

2015, la consolidación



El Hiper Sector Electro Hogar pisó en 2015 el acelerador para alejarse del túnel oscuro en el que entró en 2008 y del que salió en 2014. Consolidó el ejercicio pasado una evolución positiva, triplicando el porcentaje de crecimiento de 2014, pasando éste de 2,7% a 6,5%. El de Telecomunicaciones Domésticas fue el subsector que más facturó. La población percibe un entorno más favorable para gastar más.

El buen comportamiento del consumo privado fue uno de los motores para el crecimiento que se dio el año pasado en España. La recuperación del empleo, el hecho de que las personas que lo tienen cuenten con más seguridad de mantenerlo, un mayor acceso al crédito, la disminución de los precios de los productos energéticos y la rebaja de impuestos durante 2015 son algunos de los factores que favorecieron el consumo de las familias. El año 2015 supuso un crecimiento del 6,5% en el Hiper Sector Electro Hogar. Se pasó de facturar 7.753 millones

de euros en 2014, cuando se salió del túnel de los porcentajes negativos con una subida del 2,7%, a 8.257 millones de euros en 2015. No sólo se consolidó en 2015 el tener números positivos, sino que se alcanzó un porcentaje de aumento similar al del año 2007, previo a la crisis económica (entonces, el crecimiento fue de un 8,8%) y lo triplicó con respecto al ejercicio anterior.

Nos hemos alejado del fatídico túnel oscuro en el que se entró en el año 2008 y del que salió en 2014. Confianza. La gente percibe mejor su situación económica. Ésta fue la clave para que

los ciudadanos se animaran a consumir más que en épocas anteriores. La mejora en esta confianza fue debida principalmente a la creación de empleo.

El que disminuya la tasa de paro es lo que hace que el consumo crezca más. La gente vio que la situación había mejorado, con respecto a la fase más crítica de la crisis económica. Por una parte, hubo quien encontró empleo y recuperó renta disponible para consumir, aunque el nuevo trabajo fuera temporal o de peor salario que el que tenía antes. Por otra parte, hubo quien había tenido incertidumbre por la posi-

bilidad de que fuera a perder su puesto laboral, por lo que había retenido sus gastos, y el año pasado, debido a que esta persona se sintió más segura, porque esa posibilidad se desvaneció, se animó a consumir más. Esa gente, que había ahorrado, perdió el miedo a gastar.

Como hemos dicho, la facturación del sector en 2015 fue de 8.257 millones de euros, 504 millones de euros más que en 2014. El de Telecomunicaciones Domésticas facturó 1.580 millones de euros. La Informática Doméstica, que se llevó la medalla de plata con 1.558 millones de euros facturados. El subsector Telecomunicaciones Domésticas ha demostrado ser un corredor de fondo, puesto que en 2014 ya pasó de ser tercero a ser segundo. Sin duda, su protagonismo en un futuro a corto plazo, con un mundo conectado y el Internet de las Cosas al alza, será muy fuerte.

La Línea Marrón volvió a perder terreno. Fue el único subsector cuya facturación descendió en 2015, de 1.405 millones de euros en 2014 a 1.360. Fue desalojado del pódium y se quedó

La facturación del sector en 2015 fue de 8.257 millones de euros, 504 millones de euros más que en 2014

en el puesto número cuatro. Quizá, las personas estén surtidas de dispositivos y la ausencia de un Mundial o de un evento deportivo importante no favoreció, por ejemplo, la compra de televisores.

Al puesto número tres se alzó la Línea Blanca, con 1.383 millones de euros facturados en 2015. Le favoreció el que el parque de electrodomésticos, al renovarse en menor cantidad, envejeció durante la crisis y los ciudadanos tenían mayor confianza para adquirir nuevos aparatos y que la construcción se ha reiniciado ligeramente, y se acabaron promociones que estaban paradas. Del mismo modo, el acceso al crédito repuntó. La demanda de créditos al consumo creció. La gente se atrevió a consumir más y a comprar productos de precios más elevados. Por

