

Trick or Treat

(Dulce o travesura) en la red

Ramiro Mora*

¿Dulce o travesura? Esa es la típica frase con la que se encuentra un adulto cuando abre la puerta de su casa la noche del 31 de octubre; Halloween, una fiesta celebrada desde hace miles de años, una excusa para disfrazarte, divertirse con los amigos y una razón más para festejar. La fiesta del terror, las brujas, los fantasmas y los monstruos que esa noche cobran protagonismo, es celebrada principalmente en los Estados Unidos y en otros países del mundo.

Internet puede ayudarte a hacer de esta época algo más atractivo e interesante, desde ideas para diseñar disfraces hasta tétricos obsequios para los niños. La red tiene casi todo lo que Halloween se pueda imaginar.

En embrujando.iespana.es/embrujando/halloween.html se describe la evolución de esta celebración otoñal que marcaba el comienzo de un nuevo año y en la que se tallaban nabos luminosos en lugar de las actuales calabazas, sustituto descubierto por los colonos británicos a su llegada a América.

La festividad que ha cobrado presencia en nuestra ciudad por medio de celebraciones en centros comerciales y de diversión, es un buen motivo para que los pequeños participen de éstas. En *Halloween On The Net*, www.holidays.net/halloween, o *Halloween.Com*, www.halloween.com, son páginas complementarias en inglés que ofrecen todo lo que cualquier novato o aficionado a la fiesta debería saber. La primera, con sonido incorporado, leyendas, efectos y temas fantasmales; la segunda con brujas, fantasmas, cementerios, trajes y humor.

Incluso un adorno festivo, tan fundamental como las calabazas, consigue una presencia nutrida en Internet que, para no perderse, conviene recurrir a *Big Giant Pumpkin*, www.backyardgardener.com/pumplink.html, donde dan consejos para cultivar una calabaza personal, y en cuyos enlaces encontrarás lo necesario para conseguir la campeona de todas las calabazas terroríficas.

Halloween, es también un buen momento para acordarse de los amigos vía tarjeta postal digital. Las hay, pocas, en español, en www.orbitalbanner.com/postcard/halloween.shtml, y en abundancia en *Halloween Greeting Cards*, www.123greetings.com/events/halloween. Y si queremos poner un sabor terrorífico en nuestra mesa, deliciosas y novedosas recetas en holidayrecipe.com/halloween/home.asp. Si deseas un sabor hispano y dulce, las calaveras de azúcar mexicanas son una alternativa en mexico.udg.mx/cocina/postres/Calaveras.html, con ellas entramos en la celebración muy popular en esta fecha, la del Día de los Muertos.

La otra cara de Halloween

La esencia del miedo ha modificado su máscara y su disfraz a raíz de los acontecimientos del 11 de septiembre del año pasado. Un movimiento social norteamericano intenta convertir esta fiesta del terror, en una celebración positiva, entretenida y con valores, promoviendo la idea de que los niños se disfrazen de santos, payasos, princesas, bomberos, policías, enfermeras y superhéroes, desplazando de esta manera a los diablos, brujas y monstruos. Es decir, un disfraz alegre, colorido y novedoso y que, por supuesto, no provoque

El presente es inexplicable sin el pasado, por ello pese a la caída en las ventas de Halloween el año anterior, las transacciones se renuevan el 2002 y se incrementan debido a cambios estratégicos que han sido necesarios para la continuidad de la tradición de una nación y la significación de su destino.

miedo o espanto, con el fin de ir modificando el aspecto terrorífico de la costumbre.

Mucho ha cambiado en un año. Un informe de *eMarketer* respecto a las compras del 2001 realizadas en esta temporada mostró una situación difícil para los vendedores en línea. A inicios del último trimestre de 2001, la economía de los E.E.U.U. estaba en una recesión y la seguridad del consumidor había sido sacudida por los acontecimientos de septiembre. Este año, la economía de los E.E.U.U. continúa presentando muestras de debilidad. La confianza de cliente ha caído aún mucho más, el desempleo sigue siendo alto y los precios comunes son volátiles. Pero sigue siendo posible que los vendedores en línea tengan una Feliz Navidad, si asumen que pueden mejorar sus servicios, generar ofertas competitivas e incrementar la cantidad de promociones estacionales. En este caso las ventas por Internet son estimadas en \$12,9 mil millones, un aumento del 16% comparado con el del año pasado.

