

La Prensa

Economía & Negocios

ADEMÁS

Se quedan esperando laboratorio



PASE A LA 46A

Se agravan sistemas en David



PASE A LA 47A

MERCADOS AL DÍA



ORO

765.20
▼ -0.39%

PLATA

13.52
▼ -2.03

PLATINO

1,441.75
▼ -0.67%

COBRE

354.65
▲ 0.27%

GAS

7.649
▼ -3.17%

CAFÉ

125.00
▼ -0.32%

MOTOR SHOW. LAS DISTRIBUIDORAS HAN DUPLICADO SU NEGOCIO MENSUAL.

Se dispara la venta de carros

Los bancos han aumentado los plazos de financiamiento de vehículos hasta 90 meses.

35 empresas y más de 10 bancos compiten por los más de 35 mil visitantes que han pasado por la feria en Atlapa.

Carlos Barletta
cbarletta@prensa.com

El alza de 22% en las ventas de autos que se había registrado hasta la fecha ha quedado opacado por el Panamá Motor Show 2007. En esta feria, explican los gerentes de las 35 marcas que participaron en ella, todos lograron duplicar sus promedios de venta mensual.

Este fenómeno se da casi todos los años, explica Roberto Durán, presidente de la Asociación de Distribuidores de Autos de Panamá (Adap), quien dice que octubre es el mes del año más esperado por los vendedores.

Para empezar, casi todas las compañías han presentado sus modelos 2008 y ofrecen buenos descuentos en estos, mientras rematan sus modelos 2007. Adicionalmente, más de 10 bancos y financieras han otorgado financiamientos con plazos de hasta 90 meses.

Panamá Motor Show también le permite al cliente conocer la gama de vehículos de 35 diferentes marcas, cuyos precios este año oscilaron entre los 6 mil y 160 mil dólares.

NOVEDADES

En esta edición, las marcas se han vestido de gala para la exposición y han traído desde prototipos hasta carros con motores jamás vistos en Panamá, además de que se han presentado más de 10 nuevos modelos entre las distribuidoras.

Por ejemplo, la alemana de lujo Audi presentó a Panamá su modelo R8, un deportivo 8 cilindros, 4.2 litros, que puede correr a velocidades que superan los 300 kilómetros por hora. Este es el carro más caro de la feria, y su precio supera los 160 mil dólares.

Por su parte, Toyota, líder en ventas de Panamá, presentó un nuevo prototipo, el FTSX, además de la nueva línea de Land Cruiser con motor 8 cilindros, cuyo precio ahora supera los 90 mil dólares.

Excel Automotriz lanzó un nuevo modelo de la Mitsubishi Outlander y Bahía Motors, el nuevo Honda Accord. Grupo Q presentó al Mazda RX8, y Grupo los Tres introdujo al volvo descapotable techo duro C70.

LAS VENTAS

Enrique Gillet, gerente general de Distribuidora David, dice que es un entusiasta de Panamá Motor Show. Sus marcas Ford, Lincoln y Mercury venden alrededor de 50 unidades mensuales, y hasta ayer en la feria habían vendido 80. La pequeña SUV (camioneta), de Ford Ecosport, representa un tercio de esas ventas totales y más de la mitad del segmento 4x4.

Kia no se queda atrás. Rubén Chiari, gerente del Grupo Síblab, explicó que hasta el vier-



COMPETENCIA. Las distribuidoras trajeron sus mejores modelos para posicionarse como una de las marcas más comentadas del Autoshow 2007, y vender el mayor número de autos a los 35 mil visitantes.

LA PRENSA / Gabriel Rodríguez

VÍA RÁPIDA

Habilitan Renta 2007 para CPA

CAMBIOS. La Dirección General de Ingresos habilitó un *software* Renta 2007, exclusivamente para Contadores Públicos Autorizados, y los autorizó a enviar las declaraciones de renta de sus clientes por internet. Las mismas serán aplicadas y recibidas formalmente cuando el contribuyente "ingrese con su RUC y NIT al sitio www.dgi.gob.pa y autorice formalmente el ingreso de la misma", dijo la entidad.

Accionistas del Gamboa se reúnen



TURISMO. La empresa Tropical Resort International Inc., administradora del Gamboa Rainforest Resort, anunció que el martes 6 de noviembre hará su asamblea general ordinaria de accionistas en este hotel, para presentar los resultados financieros obtenidos al 31 de diciembre de 2006.

40 mil contratos vía PanamaCompra

TRANSACCIONES. La Dirección de Contrataciones Públicas reportó ayer que más de 40 mil contrataciones públicas se han adjudicado este año a través del portal www.panama-compra.gob.pa y que estas involucran 473.1 millones de dólares. Unas 34 mil contrataciones correspondieron a compras menores de 30 mil dólares.



