

Cuando la crisis aprieta, Internet respira

David Corral

La caza de la ganga no entiende de espacios, pero se lleva mejor con Internet. La comodidad de no moverse del sillón de casa y rastrear en un gran bazar a golpe de clic, hace que las compañías online resistan mejor la crisis económica.

Uno de los sectores más afectados por la crisis: el inmobiliario, ha encontrado refugio en Internet. La demanda online de pisos en alquiler se sitúa en un 32% de la total y casi dobla a la oferta en alquiler de los anuncios publicados en papel, que se sitúa en el 17,6%, según un informe elaborado por Trovit. Uno de los principales motivos que ha motivado la migración a Internet es la centralización de los datos y los motores de búsqueda que propician una mejor atención al usuario.

Las compañías inmobiliarias online experimentan un mejor resultado en cuanto número de visitas en estos últimos meses. Idealista.com ha incrementado sus usuarios únicos en un 49,83% desde octubre de 2007 hasta el mismo mes de 2008, un periodo en el que paradójicamente la crisis ha afectado al sector inmobiliario. "La crisis ha propiciado un traslado a Internet, hemos alcanzado resultados históricos", asegura Fernando Encinar de Idealista.com, quien considera que la demanda también aumenta porque el usuario cada vez busca información más completa.

La gran ventaja del medio online es el gran abanico de búsqueda, lo que permite a su vez ahorrar tiempo en los desplazamientos. A ello se une la incorporación de herramientas propias de la web 2.0. Idealista.com ha incorporado vistas aéreas de Microsoft Live, aplicaciones de Google Street View e incluso la posibilidad de publicar vídeos caseros de las viviendas.

Los precios de la vivienda han caído en el tercer trimestre del año en torno al 2%-5%, por lo que un propietario que desee vender debe establecer un precio atractivo. En un anterior periodo los compradores decidían evitar las agencias, pero la nueva situación económica ha cambiado: "Las agencias han adoptado un papel educador para que los propietarios se conciencien de la situación del mercado y bajen el precio", asegura Encinar.

El cambio de divisa

Los más ahorradores han aprovechado la disparidad euro-dólar para comprar productos a través de la Red. Adquirir productos tecnológicos en Internet puede suponer un ahorro del 25% de media. Por ejemplo, adquirir el paquete Office 2007 Professional de Microsoft en los EE UU cuesta 403 euros, mientras que en España llega a alcanzar los 699 euros, según un informe elaborado por MyComputer.com. Sin embargo uno de los principales rivales de Microsoft, Apple es el que menos diferencia de precio alcanza entre continentes: sólo incrementa un 5% el precio recomendado en España

Si el cambio de divisa no es efectivo, siempre queda la búsqueda en portales de comercio online, especializados en la caza del chollo. Uno de ellos es Mundoofertas.com, el portal aglutina todo tipo de productos gracias a su comunidad de usuarios. El registro facilita los trámites y otorga al internauta la posibilidad de participar de forma activa en la web.

"Mundoofertas es una comunidad de ahorro para que la gente encuentre la ganga", asegura Sergio Garasa, director general del portal, que basa su política de ahorro en cinco fuentes: el propio usuario informa de dónde se encuentra la ganga, un robot de búsqueda que funciona mediante palabras clave, acuerdos directos con los anunciantes o a través de agencias o distribuidores que facilitan la búsqueda. La finalidad buscar el producto más barato, el usuario

puede ahorrarse hasta un 30% de media sobre lo que desea adquirir. Además Garasa puntualiza que su portal permite probar los productos antes de comprarlos de forma definitiva por lo que el cliente encuentra otro aliciente a la hora de acudir a la modalidad online.

Mayor de 45 busca trabajo

En tiempos de crisis el desempleo aumenta. España roza los 2,6 millones de parados de los cuales el 51% tiene más de 45 años, ante esta problemática la web alberga una iniciativa para fomentar el empleo entre este sector de la población: empleosenior.org.

Luis Capella, uno de los promotores de esta iniciativa considera que esta "quijotesca" idea ha tenido cabida en la Red "porque el coste es muy reducido y es un espacio de encuentro". [Empleosenior.org](http://empleosenior.org) funciona mediante un registro donde los candidatos y las empresas deciden buscarse. Actualmente la web recibe cerca de 50 currículum vitae diarios cuando tan solo alcanzan un mes de vida.

La propuesta de momento es a nivel nacional, puesto que los medios son escasos. Aunque la experiencia es extensa, según Capella: "Tenemos 15.000 años de experiencia si multiplicamos los años laborales trabajados por cada uno de nuestros usuarios". A su vez desde la web aseguran que hay personas que ya han renunciado a elevados sueldos para convertirse en mileuristas a los 45.

El País, Madrid, 14 nov. 2008, Tecnología, online. Disponible em: <<http://www.elpais.com>> Acceso em 14/11/2008.

A utilização deste artigo é exclusiva para o www.elpais.com