

La tecnología de consumo arranca 2015 al alza en Europa Occidental



La venta de aspiradores, dispositivos de cocina, secadoras y smartphones inyecta aire en el sector

Durante el primer trimestre de 2015 el mercado de la electrónica de consumo generó en los países de Europa Occidental más de 50 mil millones de euros, lo que significa un incremento del 3,4% con respecto al primer trimestre del 2014. Así lo demuestra un estudio de GfK Temax, que pone de relieve que aquellos sectores que ya crecían hace un año no pierden fuelle e incluso motivan el gasto del consumidor en otros sectores, sólo con las excepciones de Bélgica y Francia, aunque en este último el descenso fue de menos de un 1%.

Igual que un año atrás, la Gama Blanca y el sector del PAE son en gran medida responsables del incremento en las ventas del mercado, si bien es cierto que este año se

cuela el sector de las telecomunicaciones como el estandarte de la regeneración en el mercado de la tecnología de consumo. Siguen lidiando una batalla la Gama Marrón y también la fotografía, que sigue sin poder combatir el peso de los smartphones y su constante mejora en la calidad de imagen.

Las telecomunicaciones, la joya de la corona

El sector de las telecomunicaciones creció en un espléndido 16,2% en los países europeos de la zona oeste, una cifra que se traduce en casi 12 mil millones de euros. Todos los países registrados mostraron un sólido desarrollo en este sector, lo que contribuyó al resultado tan positivo. El lanzamiento de varios productos insignia por parte de diferentes marcas y su éxito

fue una de las claves para los valores que hoy presenta este análisis.

A ello también colaboró una intensa cobertura por parte de los medios de comunicación, que atestiguaron con asombro los últimos avances del sector, y presentaron al cliente final lo último en pago y salud en la telefonía móvil, el nuevo concepto de casas inteligentes o las novedades en los servicios portátiles, que de algún modo ayudan a mantener los dispositivos móviles como la prioridad de los consumidores a la hora de hacer un gasto en tecnología.

El éxito del sector de las telecomunicaciones se hace aún más evidente cuando se pone en comparación con los resultados de hace sólo un año, cuando se conseguían 10 mil millones de euros y un leve crecimiento con respecto a 2013 de sólo el 0,5%.

Durante el primer trimestre de 2015, la electrónica de consumo generó más de 50 mil millones de euros

Entonces el debate estaba en torno a la telefonía móvil tradicional, que llegaba a un punto de saturación. La erosión de los precios ya no estaba compensada por la variedad en la oferta de producto, y eran de nuevo esos productos insignia – en general nuevos smartphones o nuevas versiones– los que motivaron el crecimiento.

