZÚCAR

17.66
▼ -2.65%
COMERCIO. EMPRESARIOS CREEN QUE LA FIESTA DEBE EXPLOTARSE MEJOR TURÍSTICAMENTE.

Ganadores y perdedores durante el mes del Carnaval

■ Hoteles y casas de hospedaje esperan la avalancha de turistas y capitalinos.

■ Fábricas suspenderán operaciones y algunos almacenes ya sienten la disminución en sus ventas.

Mario A. Muñoz
andresm@prensa.com

Hace cuatro años, el farmacéutico Javier Chang se dio cuenta que Penonomé, donde vivía, carecía de un hotel con una atención personalizada y familiar. Acto seguido, habilitó unas habitaciones en su casa y fundó el Hostal Villa Esperanza, que está ubicado en la barriada del mismo nombre.

Javier y su familia se han esmerado durante estos años en la atención de sus huéspedes y en los próximos días estará muy ocupado. Acaba de alquilar la última habitación para los carnavales.

No solo los hoteles grandes en los poblados del interior se beneficiarán del éxodo masivo de la ciudad capital hacia provincias centrales. También los pequeños hostales y pensiones con la avalancha de capitalinos y turistas que durante cuatro días celebran los culecos, la mojadera y los bailes.

“Somos afortunados porque el único país en Centroamérica que celebra el Carnaval es Panamá”, comenta Javier.

Además de Penonomé, se organizan reinados en Chitré, Las Tablas, Capira, Chepo y Dolega. Solamente en la provincia de Los Santos, se proyecta que el Carnaval generará 10 millones de dólares. Según el Instituto Panameño de Turismo, las fiestas pueden traer más de 35 millones de dólares a toda la economía, y atraer 30 mil visitantes a la capital.

PREPARANDO LA CELEBRACIÓN

Antes de partir a otras provincias, muchos consumidores recorren los almacenes y le inyectan dinamismo al centro comercial que está ubicado estratégicamente a un costado de la terminal de transporte, Albrook Mall.

“La gente espera y se prepara durante todo el año para estas fechas, y eso se nota en las ventas”, dijo Graciela López Fábrega, coordinadora de Mercadeo del centro comercial.

Aunque las fiestas dinamizan ciertos sectores de la economía con la demanda por servicios de alojamiento, transporte y de ocio, también es cierto que muchas empresas de la capital se quedan fuera de la bonanza del mes.

Sanu Bhakta, gerente del almacén Sonam's International, S.A., dice que el comercio de la Avenida Central está sufriendo los estragos del Carnaval, aun varias semanas antes de su celebración.

“Creemos que la gente está guardando su dinero para gastárselo en la fiesta. Las ventas en este mes han caído como un 50%”, dice Sanu.



OFERTA. Ayer había un gran número de consumidores en los almacenes buscando artículos como vestidos de baño, un atuendo imprescindible para las 'mojaderas'.

LA PRENSA/Eric Batista

La gente se ha olvidado de los televisores, uno de los principales productos de venta de Sonam's.

Artículos como *shorts*, camisetas, gorras y vasos son un imán en almacenes como La Pantera Rosa.

Jaime Acrich, administrador de la tienda de ropa dijo que este año el negocio ha sido “lento”, pero se ha compensado con un aumento de la demanda de ropa escolar.

TODAVÍANO EMPEÑAN

Mientras algunos están planificando el inicio de las clases en marzo, la mayoría no piensa en otra cosa que la rumba.

El asesor de finanzas personales José Canto recuerda que para la mayoría, el dinero no se utiliza en cosas para el hogar para necesidades básicas, sino que se destina para gastos de transporte, hospedaje, comida y bebida.

“La capital se despobla porque muchos, aunque no tengan el dinero suficiente, financian su viaje empujando, pidiendo prestado o usando los ahorros”, explica Canto.

Sin embargo, el ritmo de los empeños todavía no despega y a dos semanas del Carnaval, hay preocupación en la Asociación de Entidades Prendarias. Probablemente sea demasiado pronto para decir si es un buen o mal mes,

“La gente espera y se prepara durante todo el año para estas fiestas, y eso se nota en las ventas de los almacenes”.

Graciela López Fábrega
Gerente de Mercadeo del centro comercial Albrook Mall

dijo Eduardo Véliz, presidente de la entidad.

“Creemos que la gente no está empujando por los problemas económicos, las alzas y el desempleo”, dijo Véliz.

En los días de Carnaval, la de-

manda tienda a caer tanto en la ciudad capital que muchos almacenes cierran y en las fábricas se suspende la producción.

Por ejemplo, la Fábrica de Colchones Imperial, que produce los colchones Dr. Dream, se mantendrá cerrada del sábado 25 hasta el jueves dos de marzo.

