

La Prensa Economía & Negocios

ADEMÁS

Seguros de su apuesta



PASE A LA 46A

Canal instalará unidades



PASE A LA 47A

MERCADOS AL DÍA



TRIGO

757.50
▲ 0.20%

MAÍZ

331.25
▲ 2.48%

AZÚCAR

9.80
▲ 0.31%

MADERA

280.10
▼ -0.04%

CERDO

71.08
▲ 0.18%

GAS

7.26
▼ -1.33%

MERCADEO.

Especialistas analizan la industria de los periódicos

Yolanda Sandoval
ysandoval@prensa.com

Especialistas en mercadeo y ventas de los rotativos más importante de América Latina se reunirán hoy y mañana en Panamá, para discutir los temas centrales que más le preocupan a la industria periodística a nivel regional. La reunión, convocada por la Asociación Internacional de Marketing de Periódicos (INMA, por sus siglas en inglés), está relacionada con el qué y

cómo han hecho algunos periódicos líderes de la región para alcanzar el éxito en medio de un competitivo ambiente en el que las tecnologías toman protagonismo.

Earl Wilkinson, director de INMA, advirtió que hay tres puntos importantes que las administraciones de los periódicos deben tomar en cuenta para sobresalir: conocer al lector del futuro, trabajar en publicaciones que llenen las expectativas de los consumidores e ir de la mano con los

cambios tecnológicos y las presentaciones multimedia.

“En América Latina se están dando cambios estructurales. La audiencia está fragmentada. Además hay una situación única: hay una clase media que está consumiendo muchos productos y hay que atenderla”, advirtió Wilkinson.

En el seminario participarán cerca de 90 ejecutivos, pero como dijo Wilkinson, no se trata simplemente de ir y escuchar, “es la única oportunidad que tendrán los representan-

tes de la industria de interactuar personalmente con otros colegas para incorporar nuevos conocimientos y experiencias”.

Este es el primer seminario que INMA –organización con cerca de mil 100 miembros de 65 países– realiza en Panamá. Habrá delegados de El Comercio de Lima, El Tiempo de Bogotá, El Nuevo Día de Puerto Rico y El Universal de Venezuela. La bienvenida estará a cargo de César Tribaldos, gerente de La Prensa.



La audiencia está fragmentada. LA PRENSA/David Mesa

AZAR. EU ADVIRTIÓ SOBRE LA VULNERABILIDAD DEL SECTOR.

Casinos buscan blindaje contra el blanqueo de capitales

■ El proyecto debe ser sustentado ante la JCJ y se espera que esté operando a finales de este año.

■ Las apuestas en casinos y salas de máquinas fueron de 485 millones de dólares entre enero y julio.

Rafael E. Berrocal R.
rberrocal@prensa.com

Los casinos panameños intentan quitarse de encima el fantasma que los persigue de que son un blanco fácil para el blanqueo de capitales. El Departamento de Estado de Estados Unidos ha sido uno de los mayores críticos y en sus informes ha publicado que los casinos en Panamá “podrían” ser utilizados para este tipo de delito internacional.

Los 12 operadores de casinos y salas de máquinas traga monedas han decidido invertir en tecnología para evitar ser empañados por posibles escándalos de blanqueo de capitales. El proyecto digitalizará todas las transacciones y las grandes apuestas, lo que permitirá ha-



COMPETIR. En el país operan 15 casinos completos y 27 salas de máquinas traga monedas tipo A.

LA PRENSA/Bernardino Freire

cer los reportes de casos sospechosos a la Unidad de Análisis Financiero (UAF) y la Junta de Control de Juegos (JCJ) de forma casi inmediata a través de internet, informó Antonio Alfaro, presidente de la Asocia-

ción de Administradores de Juegos de Azar (Asaja).

“Vamos a ser el primer país del mundo que cuenta con un sistema de reporte digital en su industria de casinos”, dijo Alfaro. Los reportes en la actua-

lidad son enviados a la UAF de manera manual, algo que toma al menos 30 días.

