

# Economía & Negocios La Prensa

**ADEMÁS**  
**Alemania mira a Panamá**



PASE A LA 46A

**Energía amenaza economía**



PASE A LA 61A

**Día del Padre** **citibank**  
**American Airlines®**  
 Viaje a Miami por \$300.00  
\*Tarifa no incluye cargos de combustible ni impuestos. Válido del 1 al 17 de junio de 2006. De venta únicamente en los Centros de Venta de American Airlines (Calle 50 y Ave. Balboa). Tasa regular hasta 20.5%. Sujeto a aprobación de crédito y uso de la tarjeta. Citibank N.A. Sucursal Panamá. A.v. 455768

**VÍA RÁPIDA**

## CSS remitirá lista de morosos al MEF

**PROYECTO.** Periódicamente la Caja de Seguro Social (CSS) remitirá al Ministerio de Economía y Finanzas la lista de empleadores morosos en el pago de las cuotas obrero patronales y de riesgos profesionales, según establece uno de los artículos del proyecto de Ley 212 que modifica algunas disposiciones del Código Fiscal. Este proyecto está en segundo debate en la Asamblea de Diputados.

## Vallarino en junta directiva de Etesa



**CAMBIO.** Carlos Vallarino Rangel fue designado como miembro de la junta directiva de la Empresa de Transmisión Eléctrica, S.A. (Etesa) en reemplazo de Ricardo Paredes, según Decreto 79 de 8 de junio de 2006 publicado en la Gaceta Oficial.

## Grecia quiere invertir en Panamá

**COOPERACIÓN.** Grecia tiene interés en estrechar las relaciones con Panamá, razón por la cual promueve para el próximo año un evento de atracción de inversiones al que se invitará a empresarios panameños, inversionistas griegos y miembros de la comunidad financiera internacional, informó la Autoridad Marítima.

**MERCADOS AL DÍA**



MADERA	MAÍZ	AZÚCAR	TRIGO	CACAO	PETRÓLEO
296.80 ▼ 0.07%	242.00 ▼ 1.43%	15.05 ▲ 0.13%	372.50 ▼ 2.87%	1,476.00 ▲ 1.03%	71.60 ▼ 0.04%

**TRABAJO.** LA PASIÓN POR LOS PARTIDOS DE FÚTBOL INVADE LAS EMPRESAS

# Falta de productividad se compensa con las ventas



**AFICIONADOS.** Los bares y restaurantes son algunos de los lugares favoritos para ver los partidos del Mundial Alemania 2006.

■ La decisión de permitir que los partidos se observen en horas laborables depende de cada empresa.

■ Las proyecciones indican un aumento del 25% en las ventas de los restaurantes y negocios similares.

**Wilfredo Jordán Serrano**  
 wjordan@prensa.com

La adrenalina que producen los partidos del Mundial de fútbol Alemania 2006 no solo invade los hogares, también llega a las oficinas públicas y privadas donde se concentran los trabajadores. El fanatismo que genera la simpatía por un determinado equipo mueve a los empleados a buscar una pantalla o a sintonizar una emisora de radio para seguir los pormenores de un juego.

En Europa, por ejemplo, las empresas están persuadiendo a los empleados para que sigan desde sus oficinas el Mundial de fútbol, en lugar de abandonar temprano su trabajo, aunque los estudios indican que podría ser más costoso permitir que los empleados se distraigan.

Panamá no escapa de este fenómeno que se repite en todos los países. Algunas empresas han logrado acuerdos internos con los empleados para compensar los sábados el tiempo que dediquen al Mundial en

**Clubes de fútbol más ricos del mundo**  
 Según encuestas, el Real Madrid es el club de fútbol más rico de todo el mundo.

Ingresos totales después de la temporada 2004/05 (En millones de \$/euros)

1	Real Madrid (España)	\$327.5 / 275.7 euros
2	Manchester United (Inglaterra)	292.6 / 246.4
3	AC Milan (Italia)	277.9 / 234
4	Juventus (Italia)	272.5 / 229.4
5	Chelsea (Inglaterra)	262.3 / 220.8
6	Barcelona (España)	247 / 207.9
7	Bayern Munich (Alemania)	225 / 189.5
8	Liverpool (Inglaterra)	215.2 / 181.2
9	Internazionale Milán (Italia)	210.4 / 177.2
10	Arsenal Londres (Inglaterra)	203.4 / 171.3

Infografía/LA PRENSA

horas laborables. Sin embargo, la decisión de permitir que los empleados observen los juegos en horas de trabajo depende de cada empresa, dice Domingo Latorraca, presidente encargado de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá.

El torneo tiene un impacto positivo y otro negativo en la economía, a juicio de Latorraca. Lo positivo de la actividad se traduce en la cantidad de servicios y ventas de productos que se producen, pero lo negativo son las horas laborales que "se pierden" producto de la distracción. Sin embargo, añade, al final son mayores las ganancias que se logran con toda la actividad económica que se genera en torno al Mundial.

**SUBE EL CONSUMO**  
 Según cálculos de la Asociación de Restaurantes y Afines de Panamá (Arap), el Mundial de fútbol genera un incremento de aproximadamente 25%

en las ventas de los restaurantes y bares, debido al aumento de la clientela que acude a estos sitios a ver los partidos.

