



Últimos cartuchos

Las previsiones macroeconómicas incitan a agotar los últimos cartuchos. La curva de plazos de tipos de interés en EE.UU. sugiere la posibilidad de una recesión, ya que, por mandato de la Fed (Reserva Federal), los tipos a corto plazo siguen subiendo mientras que los de largo plazo se mantienen alrededor del cuatro y medio. Cabe pues esperar una ralentización del crecimiento a medio plazo, de momento, en el país norteamericano. Al menos esa ha sido la reacción del mercado durante los últimos 40 años cada vez que ha venido a darse esta inversión de la curva de plazos de tipos de interés.

Hace algunas semanas los telediarios nos ofrecían aparatosas imágenes de gentes alocadas precipitándose a tortazo limpio hacia el interior de los almacenes neoyorquinos, que abrían sus puertas con ofertas increíbles para celebrar el inicio de la campaña navideña. Por lo visto las ofertas superaban con creces los ya golosos precios de años anteriores, y es que todos sospechan que la desaceleración se aproxima.

En España, el gasto en consumo final en el tercer trimestre ha registrado una ligera moderación frente al segundo trimestre, y fuentes de Deutsche Bank acaban de anunciar que se espera una desaceleración de la demanda interior en 2006 y 2007, en consumo y construcción. Por otra parte, y según la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU), la actitud del consumidor durante la campaña navideña estará marcada por la contención. A pesar de todo, la asociación en cuestión cifra el gasto medio por español para estas fiestas en 832 euros, un 4% más que el año pasado.

En fin, como a nadie le gusta que le llamen aguafiestas, ahí estaremos todos, consumiendo a destajo. Y más le vale al comerciante aprovechar con intensidad las ventas que se avecinan. Por lo que pudiera deparar el futuro...

De momento, puede estar tranquilo, la tecnología es a jóvenes y adultos lo que los juguetes a los niños. Así que los caprichos tecnológicos van a ser los grandes deseados de las navidades.

Los fabricantes ya se han movilizado para convencernos de lo mucho que vamos a disfrutar si nos hacemos con los productos más punteros, como las pantallas preparadas para la recepción de señal en alta definición, asunto sobre el cual les ofrecemos en este número un extenso reportaje. Por cierto ¿han pensado a quién interesa que se vendan muchos televisores preparados para la HDTV?, además de a los fabricantes, por supuesto. Pues

a los operadores de satélite. ¿Que por qué? Ante la oferta gratuita de canales que nos trae la TDT, ¿quién pagará por tener más canales todavía? Con la HD, y en previsión de que este sistema de emisión llegue antes por satélite que por la plataforma digital terrestre, las operadoras de satélite podrán disponer de una oferta diferenciada con la que salvar el negocio y evolucionar hacia una reconversión forzosa. Eso, siempre y cuando la oferta de contenidos de los canales de TDT suponga una verdadera competencia para el satélite, claro.

Otro gran protagonista del escenario navideño será el CD de audio. Y sí, lo de la piratería es francamente pernicioso para las cuentas de las grandes compañías discográficas (que pretenden, según han manifestado recientemente, usar datos de teléfonos e Internet para combatir la piratería en la UE), pero no caigamos en el error de poner puertas al campo. No se puede. El temor a los cambios denota inseguridad con respecto a la capacidad para adaptarse a ellos, pero el mundo de la música no tendrá más remedio que aprender a gestionar una nueva situación, porque que en el sector audiovisual los contenidos discurren de nuevos modos es un hecho consumado; los archivos de audio y vídeo deambulan por la red; el fenómeno *podcasting* ha creado una nueva versión de radio en Internet al alcance cualquiera; y, sí, muchos inmigrantes ganan algunos euros vendiendo CDs piratas... ¿Y qué? La libertad de expresión se abre paso de un modo casi natural a través de los caminos trazados por las nuevas tecnologías, y hoy más que nunca -en época de inverosímiles vetos radiofónicos...- cobra plena vigencia la célebre frase de Voltaire que convendría no olvidar nunca: "No estoy de acuerdo con lo que dices pero defenderé con mi vida tu derecho a expresarlo".

Por cierto, entre el entramado de cifras un tanto desalentadoras con las que abríamos este editorial, he estado a punto de olvidar un dato que puede marcar la diferencia: mientras el consumidor se aprieta el cinturón en la cesta de la compra y en la adquisición de bienes de consumo, el gasto en lotería experimenta un crecimiento significativo. Y eso le da una pista acerca de lo que la gente, verdaderamente, necesita... Así que, ya sabe, disfrace sus productos de algo infalible, algo a lo que nadie se puede resistir; junto al producto, aprenda a vender, también, ilusión.

Tenga usted unas felices y, por supuesto, suculentas ventas.

Mónica Daluz

El equipo de En Línea 2000 les desea unas

FELICES FIESTAS

Director

Carlos Olaya

c.olaya@enlinea2000sl.com

Asesor de nuevas tecnologías: Pedro Martínez

Asesor especializado en comercio: José Luis del Olmo

Asesoramiento informático: TAU Santa Coloma

Administración: Pedro Llorens y María Lipperheide

Redactora Jefe

Mónica Daluz

redaccion@enlinea2000sl.com

Colaboradores Redacción

Cati Bestard

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

enlínea²⁰⁰⁰

Ediciones en línea 2000, S.L.

Vallès i Ribot, 14 bajos 2ª 08027 Barcelona Tel. 93 408 17 11 Fax. 93 243 01 62