

portada

INDICE

38	Clasificados	44	Esquelas
32	Crucigrama	36	Horóscopo
45	Deportes	20	Negocios
43	Empleos	26	Vox
34	Escenario		

Planes de salud para todos en la familia

- Triple-S Directo
- Planes Grupales
- Planes Medicare

desde **\$66.00*** al mes

*Planes desde \$66 mensuales para Triple-S Directo Plus 2. Otros productos disponibles.

792-2226

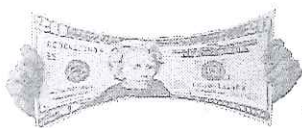


Escanea el código QR con tu celular o lector SS3 al 754222

TRIPLE-S SALUD

Concesionarios independientes de Blue Cross and Blue Shield Association

Estire su dólar



Exámenes médicos gratis

Cuidar la salud es importante para la calidad de vida, además de que redundan en ahorros. Hay formas de examinarse gratuitamente, participando de las ferias, promociones y campañas de las industrias del campo de la salud, así como las que brindan las entidades gubernamentales en su comunidad. También el Great American Health Check le ofrece una evaluación de salud personalizada en línea en www.cancer.org.

PEGA 2 / 37

PEGA 3 / 024

PEGA 4 / 9980

Sorteo sábado 19 de noviembre de 2011

PEGA 2 / 89

PEGA 3 / 817

PEGA 4 / 6189

LOTO / 17-26-27-30-33-42

REVANCHA / 12-19-28-29-38-45

Sorteo viernes 18 de noviembre de 2011
Estos números deben ser verificados



Alegre Navidad para los comercios

Economistas ven mejoría para impulsar las ventas que arrancan esta semana

ILEANEXIS VERA ROSADO
EL VOCERO

Optimismo es la palabra que define el pronóstico de los expertos en cuanto al comportamiento de los consumidores puertorriqueños respecto a las ventas navideñas que este año comenzaron antes del tradicional Viernes Negro. Según el análisis de economistas y comerciantes, al superar los 60 meses de recesión económica en la Isla, esta no debe ser una triste Navidad como podría ser la percepción general, ya que las proyecciones apuntan hacia un incremento en ventas de entre un 3.5 por ciento a un 4 por ciento. Esto se ha visto apoyado, de acuerdo con los expertos entrevistados, por algunas de las estrategias del Estado para dejarle más dinero en el bolsillo a los contribuyentes como la Reforma Contributiva, el remanente de los fondos ARRA y también por las medidas de los comerciantes para capturar el patrocinio de los consumidores. Más ofertas especiales antes de lo usual, la compra de inventarios con productos más económicos y marcas no reconocidas y mucha competencia serán la orden del día. El economista José J. Villamil, presidente de la Junta de Directores de la firma Estudios Técnicos, proyectó un crecimiento en ventas por encima del año pasa-

