



Placer a buen precio

No hay duda, la electrónica de consumo ha tomado los hogares españoles esta Navidad. Vayamos al grano: las ventas de televisores de pantalla plana han experimentado importantes subidas que, por ejemplo, en Cataluña, han sido de entre el 8 y el 10%, en comparación con las navidades anteriores, y las de reproductores de DVD y telefonía se han disparado, mientras los reproductores de mp3 y las videoconsolas, así como la fotografía digital han sido algunos de los productos estrella.

Todo hacía sospechar que la campaña pintaba bien. Ya el primer festivo previo al inicio de campaña, en que los comercios abrieron sus puertas, las mareas de gentes yendo y viniendo con o sin bolsas, comprando o mirando, fue el preludio de lo que días más tarde se constató: las ventas crecen y la electrónica de consumo se erige en el regalo favorito.

Grandes superficies (según la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución, el conjunto de sus compañías asociadas reforzó su plantilla para la ocasión con unas 20.000 personas en toda España), centros comerciales, tiendas situadas en los ejes más céntricos de la ciudad, comercios de barrio..., todos han ganado. Ya lo dice el secretario general de la Confederación de Comercio de Cataluña, Miguel Ángel Fraile, con la contundencia que le caracteriza: «Quien no venda en Navidad debe hacérselo mirar», afirmó en declaraciones recientes a un periódico catalán. Y es que, en esta comunidad autónoma las ventas navideñas han aumentado entre el 5 y el 10 por ciento, según la CCC, lo que, descontando el aumento anual de los precios (3,8%) sitúa el incremento neto de los comerciantes entre el 1% y el 6%.

Y eso no es todo. Según la consultora Nielsen, las ventas *online* cada vez convencen más -no en vano

las empresas han invertido grandes cantidades de dinero en mejorar la seguridad de sus tiendas virtuales-, y entre el 29 de octubre y el 23 de diciembre, éstas crecieron un 30%.

Por productos, los más vendidos han sido los relacionados con *hardware* y aplicaciones informáticas (+126%), seguidos de los artículos de electrónica de consumo (+109%). En tercer lugar se encuentran los libros (+66%), y destaca la debilidad del segmento de videojuegos y juguetes, que ha avanzado únicamente un 9%. En el caso de los videojuegos, viene siendo habitual que cada vez que irrumpe en el mercado una nueva videoconsola (en esta ocasión con la recién llegada Xbox 360, y con Play Station III y Revolution en la rampa de despegue), el consumidor dosifique sus compras, adquiriendo el aparato y posponiendo la adquisición de los videojuegos. En el caso de los juguetes, la explicación también debe hacerse en clave tecnológica, y es que los pequeños se están incorporando antes al consumo de productos de electrónica. ¿Es que los niños juegan cada vez menos o es que los productos «electro» son como un juego de niños, cada vez más fáciles de usar y cada vez más enfocados hacia el ocio y la diversión?

En cualquier caso, los fabricantes han hilado una avispa estrategia para buscar nuevos nichos de mercado. Algo estará haciendo bien el sector cuando a lo largo de los últimos años ha sabido atraer al consumidor y convertir sus productos en una de las partidas de mayor peso en el gasto en los hogares españoles. Seguramente es porque está dando respuesta a los deseos del consumidor con productos que satisfacen sus anhelos de experiencias lúdicas y, además, lo hace con propuestas para todos los bolsillos... En cuatro palabras: placer a buen precio.

Mónica Daluz

COMUNICADO

En el procedimiento judicial ordinario 50/2005 Sección k, seguido a instancia de esta mercantil en el Juzgado Mercantil I de Barcelona, siendo parte demandada Dña. Nuria Castilla Miro, ha recaído Sentencia con Núm. 150/05 en fecha 28-12-2005, en cuyo fallo se declara como legítimo el derecho de uso de la marca "EN LINEA 2000" junto con sus logotipos a favor de Ediciones en Línea 2000 S.L., tal y como ha venido realizando desde el año 1999. Ponemos lo antedicho en público conocimiento para disipar cuantas dudas y rumores se difundieron en el sector durante el año 2005. Asimismo reiteramos nuestra intención de seguir cuantas acciones legales sean necesarias para defender los legítimos derechos de esta sociedad.

El Consejo de Administración

Director

Carlos Olaya
c.olaya@enlinea2000sl.com

Asesor de nuevas tecnologías: Pedro Martínez
Asesor especializado en comercio: José L. del Olmo
Asesoramiento informático: TAU Santa Coloma
Administración: María Lipperheide

Redactora Jefe

Mónica Daluz
redaccion@enlinea2000sl.com

Colaboradores Redacción
Cati Bestard y Rafael Gallego

Maquetación y diseño web
Lorena Sánchez

Delegación Madrid

Eloy Zamanillo. Tel. 91 401 27 26
e.zamanillo@enlinea2000sl.com

Publicidad: Dpto. Propio
Imprenta: COMGRAFIC
Fotocomposición: P.C.Fotoc.
Distribución: Distri Alpas
Depósito legal: B-785 2000