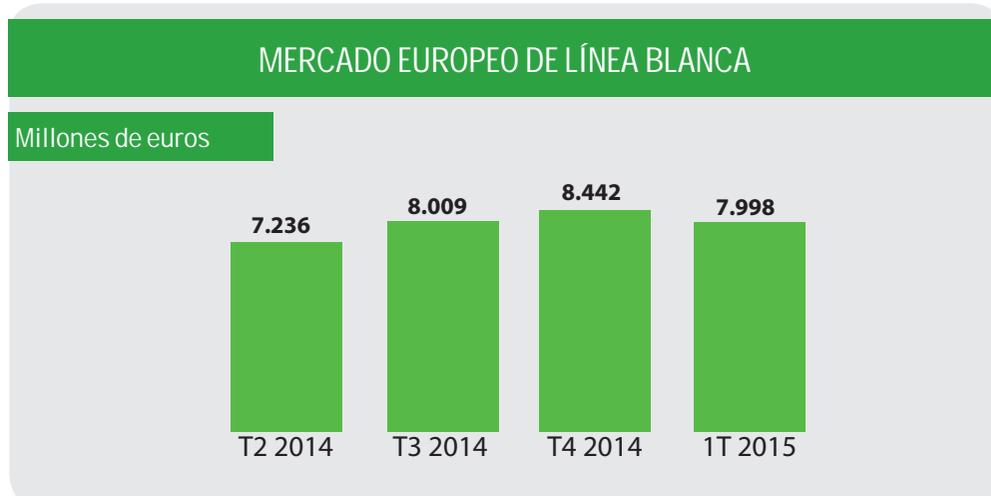
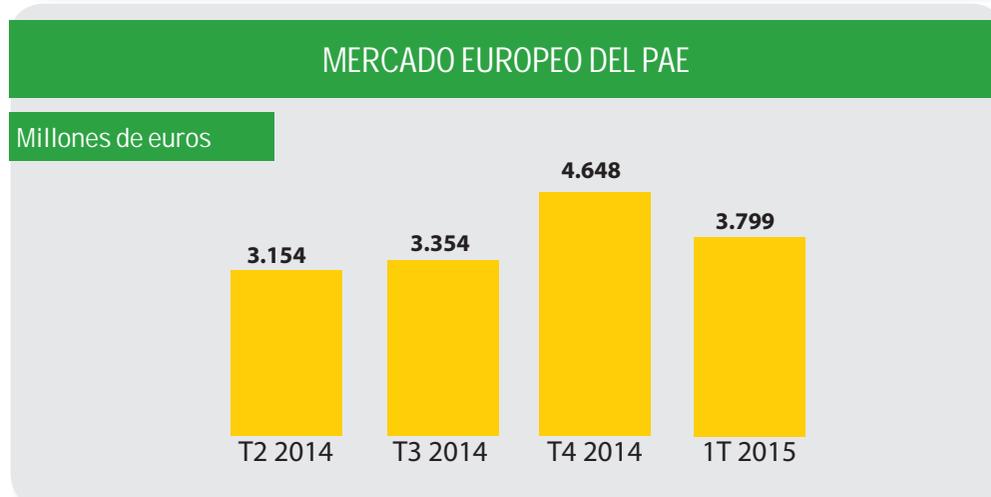
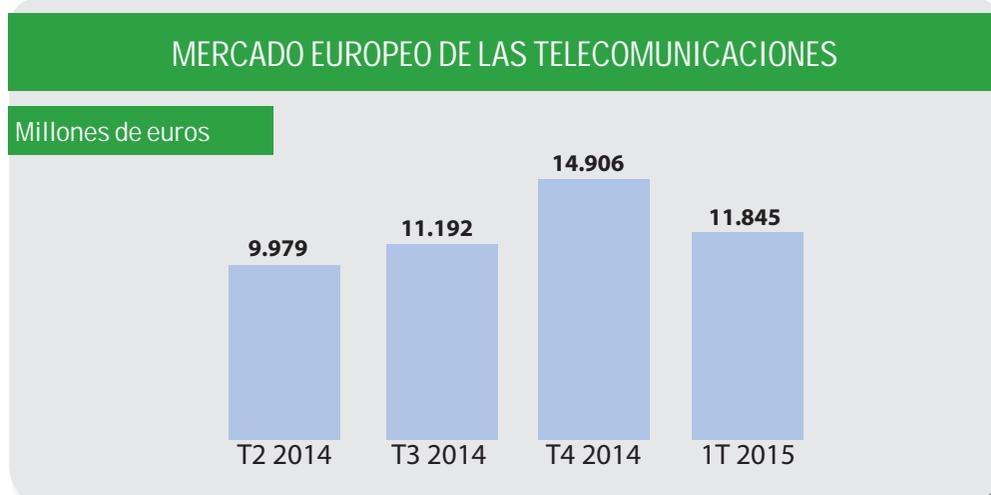
El PAE sigue su romance con aspiradores y aparatos de cocina

Lo más demandado en el mundo del pequeño electrodoméstico fueron los aspiradores, máquinas de afeitar, productos de cuidado dental y dispositivos para la preparación de comida, algo esperado debido a que ya ocurría hace un año. Los consumidores siguen apostando por aparatos tradicionales de cocina y por las batidoras –especialmente en Reino Unido–. En cuanto a los aspiradores, son los modelos más completos, incluso con los de precios más altos, sin cables y sin bolsa, los que siguen atrayendo a los clientes.

Principalmente gracias a estos sectores, las ventas de PAE generaron casi 4 mil millones de euros, lo que supone un 9,7% de incremento con respecto a las mismas cifras de hace un año, que recogían 3.3 mil millones de euros. A diferencia de entonces, cuando el incremento fue principalmente motivado gracias a los aspiradores y a determinados dispositivos de cocina, de momento este año ha mostrado un incremento en las ventas en todos los productos que forman parte del pequeño electrodoméstico.