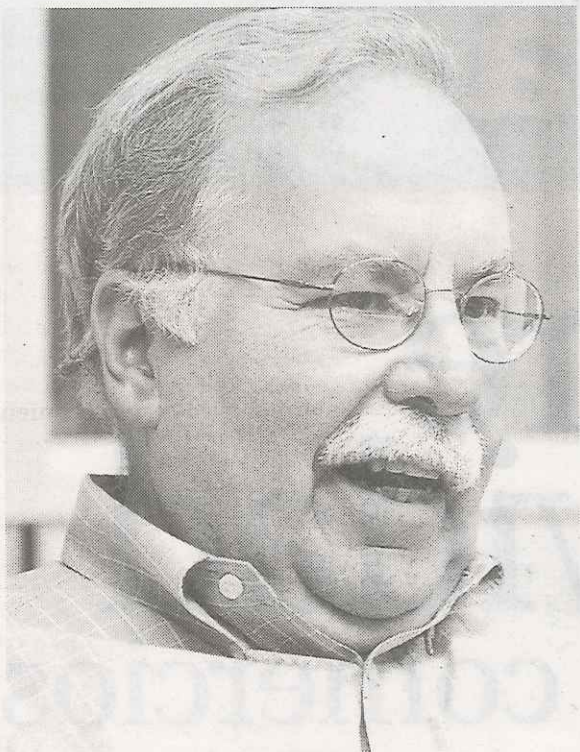


do. Dijo que el efecto que aún queda de los fondos ARRA, que generaron cierta capacidad de consumo; el aumento en ingresos personales tras la reducción de las contribuciones, y el movimiento en la actividad de la construcción -que ha generado empleos-, de alguna manera han estimulado la capacidad de consumo. El economista aclaró que este aumento proyectado es uno nominal sin descontar la inflación. Si se tomase en cuenta la inflación el aumento en ventas sería uno positivo pero en menor porcentaje. Por el lado de los comercios, Villamil anticipó que se notarán cambios en los inventarios con la reducción en el precio de la mercancía de temporada. Eso se traduce en mayor número de marcas no conocidas y opciones variadas de un mismo producto pero a diversos precios. Agregó que el inicio prematuro de las ventas navideñas refleja que en el pasado han estado débiles y se necesita estimular y capitalizar el comportamiento de los consumidores. "Este adelanto de la temporada navideña es un intento de ser más proactivo en ese proceso, pero en nada abona a que ese comercio venderá más, ya que el que compró en septiembre no lo hará ahora en diciembre, solo adelantó el proceso", comentó Villamil. Por su parte, el economista y catedrático de la

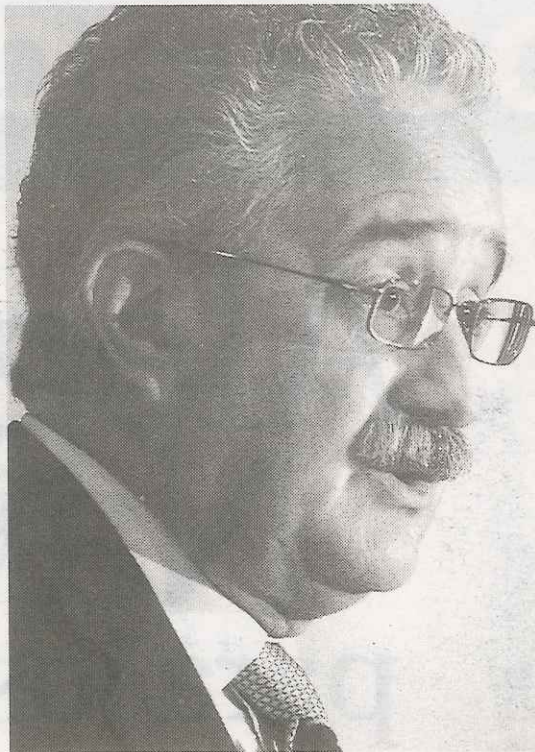
Continúa en la próxima página >

Alegre
Navidad
para los
comercios

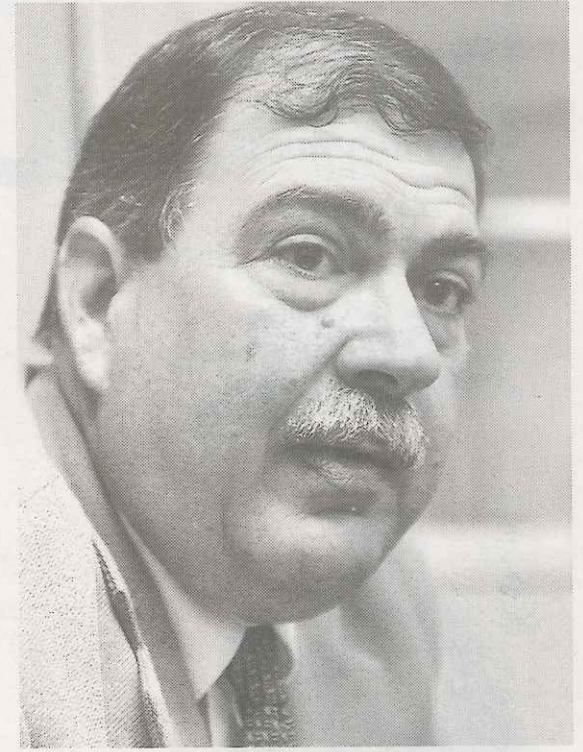
Viene de la
página 3



José J. Villamil



Juan Lara



Carlos Colón de Armas

“
No podemos
saber a ciencia
cierta si se tratará
de mayor cantidad
de unidades
vendidas o el
efecto de la
inflación, donde
se vende la
misma cantidad
pero a
mayor precio.”

