

## REVISTA DE PRENSA

New York Times

## Restaurar la confianza

El jurado ha hecho, en el caso de información privilegiada ilegal contra Raj Rajaratnam, el multimillonario fundador del fondo de cobertura Galleon Group, lo que el gobierno no ha conseguido en gran medida: dejar claro que una gran figura de Wall Street es responsable de su conducta imprudente. Es un paso importante hacia la restauración de la confianza como un requisito previo de los mercados financieros de Estados Unidos. [EDITORIAL]

## Espíritu reformista

El Economista (Madrid)

Imagínense en la cabeza de Merkel: la reestructuración de Grecia se encuentra sobre la mesa. Irlanda y Portugal son los siguientes. Con la mano en la frente, se pregunta: ¿cuánto me va a costar esto? Y entonces piensa en España... Eso no lo aguanta su cartera. Asustada por el fin del euro, la canciller ha reanudado sus presiones sobre Zapatero para que retome el espíritu reformista. Un año más tarde, el teléfono de Moncloa está de nuevo al rojo. [EDITORIAL]

## EL PERISCOPIO

Manuel Alcántara



## ORADORES

EN las épocas electorales proliferan los que están obligados a decir algo, pero siguen escaseando los que están dispuestos a escucharlos. Muchos oradores políticos están afligidos por una doble incapacidad: ni han ido demasiado lejos en la política ni en la oratoria. El resultado es que solo convencen a los que están previamente convencidos. Para ir a un mitin no basta con tener mucha fe en que la situación puede ser mejorable, sino mucho tiempo libre. Suelen ser pesadimosos, quizá porque todos estén cargados de razón y esa impedimenta les obligue a detenerse demasiado en cada una de sus exposiciones. Hay que reconocer que se dividen en dos claves: los que tienen facilidad de palabra y los que tienen lo que pudiéramos llamar fatalidad de palabra, que son bastante más numerosos.

Desde los griegos, que ahora las están pasando canutas, se considera un arte la oratoria, o sea, la persuasión por medio de la palabra hablada. Para hacerse oír en el ágora había que tener muy buena voz, además de buenas razones. Los micrófonos, que tanto echaría de menos Cicerón cuando estaba ronco, han hecho innecesaria esa cualidad. Ahora se le oye todo, aunque por un oído nos entre y por otro nos salga. Hay oradores políticos que nos hacen sospechar que su deseo primero no es convencer al público asistente, en gran parte subvencionado, sino convencerse ellos mismos, que tienen muchas dudas acerca de lo que están transmitiendo. Los más atractivos oradores que he tenido el privilegio de escuchar han sido Eugenio Montes, que mezclaba sabiamente a Euclides con sus convicciones falangistas, José María Pemán, Dionisio Ridruejo y Cassius Clay, ya conocido Muhammad Ali. No cito a don Manuel Azaña porque me he tenido que resignar a leerle y la oratoria no es un arte de convicciones, sino de emociones.

Todo esto para decir que los charlatanes de ahora me parecen unos pelmazos importantes. Aburren a las ovejas de sus propios rebaños. Los únicos que tienen posibilidades de amnistía son los que desconectan sus sonotones.

## EN CLAVE DE HUMOR

Ramón



## LA VENTANA

Juan José Millás



## MONÓTONO MENÚ

IMAGINEMOS que todos los autores escribieran la misma novela, que todos los artistas pintaran el mismo cuadro, que todos los cocineros prepararan el mismo menú, que todos los periódicos publicaran los mismos contenidos... Observémosnos ahora en el autobús o en el metro, leyendo cada uno de nosotros el mismo libro que el resto de los viajeros. Supongamos que tenemos la mañana libre y que nos dirigimos a una galería de arte donde se exponen, uno detrás de otro, 40 cuadros gemelos. Figurémonos que, llegada la hora de comer, nos acercamos a un afamado restaurante chino de los alrededores donde solo sirven fabes con chorizo, lo mismo que en los restaurantes japoneses, vietnamitas, vascos y, por supuesto, asturianos, de la ciudad.