La secadora se coloca como el 'gran' electrodoméstico

Europa Occidental amplió sus ventas de Gama Blanca hasta en un 5,4% en comparación con el primer trimestre de 2014. Los beneficios de 8 mil millones de euros se vieron especialmente motivados por la compra de secadoras –de nuevo con una alta tasa de crecimiento– una tendencia que ya se observaba un año atrás.



El efecto de la bajada de precio en dispositivos que ahorran energía fue la clave para el sector de la Gama Blanca, ya que entre los electrodomésticos con la categoría A++ se vieron desarrollos muy positivos en todos los segmentos, aunque sus precios de venta de nuevo bajaron levemente. Éste era ya uno de los objetivos que sólo se habían cumplido

parcialmente hace un año, y que marcaban la senda a seguir para el ejercicio de 2015.

Poco gasto en la oficina

Lo más popular entre los consumidores de productos para la oficina fueron aquellos dispositivos más versátiles. Así, este primer trimestre de 2015 mos-

tró un claro interés en las impresoras multifuncionales de tinta, y también en las de color láser. Sin embargo, los resultados muestran una bajada de 0,6% en sus ventas con respecto al año anterior, generando 4.5 mil millones de euros.

Este comportamiento a la baja se repite un año más, y mantiene la presión sobre el mercado general de impresión. Sin embargo, en algunos sectores esta tendencia negativa mejoró desde el inicio hasta el final de 2014, por lo que el descenso en las ventas podría ralentizarse. Esto fue especialmente gracias a los buenos resultados conseguidos en países como Alemania, Holanda, Grecia y Reino Unido, por lo que la vista sigue puesta en ellos para predecir los resultados de los próximos meses.

El futuro de las TI, en manos de Windows

El mercado de las tecnologías de la información generó un volumen de ventas de 13.4 mil millones de euros entre enero y marzo de 2015, lo que representa un leve descenso del 2,6% con respecto al mismo periodo hace un año. Este análisis de ventas, sin embargo, recuerda que existen muchas expectativas en 2015, ya que en breve asistiremos al lanzamiento del nuevo sistema operativo Windows 10, lo que debería llevar integrado una demanda de ordenadores, portátiles y similares.

En este sentido, es importante que esta demanda vaya acompañada de unos precios razonables, un catálogo renovado y con valor añadido, además de productos fáciles de usar e intuitivos. Esta anticipación de ventas positiva en Europa podría tener un efecto de eco en las ventas de otros sectores como dispositivos periféricos y productos de software.

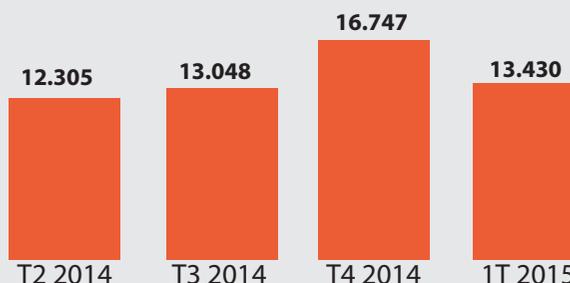
A diferencia del año pasado, las perspectivas de crecimiento no están puestas en las soluciones de almacenaje ni en los dispositivos para compartir contenido. Ésta era la esperanza del 2014 tras un arranque también a la baja, en la que de nuevo Alemania y Grecia, junto con Portugal, mostraron muy buenos síntomas en la compra de productos de TIC.

Televisores cada vez más grandes

En cuanto a la Gama Marrón, el sector de la electrónica de consumo tiene en

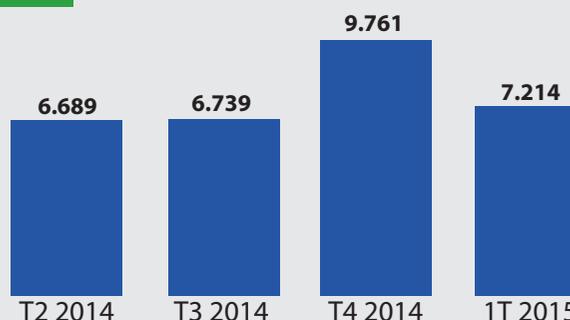
MERCADO EUROPEO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (IT)

Millones de euros



MERCADO EUROPEO DE ELECTRÓNICA DE CONSUMO

Millones de euros



el año que nos ocupa varias promesas que cumplir. En este primer trimestre, el volumen de ventas ha decrecido en un 3,1% (7.2 mil millones de euros con respecto a los 7.7 mil millones de euros del año pasado), pese a los incrementos vistos entre los clientes daneses, griegos y británicos. De cara al futuro más próximo, las miradas están puestas en el sector de los televisores, especialmente aquellos con pantallas de gran tamaño, a partir de las 50 pulgadas, aunque este año no hay un gran evento deportivo que pueda motivar la demanda, como el año pasado así lo hiciera la Copa del Mundo de fútbol.

