

Audio portátil, un sector entre la moda y el precipicio económico

El sector del audio portátil está viviendo momentos convulsos, debido sobre todo al cambio de usos por parte del consumidor y a la llegada de nuevos equipos que amenazan la posición de dominio de los existentes hasta el momento.

¿Están los reproductores de MP3 muertos o hay alguien aún que compre una radio o un CD? Podrían ser las dos preguntas tipo que definan el momento actual del sector de equipos de audio. La llegada de nuevas formas de consumo de contenidos convive todavía con los restos de una industria que se resiste a desaparecer. Se podría decir que es la lucha de lo físico contra lo digital. Y no solo en cuanto a contenidos, sino también en cuanto a equipos hardware que están siendo paulatinamente sustituidos por software. Software, que cuenta incluso con más y mejores funciones que su equivalente tangible.

Ventas MP3/MP4

El caso más palpable es el de los reproductores de música MP3 (y como no, también los de vídeo MP4). Estrellas de la electrónica de consumo hasta hace bien poco, fueron los responsables de llevar al estrellato a compañías como Apple. Ahí está el iPod para confirmarlo: un pequeño equipo revolucionario en su época. Permitía llevar en el bolsillo más de 3.000 canciones sin apenas ocupar espacio y dio lugar a toda una industria de la venta de música on-line.

Pero a todo le llega su fin y hoy en día, las ventas de iPod no suponen prácticamente nada en la cifra global de negocios del gigante de Cupertino. Y parece que no es una cosa que tenga que ver solo con Apple, sino una tendencia del mercado: el reproductor de música por hardware está en vías de desaparición y ha sido sustituido por su integración como programa dentro de otros equipos más avanzados. Sí, ha renacido como app en los smartphones.

Como ha ocurrido en otros segmentos de la electrónica de consumo, la llegada del smartphone ha supuesto una verdadera carnicería para sectores antaño líderes. Desde las cámaras de fotos hasta los GPS, pasando como no por los MP3; los distintos fabricantes han visto como sus ventas se hundían a medida que se vendían más teléfonos inteligentes. Algo similar está ocurriendo en el sector del audio portátil. Lo dicen los números y no son nada halagüeños para quienes fabriquen productos físicos.

Así, por ejemplo, las ventas de equipos portátiles de reproducción de MP3 y MP4

han caído en un -18%. Cifra más que considerable para un mercado no demasiado grande. Similar tendencia han seguido los sintonizadores de radio: integrados ya sea como software en teléfonos móviles

Actualmente estamos viviendo un mal momento para el sector de audio de consumo, con caídas de ventas en prácticamente todos los segmentos

o como una cadena de televisión más en las emisiones de TDT. Sus ventas han caído un -5%.

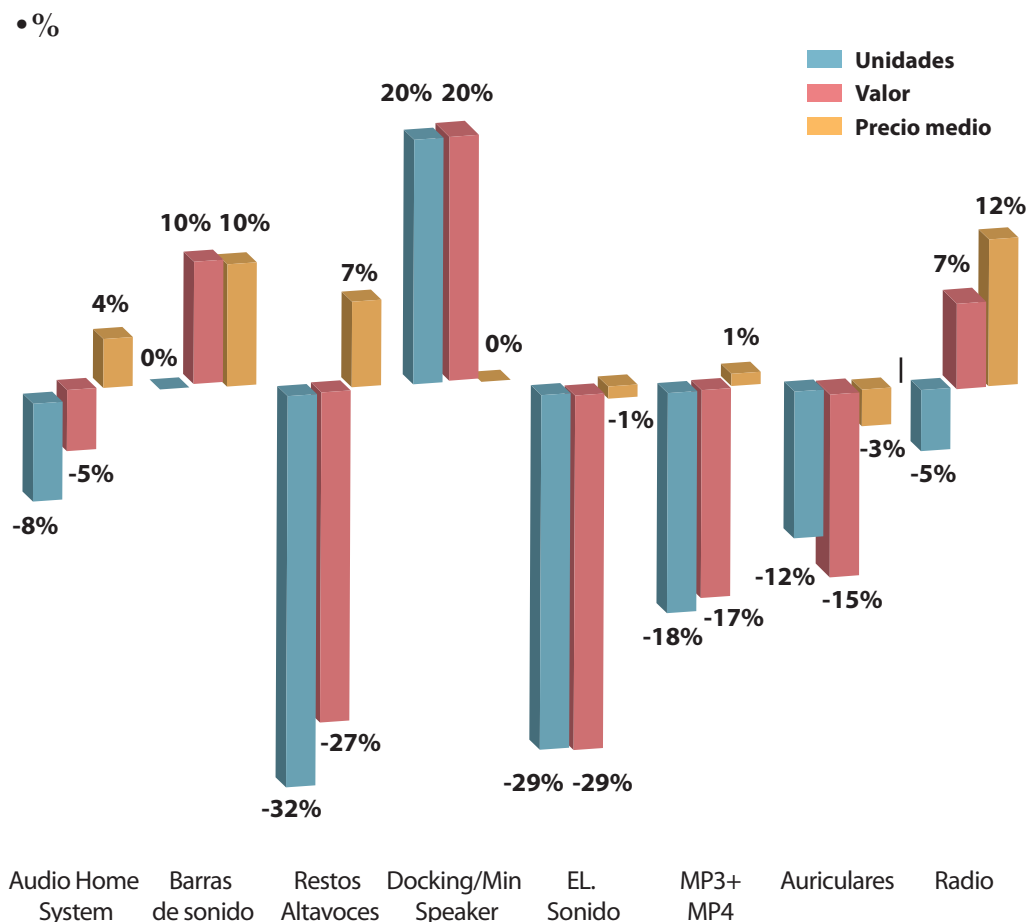
Como podemos ver, ha sido la sustitución de productos que antes eran físicos por su hermano digital lo que ha cambiado las tendencias de ventas.