MERCADO ESPAÑOL ELECTRO-HOGAR 2014-2015 VALOR MERCADO

Millones de euros

	2014	2015	variación %
Línea Marrón	1.405	1.360	-3
Grupos de Compra	492	462	-6
Cadenas	759	748	-1
Grandes Superficies Generalistas	98	109	11
Especialistas	42	27	-35
Otros	14	14	-3
Línea Blanca	1.211	1.383	14
Grupos de Compra	569	664	17
Cadenas	363	429	18
Grandes Superficies Generalistas	194	207	7
Especialistas	85	83	-2
Otros	0	0	0
PAE	785	887	13
Grupos de Compra	196	213	8
Cadenas	275	310	13
Grandes Superficies Generalistas	306	355	16
Especialistas	0	0	0
Otros	8	9	13
Menaje	119	120	1
Grupos de Compra	35	34	-3
Cadenas	33	32	-3
Grandes Superficies Generalistas	43	46	6
Especialistas	4	2	-33
Otros	5	6	26
Aire Acondicionado Doméstico	197	286	45
Grupos de Compra	93	132	42
Cadenas	85	120	42
Grandes Superficies Generalistas	12	20	69
Especialistas	8	14	81
Otros	0	0	0
Calefacción Eléctrica	32	35	9
Grupos de Compra	10	12	13
Cadenas	11	12	9
Grandes Superficies Generalistas	10	11	9
Especialistas	0	0	0
Otros	1	1	-27
Fotografía Digital	252	257	2
Grupos de Compra	25	26	2
Cadenas	86	85	-1
Grandes Superficies Generalistas	20	23	15
Especialistas	118	123	4
Otros	3	0	-100
Telecomunicaciones Domésticas	1.482	1.580	7
Grupos de Compra	148	142	-4
Cadenas	222	221	0
Grandes Superficies Generalistas	237	269	13
Especialistas	860	932	8
Otros	15	16	7
Informática Doméstica	1.515	1.558	3
Grupos de Compra	182	187	3
Cadenas	515	530	3
Grandes Superficies Generalistas	197	187	-5
Especialistas	606	639	5
Otros	15	16	3
Videojuegos	755	791	5
Grupos de Compra	113	119	5
Cadenas	121	134	11
Grandes Superficies Generalistas	121	111	-8
Especialistas	393	419	7
Otros	8	8	19
TOTAL MERCADO	7.753	8.257	6,5

Repercusión en los canales

Todos los canales de venta, sin excepciones, vieron aumentada su facturación en 2015, algo que no pasó en 2014. En ese año, todos tuvieron un comportamiento positivo excepto el grupo "Otros". En 2015, las Cadenas volvieron a ser las que más facturaron, con 2.645 millones de euros y un crecimiento del 7,1%. Se opta por un lugar donde haya diversidad de producto. En segunda posición, de nuevo, Especialistas, con 2.340 millones de euros y una subida del 10,7%, siendo el canal con mejor comportamiento de 2015. Se busca el asesoramiento especializado. Los Grupos de Compra mejoraron un 7,6%, con 2.004 millones de euros. Las Grandes Superficies Generalistas facturaron 1.366 millones de euros, con un incremento del 10,3%. La posibilidad de tener todo en un mismo lugar, y facilidades de crédito, ayudan a optar por esas opciones. Por último, "Otros" vendieron 70 millones de euros, con un crecimiento del 3,7%.

Las Cadenas fueron las que lideraron las ventas una vez más en 2015, con un peso en el mercado del 31,8%, aunque perdieron ligeramente algo de terreno con respecto a 2014. En ese año, representaban un 31,9%, un 0,1% más. Sin embargo, los Especialistas, pasaron de tener un peso del 27,3% en 2014 a 27,1% en 2015. Las Grandes Superficies Generalistas fue el otro canal que consiguió aumentar su facturación, en un (0,2%), pasando del 16% de peso al 16,2%. Por el contrario, los Grupos de Compra cedieron un 0,1%, pasando del 24 % al 24,1% (manteniendo no obstante la tercera posición). "Otros" se quedaron casi igual, de un 0,9% a un 0,8%.

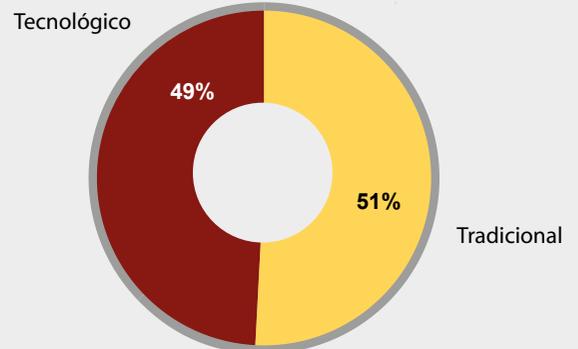
otra parte, el sistema financiero estuvo en condiciones de volver a conceder crédito. Éste volvió a fluir gracias al saneamiento financiero.

