

El mercado de los proyectores crece a pesar de los hípervers

Paralelamente a los grandes avances en entretenimiento digital, el mercado de los electrodomésticos ha visto como surgían nuevas posibilidades en el campo de la imagen que han ampliado el abanico de opciones para usuarios particulares y empresas.



Estas últimas pueden disponer ahora de herramientas de trabajo de las que antes no podían disfrutar. Uno de esos electrodomésticos cuyo uso está cada vez más extendido en las empresas son los proyectores, ideales a la hora de realizar presentaciones y como apoyo en conferencias o reuniones empresariales, entre otras funciones. Pero poco a poco también se han ganado un puesto en el hogar, ofreciendo una auténtica sensación de cine en casa.

El mercado de los proyectores siguen en auge una vez consolidada la penetración de las nuevas tecnologías de la comunicación en la actividad diaria. Año a año crece el número de proyectores vendidos y aumentan también los ingresos en este sector, sin que ello impida que los precios sean cada vez más bajos. Entre junio de 2004 y mayo de 2005 se vendieron un total de 31.300 proyectores, una cantidad modesta

comparada con algunos otros electrodomésticos del mismo sector de la imagen, pero una cifra respetable si, como ya se ha comentado, se tiene en cuenta que su uso era básicamente corporativo. El dato que explica la gran aceptación que están teniendo estos electrodomésticos es el porcentaje de crecimiento respecto al mismo periodo un año antes: prácticamente un 90%. En cuanto a los ingresos, el crecimiento no es tan grande, pero sí lo suficiente como para considerar que el mercado va viento en popa. Entre junio de 2004 y mayo de 2005 la cifra de ingresos por venta de proyectores rozó, en el total del mercado, los 46 millones de euros, casi un 50% más que en el mismo periodo del año anterior. El precio medio de un proyector ha descendido también de manera notable, pasando de casi 2.000 euros la unidad, de media, a no llegar a los 1.500 euros, lo que supone un descenso de casi el 25%.

A pesar de los hipermercados

Todo el crecimiento en el mercado de los proyectores es aplicable a la totalidad de los distribuidores, con una sonora excepción: los hipermercados. Quizá porque las grandes superficies comerciales no han considerado o no han conseguido llegar a las empresas, quizá porque es un producto que requiere una buena prescripción y al consumidor le merece más confianza un establecimiento más especializado, los hipermercados se han quedado estancados en cuanto a negocio en la distribución de proyectores. Son el distribuidor que menos ventas consigue entre junio de 2004 y mayo de 2005 en este tipo de electrodomésticos (apenas llega a las 400 unidades en casi un año), con un crecimiento nulo (0%) respecto al mismo periodo del año anterior. Sus ingresos han bajado, en la venta de proyectores, en casi un 17%, quedándose en los 434.000 euros, y todo ello a pesar de un notable descenso en los precios (también un 17%) entre junio de 2004 y mayo de 2005, respecto al mismo periodo del año anterior.



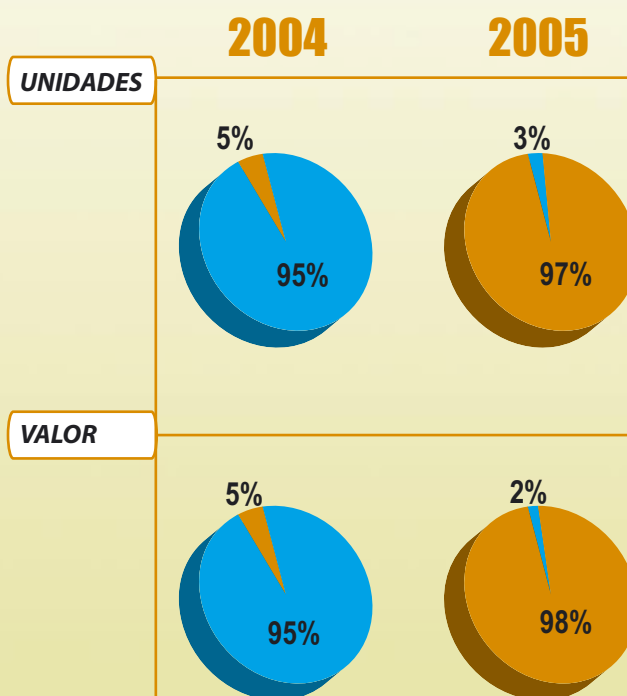
Buen negocio para los demás

El resto de distribuidores, sin embargo, siguen la estela del mercado y se benefician de la bonanza que está viviendo este sector. El caso paradigmático es el de los establecimientos independientes, cuyas ventas (en el caso de los proyectores) representan más del 78% del total del mercado. Es decir, de cada 100 clientes que compran un proyector, 78 lo hacen en un distribuidor independiente. En total, entre junio de 2004 y mayo de 2005 se vendieron en este tipo de establecimiento 24.500 proyectores, con un crecimiento, respecto al mismo periodo un año antes de casi el 95%. En cuanto a cifra de ingresos, los establecimientos independientes consiguen facturar casi 38 millones de euros, casi un 50% más que un año antes. Lo más sorprendente de todo es que los establecimientos independientes son, de largo, los que más caro

venden este electrodoméstico, 1.540 euros la unidad, teniendo en cuenta que sólo un año antes costaba casi 2.030 (más de un 24% más caro). Tanto las cadenas de electrodomésticos como los grupos de compra se benefician de igual manera de la bonanza en este sector, con crecimientos en número de unidades vendidas por encima del 70% en ambos casos, y siguiendo la tónica de un incremento de los ingresos algo más moderado (por debajo del 37% en ambos casos) y de precios que descienden vertiginosamente (descensos de más de un 24% en ambos casos). ■

VENTAS PROYECCIÓN POR TIPOS

■ Proyector Frontal ■ Televisión de Proyección



* de junio a mayo

Fuente: Consultoras. Elaboración Electromarket