Agotados mentalmente por la visita a la galería de arte, y para facilitar la digestión de las fabes con chorizo, regresamos a casa, nos dejamos caer en un sofá idéntico al de todas las casas (de hecho, es de Ikea) y encendemos la tele de plasma. Pongamos que disponemos de cien canales diferentes, aunque todos con la misma programación. No importa el botón del mando a distancia que aprietes, siempre te encuentras con la misma película, el mismo telediario, el mismo concurso, la misma entrevista. Pero resulta que tú eres, por ejemplo, escritor, de modo que para escapar a la monotonía reinante apagas la tele y te pones a escribir una novela. El problema es que te sale la que leía todo el mundo en el metro, esta mañana, cuando te dirigías a la galería de arte donde se exponían 40 obras idénticas. A lo mejor eres cocinero y decides relajarte un poco entre los puchereros. De acuerdo, pero misteriosamente solo eres capaz de hacer fabes con chorizo.

La situación sería un poco enloquecedora, ¿no? Si hay algo desquiciante en la vida, es la repetición, el círculo vicioso. Pues esa es exactamente la situación que vivimos estos días de campaña electoral, donde nos obligan a consumir, no importa quién hable, casi el mismo discurso, como si los candidatos, apresados en la misma masa ideológica, no lograran distinguirse claramente los unos de los otros. Imaginemos un país donde solo se presentara a las elecciones un partido. ¿No es en cierto modo lo que ocurre ya?

## Comercio electrónico, clave para la recuperación

LOS datos arrojados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) afirman que a finales del año pasado la cesta de la compra se encareció un 0,5%, situando la tasa interanual en el 2,3%. A precios más altos, menor consumo, y así no hay quien levante cabeza.

Tanto es así, que el portavoz de Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos, Sebastián Reyna, manifestó su preocupación por la dificultad con la que se están encontrando los comerciantes "para trasladar los precios reales al cliente", lo que unido a la baja capacidad de consumo "puede estar haciendo disminuir a la baja el IPC final".

Ciertamente las predicciones no son muy halagüeñas y el ambiente que se respira es de pesimismo e incertidumbre. Pero también es cierto que este desánimo general se propaga como la pólvora, haciendo que nos escondamos en la queja y en el miedo, cuando deberíamos estar pensando soluciones a esta situación.

Con esto me refiero a que debemos revertir la situación a nuestro favor; es el mejor momento para aprovechar las oportunidades de nuevos negocios. Sin ir más lejos y según la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT), el comercio electrónico facturó 1.835,3 millones de euros en el segundo trimestre del año pasado, aumentando un 28%. Este crecimiento de ventas online es producto de la evolución lógica de nuestro sistema porque aporta una serie de ventajas como precios más económicos, evita las prisas de última hora, además de que no hay horario de cierre para elegir las compras a realizar.

Invertir en nuevas tecnologías, y más en el comercio, supone una oportunidad de ne-

gocio que lentamente va instalándose en el sector servicios de nuestro país. Está claro que la clave para salir del agujero en el que nos vemos inmersos está en la inversión en innovación y tecnología; es una de las maneras de salir a flote. Las infraestructuras obsoletas durante esta etapa económica, sólo pueden acarrear resultados negativos para casi todos los sectores que consigan mantenerse a flote y para que esto no suceda hace falta un cambio de mentalidad general.

Algunas grandes empresas ya han incorporado la venta online de sus productos, tarde, pero lo han hecho. Por ejemplo, las tiendas de Zara, pertenecientes al grupo textil Inditex, comenzaron sus ventas online hace varios meses y los resultados hasta la fecha son altamente satisfactorios, ya que se ha convertido en el primer establecimiento de la cadena por facturación, a nivel mundial, con alrededor de 5.000 pedidos diarios. Si en tan poco tiempo de vigencia ha conseguido estos resultados, claramente es porque sus clientes estaban deseando que diera el paso. Demasiado han tardado.

Obviamente, el desánimo es general y no es para menos. Pero ya es hora de dar una vuelta de tuerca, dar un paso al frente, incluso adelantándose a las grandes empresas, como Zara. La clave para nuestro negocio está en apostar por la innovación y por la tecnología.

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña es CEO Ocio Networks

Alejandro Suárez



**La clave para salir del agujero en el que nos vemos inmersos está en la inversión en innovación y tecnología**