Los otros cinco subsectores mostraron en el ejercicio 2015 un saldo positivo en su haber: PAE, Videojuegos, Aire Acondicionado Doméstico, Fotografía Digital, Menaje y Calefacción Eléctrica. La cocina se abre al ocio, la gente se reúne en torno a ella. Eso favoreció al PAE. España es un país que disfruta de la gastronomía.

Es más que remarcable el comportamiento del Aire Acondicionado, que

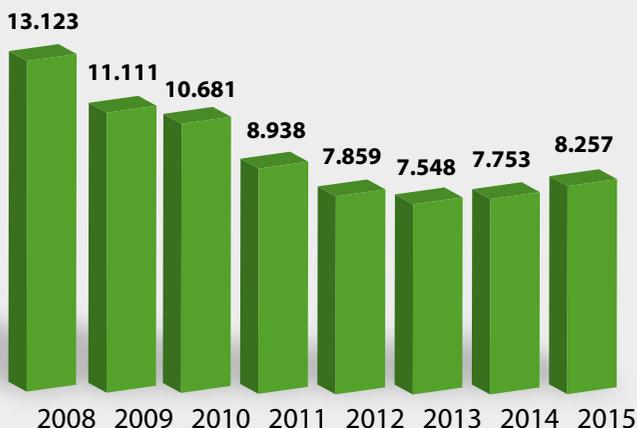
El subsector con más peso fue el de Telecomunicaciones Domésticas, seguido del de Informática Doméstica

Peso de los sectores 2015

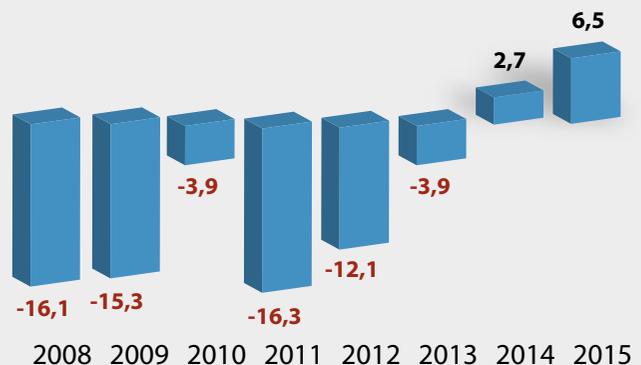


Evolución mercado español Electro-Hogar 2008-2015

Millones de euros



Evolución porcentual sobre facturación



fue el subsector que más incrementó en porcentaje su facturación, de 197 millones de euros en 2014 a 286 en 2015, quedándose en quinta posición. Durante el verano del año pasado, las olas de calor hicieron que hubiera rotura de stock hasta de las piezas necesarias para la instalación de los aparatos de aire acondicionado en los hogares españoles. Este subsector se había pegado un batacazo tremendo en el ejercicio anterior, con una marcha atrás entonces del 20,5%.

También es destacable que el de Fotografía Digital pasara en 2015 a una evolución positiva del 2%, de 252 millones de euros de facturación en 2014 a 257 en 2015, porque venía de un -9% en el ejercicio anterior. Las cámaras réflex y nuevos conceptos de fotografía digital consiguieron que esto fuera así. El subsector del PAE repitió buen comportamiento, dejando claro una vez más que fue de los menos afectados por la crisis económica.

Peso

Respecto al peso de cada subsector por facturación en el mercado español de Electro-Hogar, el subsector que más tuvo fue el de Telecomunicaciones Domésticas, pasando de un 17% en 2014 a un 21% en 2015. De la misma manera, fue el que más incrementó su peso (un 4,2%). En el ejercicio anterior ya se había movido del tercer al segundo puesto. El de Informática Doméstica se quedó en 2015 como el segundo subsector con más peso, con un 18% (en 2014, tenía un 17%). La evolución de su peso fue crecer un 1,5%. El segundo que más aumentó su peso, con una subida del 2,9%, fue el de Línea Blanca, que consiguió un 16% (tenía anteriormente un 14%). En 2015, el peso de Línea Marrón fue del 16%. El de Menaje, del 11%. El de Videojuegos, del 9%. El de Fotografía Digital y el de Aire Acondicionado Doméstico, un 3% cada uno. Y el de Menaje y el de Calefacción Eléctrica, un 1% cada uno.