Jaime Benson,
economista y catedrático de la UPR

Universidad de Puerto Rico Jaime Benson coincide en que habrá una leve mejoría respecto al año pasado, ante la tendencia positiva de los indicadores económicos. Aseguró que, de concretarse la proyección de un crecimiento económico en Estados Unidos, el efecto se sentirá en la Isla, lo cual aumenta el optimismo y se traduce en mayor confianza del consumidor. “Muchos consumidores ven el consumo navideño como un oasis o desahogo para eliminar las penas, el estrés y tratar de olvidar un poco las serias situaciones por las que atraviesa el país, aunque después se percaten de haber incurrido en gastos innecesarios”, afirmó Benson. En igual sentido se expresó el economista Carlos Colón de Armas, quien considera que en los pasados meses se ha comenzado a ver la tendencia de un leve aumento en las ventas al detal. “No podemos saber a ciencia cierta si se tratará de mayor cantidad de unidades vendidas o el efecto de la inflación, donde se vende la misma cantidad pero a mayor precio. En esta época nadie piensa en las cosas prudentes, se trata más de estrategias personales de esparcimiento y desahogo para canalizar las frustraciones de cara a un nuevo año”, opinó. De otra parte, el economista Juan Lara entiende que, aunque este año no existe el estímulo federal, sí hay una baja contributiva que dejó más dinero en los bolsillos de los consumidores, lo que representa que la situación económica de las familias quedó igual al pasado año y las ventas navideñas deberán permanecer más o menos iguales al 2010. “Este año les corresponde a los comercios ser más creativos en sus especiales y en el proceso de mercadeo de sus productos. La gente siempre compra en Navidad, la diferencia estriba en que ahora compran artí-

culos más económicos y son más cuidadosos en lo que gastan”, indicó.

Uso de crédito en las compras navideñas

En cuanto al uso del crédito, algunos economistas señalaron que, ante lo conservadores que han estado muchos consumidores, es probable que ahora algunos posean cierta capacidad de endeudamiento. Otros tienen los ojos puestos en la dinámica de las instituciones financieras, que igualmente han estado conservadoras a la hora de hacer accesible el crédito. Según Villamil, los consumidores han estado reduciendo su deuda, lo que les permite una capacidad de endeudamiento mayor que el pasado año, por lo que no le sorprende que hagan más uso de las tarjetas de crédito para esta temporada. En cambio, Benson considera que los consumidores están tan endeudados que tendrán que ser prudentes en su margen de gastos a crédito, lo que podría reducir el abuso en la utilización de ese tipo de paga. En un sentido muy similar se expresó Lara, quien sostuvo que este año no podrán utilizar el crédito con igual intensidad que en otros años, porque en la medida que han acumulado la utilización del crédito las personas han reducido los márgenes para tomar prestado. A ello sumó la situación apretada de los bancos en su proceso de otorgar préstamos. Sin embargo, reafirmó que el consumidor que tenga la capacidad de crédito la va a utilizar, ya que si no está recibiendo ingresos acuden al crédito. Para Colón de Armas, en la Isla la utilización del crédito es mayor de lo necesario y se consume más que los ingresos, tendencia que no visualiza presentará cambios. “Lamentablemente en la medida que hayan más ventas habrá mayor endeudamiento, ya que no existe una cons-

ciencia de ahorro. Aquí es una economía dirigida al consumo no a la producción”, destacó.