Altavoces autónomos: las nuevas estrellas

Pero la llegada de esos mismos servicios digitales ha supuesto también el lanzamiento de nuevos nichos de mercado para industrias hasta ahora marginales. Es el caso del de los altavoces autónomos. Un segmento como el de los altavoces portátiles, hasta hace bien poco desconocido, ha visto como sus ventas se disparaban gracias a la llegada simultánea de dos nuevos elementos (la conectividad Bluetooth y los servicios de música online como Spotify). En efecto, gracias a la popularización del omnipresente teléfono inteligente con sus amplias posibilidades de conexión y a la llegada de tecnologías de miniaturización de altavoces y baterías de larga duración; se ha conseguido lanzar con éxito este nuevo equipo multimedia presente hoy en día en playas, piscinas y plazas de todo el territorio nacional.

Y es que los altavoces autónomos con Bluetooth son el nuevo éxito de ventas.

VENTAS SONIDO 2017



Fuente: Consultoras Elaboración: Electromarket

Especialmente importante es la caída en la división de altavoces en general (-32%), reproductores MP3/MP4 (-18%) y auriculares (-12%)

Con unas cifras de negocio del +20% en el 2017, no cabe duda alguna de que los altavoces portátiles son el equipo por excelencia de estos últimos meses. El tirón ha sido tal, que han desbancado incluso a la estrella hasta el momento: los auriculares inalámbricos.

Cae la venta de auriculares

Quién iba a pensar hace menos de un año que el gran éxito de ventas del sector iba a caer en desgracia. Pues así ha sido. Nos referimos al segmento de los auriculares (incluyendo los Bluetooth), que han visto un éxito más que efímero. Así, si en los últimos dos o tres años las cifras de ventas no paraban de subir, ha sido en este último 2017 cuando el público ha comenzado a darles la espalda.

Ya sea por saturación del segmento o por escasas innovaciones tecnológicas, el caso es que las ventas de auriculares han caído en un 12%. Cifra nada despreciable para un sector hasta ahora en boga.

Pero la caída de ventas no se limita sólo a reproductores de MP3, auriculares o radios. Parece que todo el sector de audio de consumo se encuentra en una situación difícil. Otro ejemplo de ello lo encontramos en el segmento de barras de sonido para televisores. Un sector que hasta hace bien poco contaba también con unas ventas envidiables, pero que últimamente ha visto drásticas reducciones en su cifra de negocio. Pese a ello, es el único de todo el sector que consigue mantenerse a flote gracias a que logra igualar las cifras de ventas del año anterior.

Lo que sí son buenas noticias para el sector es el aumento del precio medio de casi todo el rango de equipos de audio. Así, los incrementos más notables los encontramos en los segmentos de radio con un 12% de crecimiento del precio medio, así como en las barras de sonido, donde se alcanza el 10%. Pero el resto de segmentos no se quedan a la zaga, con incrementos que van desde el 7% para altavoces hasta el 4% para los sistemas de audio doméstico.

Por su parte, el descenso más intensa se produce en el caso de los auriculares, que con un -3% lideran las caídas del sector. Caída que seguramente tenga mucho que ver con una más que evidente saturación del segmento. ▶