BANCA. Los plazos para los préstamos de autos se han alargado.

LA PRENSA / Gabriel Rodríguez

nes habían cerrado más de 400 compras y que el sedán Kia Serato, de 12 mil 500 dólares, acaparaba 130 de aquellas; sin embargo, a diferencia de Ford, los *hatchback* y sedanes han acelerado sus ventas.

Grupo Síblab también trajo su marca de autos china Chery, cuyo QQ se ha convertido en el vehículo más barato de la feria: cuesta 6 mil dólares y, hasta el momento, han superado las 60 unidades vendidas, informó Carlos Acedo Remond.

En cuanto a Grupo Q, distribuidora de Mercedes Benz, Mazda, Jeep y Chrysler, han superado las 200 unidades vendidas. Su gerente Jaime González agregó que su vehículo estrella ha sido el *hatchback* (3 puertas) Mazda 2. No obstante, los SUV han representado otro importante segmento en sus ventas.

Raúl Abadía, de Petroautos, reportó que Hyundai, con nuevos modelos en la feria con precios que oscilan entre 7 mil y 42 mil dólares, había superado su meta de vender 400 unidades el viernes.

MARKETING

Las compañías, además de presentar sus más lujosos y presentes autos, acudieron a téc-

nicas menos convencionales de venta en esta oportunidad.

La española Seat, del grupo Volkswagen, se destacó en esta materia. Su *staff* de ventas consistía en modelos de pasarela con minifaldas rosadas que hipnotizaban a los compradores tanto o más que la agresiva línea de su gama.

Bavarian Motors, distribuidora de BMW, líder en ventas del segmento de lujo, tampoco se quedó corta. Aunque sus azafatas, en lugar de minifaldas usaban trajes negros, brindaban a sus clientes vino, champaña y otros licores. Por suerte, luego de beber, los potenciales compradores no podían probar los autos.

Audi, Porsche y Jaguar usaron la creación de un ambiente



El seductor mercadeo de Seat.

LA PRENSA / Gabriel Rodríguez

exclusivo, cercando muchos de sus autos para que solo algunos pudieran conocer con lujo de detalles y disfrutar los acabados de sus naves.

FINANZAS

El acceso al crédito durante la exposición estuvo fuera de serie: más de 12 bancos y financieras estuvieron compitiendo por ganarse a los más de 35 mil visitantes.

Francisco García, gerente de préstamos de autos de Banvienda, aclaró que los préstamos de Panamá Motor Show oscilan entre 110 mensuales por un Chery QQ y mil 600 mensuales por el Audi R8.

En su gran mayoría, Banvienda está otorgando préstamos por 7 años a una tasa de

RÉCORDS POR SEGMENTO

BARATO: El Chery QQ es el más económico de la feria: 6 mil dólares.

CARO: Audi vende el más caro: modelo R8, a 160 mil dólares.

SEGURIDAD: El C70 de la Volvo es el deportivo más seguro del evento.

PEQUEÑO: El Kia Picanto ha sido el favorito entre los chicos.

ENORME: La nueva Toyota LandCruiser es la camioneta más grande.

8%; no obstante, García explicó que entre menos años es el préstamo, la tasa baja.

Global Bank ha estado prestando en la feria hasta plazos de 90 meses, destacó su gerente de préstamos de autos, Max Vega.

Esto se aplica a los sedanes, las camionetas tienen plazos de hasta 72 meses y las tasas pueden variar entre 8% y 7%, dependiendo del depósito que pone el cliente. La mayoría de bancos presentes en Panamá Motor Show está otorgando préstamos a personas, cuyo ingreso mensual supera los 450 dólares y la mensualidad más baja aceptada es de 110 mensuales por el Chery QQ. Vale la pena destacar que los compradores con ese nivel de ingresos que opten por cualquier auto de la feria estarían comprometiendo como mínimo el 25% de su salario en el préstamo, sin incluir gasolina o seguro.

Los coches más exclusivos de la exposición

Poder alcanzar los 100 kilómetros por hora en menos de seis segundos tiene su precio. Pocas marcas cuentan con estos modelos.

En el Panamá Motor Show, BMW tiene su modelo M3 y 650i; Audi, su TT y el R8; y Porsche presenta al Boxter y al

Cayman, cuyos precios superan los 60 mil dólares.

BMW, Audi, Jaguar, Land Rover, Mercedes Benz, Volvo y Porsche se destacaron por mostrar los vehículos más caros. El más barato de la línea de lujo era el Volvo *hatchback* (tres puertas) C30, que empe-

zaba sobre los 30 mil dólares. Las ventas de estas compañías superan las 200 unidades en la feria, y tanto los bancos como las distribuidoras dicen que los clientes de esta clase de automóviles son los que menos financian, pero también son los más difíciles de convencer.