Reacciona el DoctorShoper

Para Gilberto Alvelo, mejor conocido como DoctorShoper, si las ventas incrementan será lo mínimo. Aseguró que el reflejo aquí de la proyección económica en Estados Unidos igualmente será reducido, ya que proyectaban un crecimiento de 3.8 por ciento y se ha reducido al 1.6 por ciento. Destacó que el crédito está limitado y esto reduce la capacidad de compras. Mencionó que en el panorama comercial existen menos jugadores ante el cierre de muchos establecimientos comerciales. En términos de los ofrecimientos para la temporada comentó que no existe un artículo de moda que los consumidores estén esperando, mientras los artículos que desean adquirir ya han bajado de precio previo a las ventas navideñas. Asimismo, mencionó que muchos comercios han limitado sus inventarios y más consumidores optan por compras en Internet, donde establecimientos como Macy's ofrecen entrega gratis y Toys R' Us provee la entrega en la tienda de Puerto Rico. Alvelo planteó que por el lado demográfico Puerto Rico presenta una reducción poblacional y un alto desempleo, lo que redundará en menos consumo. Añadió que este año serán muchos los patronos que optarán por no pagar bono navideño, lo cual reduce la capacidad de compras navideñas. Ante estas tendencias, no augura unas ventas del madrugador abrumadoras, ya que desde una semana antes comenzaron las ofertas. Igualmente, proyecta la llegada a la Isla de muchas marcas baratas. Por el contrario, el secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor (Daco),



Luis Rivera Marín, considera que estas Navidades están bien aspectadas, principalmente para los detallistas pequeños y medianos, quienes se han reinventado para poder competir. Entre las estrategias figuran el lanzamiento del "Madrugón de la Venta del Madrugador", pues desde este fin de semana han lanzado ofertas y especiales similares a los que los consumidores encontrarán el próximo Viernes Negro. Según el Titular del Daco, este año habrá amplitud de horarios con más aperturas las 24 horas, y desde antes del Día de Acción Gracias ya varios comercios tienen ofertas especiales exclusivas para este día, que serán iguales o superiores a las del Viernes Negro. Para el viernes varios establecimientos han anunciado su apertura a las 12:01 de la madrugada, entre estos Toys R'Us y Best Buy.

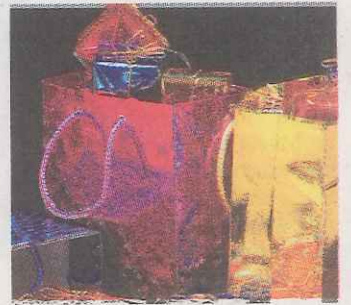
Opinan los gremios y los comercios

Ignacio Veloz, presidente del Centro Unido de Detallistas (CUD), adjudicó el optimismo que se proyecta para esta temporada navideña a las estrategias de reinvención de los comerciantes, quienes han reducido costos para transferirlos a los consumidores. Entre las iniciativas para abaratar gastos se incluye reducir la inversión en las decoraciones para establecimientos y vitrinas, dinero que ahora destinarán a mejorar el inventario con productos a mejores precios y ofrecer mayores ofertas. Esto significa la compra de productos más económicos y accesibles a los consumidores. Veloz entiende que se verán tiendas y vitrinas menos festivas, pero los consumidores tendrán opciones más viables para decorar sus residencias, con accesorios y luces más económicas.

Asu juicio, el incremento en ventas proyectado, en parte, se verá apoyado por la necesidad de las personas de desahogarse ante la situación económica actual y la falta de seguridad en las calles. Dijo que muchas familias optarán por regresar a las fiestas de marquesina familiares, donde no faltará ni la decoración, ni los regalos ni los tradicionales platos navideños, aunque de manera más conservadora. "El poco dinero disponible lo utilizarán para divertirse e iluminar las festividades navideñas. Las Navidades serán el respiro que por tantos meses han estado buscando", opinó.

El presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico, Salvador Calaf, coincide con Veloz en que el éxito proyectado depende de la habilidad de los comerciantes de atemperarse a los cambios en los patrones de consumo.

En la principal tienda de decoraciones para la temporada, Casa Febus, la encargada del departamento de Navidad, Ivelisse Rodríguez, también anticipó que será un año bueno en ventas, ya que a esta fecha han superando las expectativas. Dijo que poseen un inventario con precios para todos los bolsillos, y han optado por ofrecer financiamiento y 'lay away' para facilitar el pago de mercancía. Igual ofrecen talleres para orientar a los consumidores en el proceso de decoración y sacarle mayor provecho a la inversión que realicen.



“

Las Navidades serán el respiro que por tantos meses hemos estado buscando.

Ignacio Veloz
presidente,
Centro Unido de Detallistas

”