

Las ventas en línea aportan ventajas como precios más bajos y evitan prisas de última hora. Además, no limitan al consumidor con horas de cierre

El comercio-e, clave para la recuperación

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña
www.alejandrosuarez.es

Por temporadas, la cesta de la compra se encarece y entonces a precios más altos, el consumo es menor, y así no hay quien levante cabeza. Tanto es así, que se está manifestando la preocupación ante 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 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

"Invertir en nuevas tecnologías, y más en el comercio, supone una oportunidad de negocio"

"Las infraestructuras obsoletas en esta etapa económica solo acarrearán resultados negativos"

"Las tiendas de Zara comenzaron sus ventas electrónicas hace varios meses"

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 28%.

Este crecimiento de las ventas en línea 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 negocio que lentamente va instalándose en el sector servicios. 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 seguir adelante. Las infraestructuras obsoletas, durante esta etapa económica, solo pueden ac-



rrrear 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 en línea de sus productos -tarde, pero lo han hecho. Por ejemplo, las tiendas de Zara, pertenecientes al grupo textil Inditex, comenzaron sus ventas electrónicas hace varios meses y los resultados hasta la fecha son altamente satisfactorios, ya que se ha convertido en el primer establecimien-

to 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.

El desánimo es general y no es para menos. Pero ya es hora de dar una vuelta de tuerca, incluso adelantándose a las grandes empresas. La clave para nuestro negocio está en apostar por la innovación y por la tecnología.

CEO Ocio Networks

TECNOLOGÍA EN MOVIMIENTO

Cuentahabientes en la mira de los hackers

Los hackers no paran. Su última exhibición fue el ciberataque a los sistemas de seguridad del Citibank, donde accedieron a más de 200.000 cuentas de tarjetahabientes. Un hecho difícil de avalar para el gran banco que hizo pública la información solo un mes después, cuando comenzó a informar a los afectados. Oficialmente se indica que los piratas informáticos obtuvieron nombres, números de cuentas, contactos y correos electrónicos de los cuentistas estadounidenses; otros datos vitales como fecha de nacimiento, códigos de seguridad y números de seguridad so-



Argélida Gómez
Periodista de Tecnología

"Un troyano bancario viaja en un supuesto video del futbolista brasileño Neymar"

cial no fueron alcanzados. Pero no se dieron detalles de cómo ocurrió el evento.

Expertos en seguridad recomiendan a los afectados estar en alerta ante cualquier campaña de *scam*, *phishing*, llamada telefónica o técnica de ingeniería social que utilizan con frecuencia los hackers.

Precisamente, Panda Security acaba de informar que descubrió un nuevo código malicioso, el Banbra GYI, que utiliza como gancho un video del fútbol brasileño, Neymar, donde aparecería en intimidad con su ex pareja, pero en realidad no existe tal grabación

y al pinchar el enlace el usuario descarga esta nueva variante de una familia de troyanos bancarios, que comienza a realizar acciones maliciosas, como capturar contraseñas de acceso a servicios financieros en línea.

Cuando el usuario visita alguna de las páginas de los bancos señalados, el Banbra GYI redirige el navegador a páginas fraudulentas, donde se le pide que introduzca sus datos claves de acceso para robarlos. Entre las entidades afectadas, están el Banco Santander y American Express.

argeros@yahoo.com