US Q4 Online Retail Sales, 1999-2002 (In millions and % growth vs. prior year)

1999	\$5,481
2000	\$9,459 (72.6%)
2001	\$11,178 (10.2%)
2002 (1)	\$12,965 (16.0%)

Note: Does not include Food Services. The Census Bureau defines e-commerce sales to be the sales of goods and services where an order is placed by the buyer or price and terms of sale are negotiated over an Internet, extranet, Electronics Data Interchange (EDI) network, electronic mail, or other online.

Source: US Department of Commerce, August 2002; (1) eMarketer, October 2002.

044106 ©2002 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com

Las transacciones en línea para Halloween es una luz en un cuarto oscuro, dice a Dr. Nevin Cohen, analista de *eMarketer*. Se espera que las ventas en la red crezcan a raíz de las compras realizadas para la festividad superando las registradas en los últimos tres o cuatro años pasados.

Online Holiday Sales Worldwide, by Region, Q4 2000 & Q4 2001 (In billions)

North America	\$11.86	2001
Europe	\$8.58	
Asia-Pacific*	\$2.46	
Japan	\$1.40	
Rest of world	\$0.99	
Total	\$25.29	

Note: *excluding Japan

Source: GartnerG2, October 2001

036640 ©2002 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com

En una perspectiva global, los E.E.U.U. continúan siendo un líder en ventas en línea en esta temporada, según datos de *GartnerG2*. Las ventas en Internet europeas del día de Halloween en el 2001 eran el solamente 72% de las ventas de los E.E.U.U. para el mismo período.

Se observa el pronóstico del comercio electrónico para el cuarto trimestre del 2002 igual a \$44 millones de dólares por concepto de venta al por menor *B2C* (*Business To Customer*), lo que representa un crecimiento del 22,7% entre 2001 y 2002.

US Online Retail Sales, 2000 - 2002 (In billions)

2000	\$27.3
2001	\$35.9
2002	\$44.1

Source: eMarketer, October 2002

044106 ©2002 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com

Este incremento se debe a dos factores, el comportamiento del tipo de cambio y el cambio demográfico. Los recientes usuarios de Internet, particularmente adultos jóvenes, que ahora cuentan con una tarjeta de crédito, (necesaria para la compra en línea) y los adultos de la clase obrera y ancianos, harán su primera transacción en Internet para la festividad, haciendo un total de 3 millones de nuevos compradores, con una proyección total de 62 millones para este último trimestre.

US Online Holiday Buyers, 2000-2002 (In millions)

2000	44.6
2001	58.7
2002	61.7

Note: figures based on US residents ages 14+

Source: eMarketer, October 2002

044106 ©2002 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com

Finalmente Bolivia no queda ausente de los procesos de cambio, quizás el próximo año las ventas por Internet en nuestro país, nos den una sorpresa en el día de los muertos, aún así no hagamos de la tradición de otra nación algo impuesto y estéril adoptando todo lo nuevo como significación de progreso, porque engendrar el porvenir consiste en mantener nuestra historia y nuestra memoria propias ■

Web Sites

<http://www.halloween.com/>

http://www.laguia.com.ve/informativas/postales/html/EnvPost_DiaHalloween.html

<http://www.alaolla.com/clasecocina.asp?ido=21>

<http://www.nochedebrujas.com/halloween.html>

<http://www.cinefantastico.com/monstruo.htm>

<http://www.emarketer.com/>

* Ingeniero Electrónico

UN MUNDO DE OPORTUNIDADES PARA LA INDUSTRIA NACIONAL LO ENCUENTRAS EN...

MUNDO EMPRESARIAL

La fuerza de la Industria Boliviana

Llámenos:
772-64151
2252347

RDP

Lunes a Viernes
de 14:30 a 15:30
Repris de 8:30 a 9:30

Rosania S.R.L.

VIRGINIA