Según la JCJ, los primeros siete meses del año se reportaron apuestas por 485 millones de dólares en casinos y salas.

TELECOMUNICACIONES.

Aumenta número de abonados a internet

Zoraida Chong
zchong@prensa.com

Cifras preliminares de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (Asep), reflejan que el número de abonados a internet en 2007 creció a

4.38% de la población, mientras que en 2006 cerró con 2.63%.

Para César Díaz, del Departamento de Telecomunicaciones de la Asep, este avance es producto de la agresiva competencia entre los operadores,

que cada vez ofrecen más servicios por el mismo precio.

“Cable Onda, por ejemplo, ha entrado muy fuerte con el triple play (...), entonces el que tenía servicio de televisión por cable, ahora está entrando a internet (...). Cable & Wireless

no se queda atrás, está duplicando las velocidades a precios muy competitivos”, dijo Díaz.

La penetración de internet, ahora alcanza el 17.5% de la población.

Más información mañana en **Martes Financiero.**

ALIMENTOS.

Diferencia en precios de la canasta

Costos más bajos

Por sector/en dólares		
La Chorrera	184.09	Xtra/La Chorrera
San Miguelito	185.20	Xtra/Pan de Azúcar
Vista Alegre	186.79	Xtra/Arriaján
San Francisco	195.38	Super 99/Vía Porras
Juan Díaz	196.47	Xtra/Juan Díaz
Tocumen	202.24	Xtra/24 de Diciembre
P. Lefevre	207.99	Super 99/Portobelo
Bethania	209.67	Super 99/El Dorado
St. Ana	209.76	El Machetazo/Calidonia
P. Nuevo	212.24	Super 99/Vista Hermosa
Bella Vista	219.76	Casa de la Carne/El Cangrejo

Fuente: Autoridad del Consumidor

Infografía/Lewis Rodríguez/LA PRENSA

Mario A. Muñoz
andresm@prensa.com

Una diferencia de 78.2 dólares se encontró en los precios de los alimentos en agosto entre el supermercado que vende más barato y el más alto, según datos de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia de 48 establecimientos encuestados. En julio la diferencia era de 74 dólares.

El costo más bajo de la canasta básica se vendió en el supermercado Xtra de La Chorrera, donde costaba 184.09 dólares y el más alto en Riba Smith de Bella Vista, donde tenía un costo de 262.38 dólares.

En agosto subieron los precios de los alimentos hasta 3.1% en las cadenas de supermercados El Fuerte, El Machetazo, El Pueblo, Rey y Riba Smith, mientras que redujeron sus precios las cadenas Casa de la Carne, El Tajonazo, La Prosperidad, Super 99 y Xtra.

Algunos productos que tuvieron alza fueron el arroz (13 centésimos la bolsa de cinco libras), el queso amarillo (19 centésimos la libra) y el aceite vegetal (11 centésimos el medio galón).

BODA INOLVIDABLE
citi
15% de descuento
con tu tarjeta de crédito Citi
A.L. 499360

Vía RÁPIDA

MOP licita puente de Vía Brasil

INFRAESTRUCTURA. El Ministerio de Obras Públicas (MOP) informó que hoy realizará el acto público para las obras civiles de instalación del puente vehicular en la intersección de la Vía Brasil y la Avenida Nicanor de Obarrío, mejor conocida como Calle 50. Este puente vehicular permitirá a los vehículos fluir directamente sin detenerse en esa intersección, explicó una fuente del MOP.

ACP anunció precalificación



PROYECTO. La Autoridad del Canal de Panamá (ACP) informó que desde el 30 de agosto está abierta la precalificación para los consorcios interesados en el diseño y construcción del tercer juego de esclusas. La ACP escogerá hasta cuatro consorcios para la licitación final.

Geneva Asset Management
La firma de asesoría financiera que protege su inversión logrando la mayor rentabilidad

