

Los televisores 4K salvan la Línea Marrón



Tras un largo período con unas ventas en el mercado de electrónica de consumo decepcionantes, parece que por fin las cifras del sector comienzan a mostrar un ligero repunte, gracias sobre todo al empuje proporcionado por el segmento de televisores.

Habituados como estamos a cifras no demasiado halagüeñas en el mundo de la Línea Marrón, las últimas cifras de evolución del mercado de electrónica de consumo llegan como agua de mayo. Y es que tras varios años con números en retroceso, por fin el mercado ha evolucionado a positivo, logrando un aumento del 2,7% de la cifra global de negocio. Todo gracias al paso desde los 1.401 millones de euros facturados en el 2017, hasta los 1.438 millones de euros del 2018. Puede parecer un montante pequeño, pero lo importante no es el tamaño, sino la tendencia y esta parece indicar una pequeña recuperación del mercado de electrónica en España.

Evidentemente no todos los equipos de electrónica tienen el mismo interés para el público y eso se observa claramente

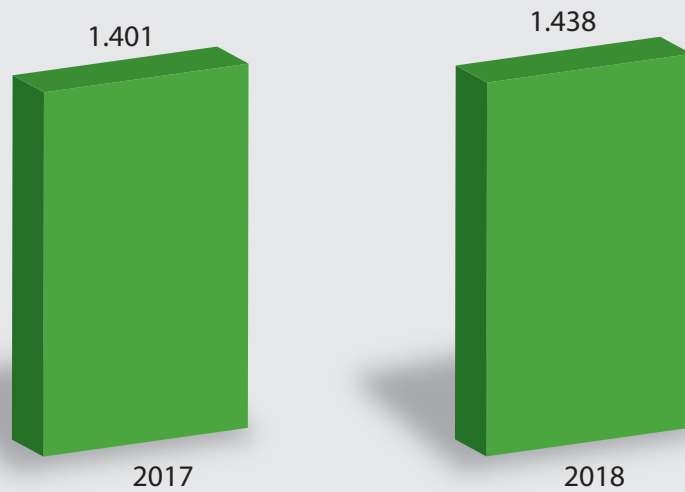
en las ventas. Mientras unos segmentos cuentan con productos estrella, otros en cambio se hallan en franca decadencia. En el destino de un buen número de ellos, mucho tienen que ver las nuevas formas de uso de la tecnología, el desembarco de las plataformas de streaming o la cercanía (o no) de grandes eventos deportivos. Todos ellos unidos son los principales culpables de las grandes renovaciones de equipos, sobre todo televisores. Segmento el de los televisores, en el que la llegada de nuevos equipos de gran tamaño y, sobre todo, de gran resolución (4K), ha supuesto toda una pequeña revolución en el mercado de ventas. Y es precisamente esta nueva resolución a 4K la que se ha convertido por sí sola en el gran argumento de venta para la renovación del antiguo televisor HD Ready a los estándares actuales.

Televisores

Dicha "impresión" se plasma en las cuentas, ya que son precisamente los televisores los grandes salvadores del sector. Se comprueba fácilmente la importancia de estos equipos en la facturación final, al suponer nada menos que un peso del 72% de la facturación del sector, destacando especialmente los nuevos televisores 4K que se llevan nada menos que el 6% de todo lo facturado en Línea Marrón española. En cuanto a la evolución de las ventas de televisores por subtipos, son claramente los LCD-LED los que se llevan el premio, ya que se hacen con el 78% del valor facturado. Los que no se llevan ningún premio son claramente los receptores de TDT. Equipos estrella durante los primeros años de implantación de la TDT en España (por la ausencia de televisores equipados

Mercado español de Línea Marrón 2017-2018

Millones de euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

LÍNEA MARRÓN EVOLUCIÓN VENTAS MERCADO ESPAÑOL 2017-2018

	Unidades	Valor	Precio medio
Soportes de tv	8%	7%	-1%
Videocámara	-12%	-20%	-8%
LED-TV	4%	5%	2%
LCD-LED	80%	78%	-6%
Reproductor DVD / BLUE RAY	-20%	-60%	3%
DVD portátil	-29%	-20%	-4%
DVD grabador	-40%	-11%	60%
Descodif. TDT	-20%	-16%	9%
Barras Sonido	7%	10%	3%
Restos Altavoces	25%	8%	-10%
Docking/min speaker	-1%	9%	11%
El. sonido	-10%	-15%	-3%
MP3+MP4	-20%	-25%	0%
Auriculares	6%	8%	0%
Radio	5%	-1%	-6%
Car audio	-20%	-30%	-8%
Car speakers	-13%	-20%	-8%
Car navigation	-35%	-35%	1%

Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

con ellos de serie), estos pequeños receptores de televisión han caído en desgracia tras la casi completa renovación del parque televisivo español y su adaptación a las emisiones digitales. Lo denota la caída en un -20% de las unidades vendidas de este tipo de equipos.