MERMA ECONÓMICA

Los empresarios no temen a estas fechas y están acostumbrados a la merma en el movimiento comercial que se produce todos los años.

“La caída en las ventas en la

FIESTA, AGUA Y DÓLARES

■ **FECHA:** La fiesta comienza con la coronación de las reinas, el próximo viernes 24 de febrero.

■ **HOTELES:** Febrero es uno de los pocos meses del año cuando la ocupación se acerca al 100% en el interior.

■ **IMPORTANCIA:** Después de Expocomer, el Carnaval es la actividad que más genera a la economía.

■ **VALOR:** Aunque no hay cifras precisas, estudios estiman que las fiestas en la capital atraerán a 30 mil turistas y generarán 35 millones de dólares.

■ **MEDIOS:** Entre los 15 medios de comunicación internacionales que vendrán se encuentra **Telemundo, Univisión y Venevisión**, entre otros.

ciudad no afecta a la economía del país porque se compensa con el auge que gana el interior”, dijo August Simons, presidente de la Cámara de Comercio e Industrias.

El Carnaval tiene un gran potencial para generar negocios y crear empleo.

Por eso, Simons piensa que se requiere mayor creatividad para que todo el país pueda aprovecharlo mejor. En el caso de las fábricas, éstas deberán tomar las medidas necesarias y decidir si suspenden el trabajo.

Algunos empresarios han manifestado que es vital subir el nivel de los espectáculos, tanto en la ciudad como en el interior del país, para evitar que las fiestas se conviertan en meras “borracheras colectivas” que –en lugar de atraer turistas– dan una mala imagen internacional a Panamá.

Y así, mientras muchos piensan en mojaderas, y parranda, otros se preparan para hacer el negocio del año o asumir las pérdidas de cuatro días de jolgorio.

Día del amor y la amistad rompe monotonía

Las vendedoras de Lynn's Hallmark en el centro comercial Multiplaza están ocupadas vendiendo tarjetas, arreglos, peluches y globos alusivos al amor y la amistad durante todo el día, antes del 14 de febrero.

“Este día es el mejor del año para nosotros”, comentó una de ellas. “Es mejor que la Navidad”.

La monotonía del sereno verano se rompe en muchos comercios como joyerías, floristerías y tiendas de regalo con ocasión del día del amor y la amistad del próximo martes.

Después de la “cuesta de

enero”, febrero es un mes muy lento comercialmente tanto en Panamá como en otras partes del mundo, dice Enrique Olivella, gerente de la Joyería Nat Méndez.

Con las fiestas del fin de año en diciembre, el mes de mayor gasto durante el año, los consumidores necesitan incentivos extra para poder volver a dejar sus valiosos dólares en los comercios. Por lo menos, febrero es un mes más corto, agradecen los empresarios. Pero muchos locales comerciales hacen lo posible por romper con esa inercia. Por ejemplo, las campañas tradicionales por baratillo de

Nat Méndez son bien conocidas. Este viernes inició un nuevo anuncio de descuentos en regalos como artículos de platería y cristalería, además de anillos de compromiso y matrimonio.

En las floristerías, la demanda es tan grande que los turnos de trabajo y de atención a los clientes son extendidos a las 24 horas. La mayoría de los pedidos para regalo de flores se hace a última hora, así que los establecimientos deben estar preparados para enfrentar el aumento extraordinario de la demanda, dijo Miguel Ángel Briceño, gerente de la Floristería Marbella.

citibank
Contamos con más de **70 puntos de pago.**
Citibank N.A. Sucursal Panamá.

VÍA RAPIDA

Mango entrará a Estados Unidos

MADRID, España/BLOOMBERG. Mango, un minorista español de ropa con más de 800 tiendas en 79 países, planea expandirse a Estados Unidos el mes próximo vendiendo ropa por internet y abrirá sus primeras tiendas en California y Washington. Isak Andic, entre los españoles más ricos con una fortuna de dos mil millones de dólares, abrió la primera tienda de Mango en Barcelona, en 1984.

Porsche 911 recibe el Premio al Diseño



ALEMANIA. El coche deportivo Porsche 911 recibió el viernes el Premio al Diseño de la República Federal de Alemania, impartido anualmente por el Ministerio de Educación y Ciencia. El jurado destacó la “cuidadosa y refinada modernización” del coche.

Costa Rica inicia uso de etanol

SAN JOSÉ, Costa Rica/AP. Costa Rica puso en marcha un plan piloto con etanol para reducir la contaminación vehicular. Tras tres meses de atraso, el proyecto se iniciará con 62 gasolineras del Pacífico norte y central del país que abastecen gasolina regular con una mezcla promedio entre 5% y 7.5% de etanol hasta llegar a 10%.