"El Mundial en Panamá se ve como una gran fiesta futbolística", señala Rino Tamburelli, presidente de Arap.

El consumo es similar entre comidas y bebidas, aunque en el caso de los bares, el mayor incremento de las ventas se refleja en las bebidas.

Paralelo al boom de este tipo de consumo, está el de la energía eléctrica debido al encendido simultáneo de televisores en hogares y comercios. Sin embargo, habrá que esperar algunos días para observar si se produce una variación en el consumo eléctrico, explica un analista del Centro Nacional de Despacho de la Empresa de Transmisión Eléctrica.

Desde que se inició el plan de ahorro energético se han notado una disminución en el consumo diario de energía eléctrica. La demanda pico de 946 me-

“Por el lado positivo, todas las campañas publicitarias que se han estructurado en torno al Mundial generan actividad económica por los servicios y las ventas de productos especiales que se presentan”.

**Domingo Latorraca,**  
 Cámara de Comercio de Panamá

gavatios, que se produjo el 27 de julio de 2005, aún no ha sido superada. En promedio el consumo de energía durante las últimas semanas ha sido de 850 megavatios por día.

**ESTUDIOS PARALIZADOS**  
 La fiebre del Mundial también llega hasta los centros escolares. El propio ministro de Educación, Miguel Cañizales, dio instrucciones para que los directores de las escuelas públicas del país permitan a los estudiantes ver los juegos.

Yes que el ministro reconoció que si no se deja a los estudiantes ver los partidos en los salones, las escuelas se podrían quedar vacías.

En algunas centros de enseñanza privada la dirección ha decidido invertir en la compra de pantallas gigantes para que los estudiantes puedan observar los partidos en el plantel. Ello hace que los estudiantes permanezcan en sus aulas.

# Audiencia cautiva en fútbol

La mayoría de los panameños le dará seguimiento a la copa mundial de fútbol Alemania 2006. El 71.9% de los panameños encuestados dijo que seguirá los partidos, solo un 26.1% no lo hará y 2% no sabe.

La consulta personal en mil 200 hogares, con una muestra de error de más o menos 2.9% y un nivel de confianza de 95%, fue aplicada por la consultora Dichter & Neira del viernes 2 al domingo 4 de junio.

Los partidos serán seguidos en su mayoría por los hombres (82%), no obstante se aprecia un porcentaje considerable de mujeres que van a estar pendientes de la Copa de este año (61.5%).

El mayor porcentaje de los encuestados dispuestos a seguir el mundial se encuentra en Panamá centro (75.2%), mientras que un porcentaje inferior vive en el resto del país (68.2%).

Los seguidores de los partidos se encuentran concentrados en las áreas urbanas (73.3%) y 68.7% en las comunidades rurales.

En promedio el 75% de los interesados en seguir las incidencias de los partidos son aficionados que tienen entre 18 y 49 años de edad.

El 74.1% de los encuestados que seguirán el mundial tiene ingresos por encima de los 400 dólares y el 69.5% ingresos inferiores a esa suma.

Delos entrevistados, el 74.5% dijo que simpatiza con partidos políticos de gobierno, mientras que el 78% con la oposición.

## BRASIL FAVORITO

En cuanto al equipo favorito de los panameños para ganar el mundial, el 70% de los entrevistados dijo que favorece a Brasil; 14%, a Argentina; 3.9%, a Alemania; 1.9%, a España; 1.7%, a Inglaterra; 1.4%, a Costa Rica; y menos de 1%, a Francia y México.

En las provincias y comunidades del interior se concentra el mayor porcentaje de fanáticos que respaldan a Brasil (71.9%); mientras que en Panamá centro hay un 68.5% que favorece a este país. Son más las mujeres (74.1%) las que simpatizan con Brasil y menos los hombres (67%).

Con el equipo de Argentina ocurre lo contrario ya que son más los hombres (17%) los que respaldan a este onceno y menos las mujeres (9.9%).

La mayoría de los seguidores del equipo argentino se encuentra en Panamá centro (15.9%) y solo un 11.7% vive en el resto del país.

Los equipos menos afines a los panameños son Francia, México, Holanda, Estados Unidos y Portugal.

## VOCES DE LA CALLE



Yo creo que es inevitable que las personas vean el Mundial. Las empresas deben poner su disciplina para cuando los juegos coincidan con horas laborables.  
**August Simons,**  
 Empresario



El Mundial es el Mundial. No debiera tener incidencia en la productividad. Mejor aún si a lo interno de las empresas se llega a un acuerdo con los empleados.  
**Mariano Mena,**  
 Dirigente Sindical



El tiempo que le dediquen a ver los juegos los trabajadores puede ser compensado más y mejor con el trabajo posterior, pero hay que verlo en la práctica.  
**Nicolás Ardito Barletta,**  
 Consultor



El mundial al igual que las fiestas de fin de año afecta la productividad porque distrae la atención del personal, ya que están pensando en otra cosa diferente al trabajo.  
**Frank Tedman**  
 Cafetalero



Hay una baja relativa porque la labor no se detiene. La gente no está 100% en la atención de su trabajo, pero es un fenómeno sociológico que no se puede evitar.  
**Digna Donado**  
 Empresaria