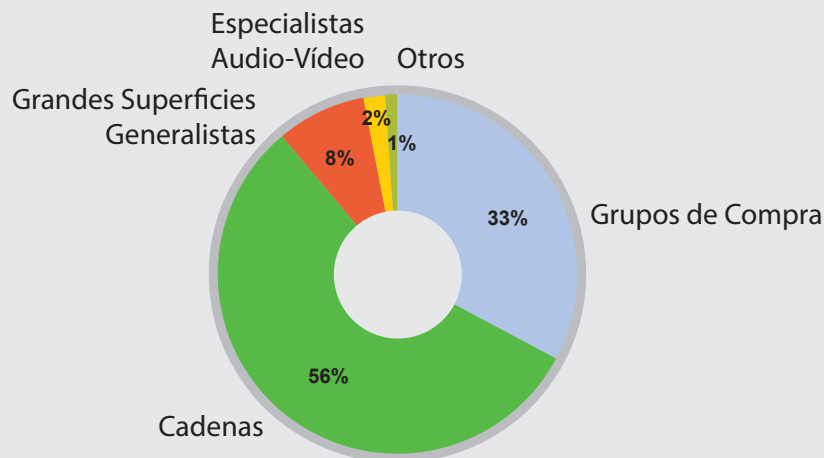
Las víctimas

Aunque estas cifras pudieran hacer pensar en una recuperación más que incipiente de todo el sector, el pequeño problema estriba en que el resto de subsectores (que hasta hace bien poco gozaban de una salud más o menos aceptable) están comenzando a hundirse como consecuencia de los nuevos hábitos de uso que comentábamos antes. Así, la llegada de servicios como Netflix o Spotify han hundido literalmente las ventas tanto de reproductores DVD/Blue-ray; como de reproductores de música Mp3/Mp4. Por ejemplo, en el caso de los DVD/BD la caída de unidades vendidas ha sido del -20% (alcanzando el pico del 40% en el caso de los grabadores BD); mientras que para los reproductores de MP3, el hundimiento ha sido también notorio, alcanzando la caída un -20% menos de unidades vendidas. Todo ello nos hace pensar que para las nuevas generaciones, el formato físico está claramente muerto y lo que ellos valoran más es la posibilidad de acceso a un vasto catálogo en línea, sobre la posesión física de esos productos.

El mercado de Línea Marrón muestra una ligera mejoría al alcanzar una cifra de negocio de 1.438 millones de euros en 2018, un 2,7% más que el año anterior

Otros segmentos caen víctimas de la integración de servicios y los cambios de uso asociados. El mejor ejemplo de ello es el de los sistemas de "Car Navigation" (los GPS de toda la vida). El hecho de que cada vez más usuarios hacen un uso mayor de los smartphones como sistemas GPS sustitutorios (gracias a la integración de Google

Cuota de mercado por canales 2018



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

Sólo hay otro segmento que se salva de los números rojos: los altavoces, con un aumento de unidades vendidas del 25%

Maps), unido al hecho de que los diferentes fabricantes de automóviles incluyen con mayor frecuencia sistemas GPS de serie directamente en el salpicadero de los nuevos modelos; ha supuesto que las ventas de estos sistemas hayan caído también en picado. Nada menos que una bajada del -35% en el total de unidades vendidas de Car Navigation. Similar situación a la de "Car Audio", que con una caída del -30% en los equipos vendidos,

confirma claramente que el consumidor actual cuenta con otras preferencias de compras, que no pasan precisamente por el equipamiento automovilístico.

Similar destino cuentan otras rúbricas, como por ejemplo las videocámaras, que con una caída del -12% en las unidades vendidas, confirman que hoy en día el rey del vídeo es el smartphone. Pero poniéndonos más positivos, indicar otros dos segmentos que en cambio sí aumentaron sus ventas. Es el caso de los altavoces, con un incremento del 25% en las unidades vendidas y los auriculares, que con un 6% mantienen el tipo, influenciado sin duda por la nueva moda de los cascos Bluetooth

En cuanto a los hábitos de compra de los españoles, estos se decantan claramente por adquirir los productos de electrónica en tiendas pertenecientes a cadenas. Lo hacen un 56% de los compradores. Le siguen en orden de importancia, las tiendas adheridas a grupos de compras (como pueden ser Euronics o Expert), que son la opción preferida por el 33% de los consumidores españoles. Y finalmente, podríamos decir que las compras más "generales" que se realizan en grandes superficies, son el lugar elegido sólo por el 8% de los compradores. Indicar a título de curiosidad, que sólo el 2% de los usuarios acuden a tiendas especializadas del sector para la adquisición de productos de línea marrón, segmento quizás destinado a un público más fiel y exigente. ■

Peso de cada producto sobre el total 2018

Facturación (%)

Soportes de TV	2
Videocámara	2
Total televisores	72
Ultra HD/4K	6
DVD portátil PORTÁTIL	1
DVD grabador	1
Barras sonido	2
Restos Altavoces	2
Docking/Min Speaker	3
MP3+MP4	1
Auriculares	2
Radio	1
Car Audio	1
Car Speakers	1
Car Navigation	2