D?????
 ??????
 ??????

HIPER SECTOR ELECTRO HOGAR 2014 - 2015.

Millones de euros

	2014	2015	variación %
Línea Marrón	1.405	1.360	-3,2
Línea Blanca	1.211	1.383	14,2
PAE	785	887	13,0
Menaje	119	120	0,8
Aire Acondicionado Doméstico	197	286	45,2
Calefacción Eléctrica	32	35	9,4
Fotografía Digital	252	257	2,0
Telecomunicaciones Domésticas	1.482	1.580	6,6
Informática Doméstica	1.515	1.558	2,8
Videojuegos	755	791	4,6
TOTAL	7.753	8.257	6,5



MERCADO ESPAÑOL 2014-2015 SECTORES TRADICIONALES VALOR MERCADO

Millones de euros

	2013	2014	variación%
Línea Marrón	1.405	1.360	-3
Línea Blanca	1.211	1.383	14
PAE	785	887	13
Menaje	119	120	1
Aire Acondicionado Doméstico	197	286	45
Calefacción Eléctrica	32	35	9
TOTAL MERCADO TRADICIONAL	3.749	4.071	8,6



MERCADO ESPAÑOL 2014-2015 SECTORES TECNOLÓGICOS VALOR MERCADO

Millones de euros

	2014	2015	variación %
Fotografía Digital	252	257	2
Telecomunicaciones Domésticas	1.482	1.580	7
Informática Doméstica	1.515	1.558	3
Videojuegos	755	790	5
TOTAL MERCADO TECNOLÓGICO	4.004	4.186	4,5

Los subsectores tradicionales (Línea Marrón, Línea Blanca, PAE, Menaje, Aire Acondicionado y Calefacción Eléctrica) mantuvieron en 2015 su peso del 49% en lo que a valor del mercado se refiere, con 4.071 millones de euros en ventas, y los subsectores tecnológicos (Fotografía Digital, Telecomunicaciones

Domésticas, Informática Doméstica y Videojuegos) mantuvieron el del 51%, con 4.186 millones de euros en ventas. La facturación de los tradicionales creció un 8,6% en 2015 (3.749 millones de euros en ventas en 2014), mientras que la de los tecnológicos aumentó un 4,5% (4.004 millones de

euros en 2014). Su tendencia alcista fue muy a la par, aunque el hecho de que los subsectores tecnológicos se sitúen por delante de los tradicionales evidencian el potencial que los primeros conllevan. ■

MERCADO ESPAÑOL ELECTRO-HOGAR 2014-2015 PESO DE CADA SUBSECTOR POR FACTURACIÓN

	2014	2015	Variación %
Línea Marrón	19,2	16,5	-2,7
Línea Blanca	15,7	16,7	1,0
PAE	10,2	10,7	0,5
Menaje	1,5	1,5	0,0
Aire Acondicionado Doméstico	2,6	3,5	0,9
Calefacción Eléctrica	0,4	1,0	0,6
Fotografía Digital	3,3	3,1	-0,2
Telecomunicaciones Domésticas	19,2	19,1	-0,1
Informática Doméstica	19,5	18,9	-0,6
Videojuegos	8,4	9,	0,6
TOTAL MERCADO	87	101	13,8

MERCADO ESPAÑOL ELECTRO-HOGAR 2014-2015 FACTURACIÓN POR CANAL

Millones de euros

	2014	2015	Variación%
Grupos de Compra	1.863	1.989	6,8
Cadenas	2.470	2.622	6,2
Grandes Superficies Generalistas	1.238	1.357	8,
Especialistas	2.115	2.240	5,9
Otros	68	70	3,7
TOTAL MERCADO	7.753	8.257	6,5

MERCADO ESPAÑOL ELECTRO-HOGAR 2014-2015 PESO POR CANAL. FACTURACIÓN

%

	2014	2015	Variación%
Grupos de Compra	24,0	24,1	0,1
Cadenas	31,9	31,8	-0,1
Grandes Superficies Generalistas	16,0	16,2	0,2
Especialistas	27,3	27,1	0,2
Otros	0,9	0,8	0,0
TOTAL MERCADO	100,0	100,0	0,0

Fuente: Equipo de Estudios de Electromarket