Como ya se esperaba hace un año, también pueden dar alegrías los televisores con una calidad de imagen mejorada (4k/UHD). En los segmentos de productos de sonido, puede haber una subida en las ventas, particularmente los altavoces bluetooth y los cascos, además de los sistemas de home audio conectados en red.

La lucha de la fotografía

Los productos de fotografía generaron un volumen de ventas de casi 1.3 mil millones de euros, probablemente la mayor decepción. Se trata de un descenso de ventas del 9,9%, comparado con las mismas fechas hace un año, en el que sólo el mercado austriaco mostró una tendencia al alza. Pese a estas cifras, lo cierto es que la demanda de cámaras más fáciles de llevar y de gran calidad creció, y las cámaras compactas generaron un alto crecimiento.

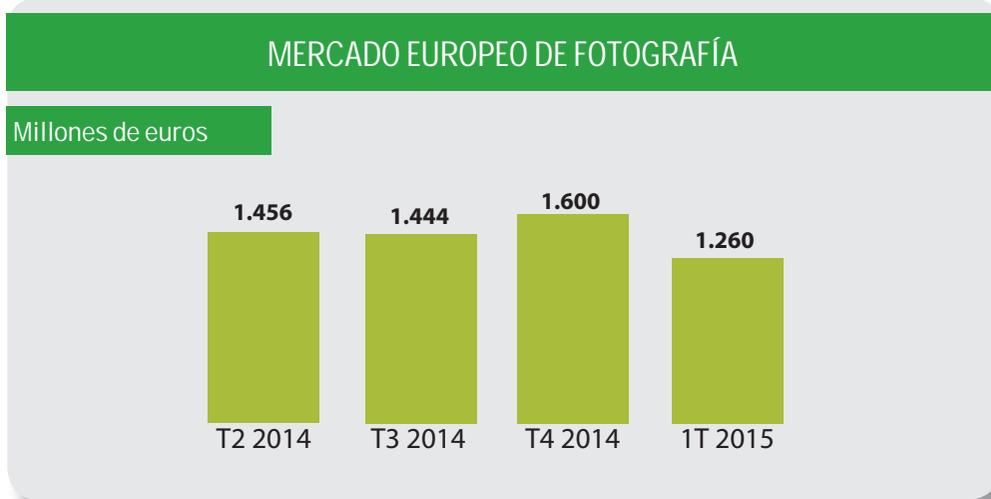
Con todo, los resultados son sólo parcialmente negativos, ya que los beneficios son prácticamente los mismos que hace un año, cuando los análisis mostraban una caída casi en picado del 15,3% con respecto a 2013. Además, hace sólo 12 meses ningún país mostraba un porcentaje positivo en cuanto al incremento en ventas, todos ellos señalando que el mundo del smartphone ha influido notoriamente en el de la fotografía. Ésta ofrece todavía grandes expectativas, pero deberá ser en su versión de más

alta calidad y de mayor funcionalidad, junto con valores añadidos como la conectividad WiFi, que permite una gran velocidad para transferir datos, y que hace un año se convertía en una de las características más importantes para la venta de cámaras fotográficas.

Un soplo de aire fresco en los mercados

Europa sigue curándose poco a poco de una gran epidemia económica que ha dejado su rastro en todos los mercados. El estudio de GfK TEMAX recuerda que el cuarto trimestre del año pasado, la economía europea mostró un crecimiento visible en cada uno de los países del Viejo Continente que se analizó. La proyección para 2015 son positivas tal y como aseguran los expertos económicos de varios territorios.

Por lo tanto, el 3,4 % de crecimiento en el sector de la tecnología de consumo es una cifra que valorar muy positivamente. Hace sólo un año, esta misma cifra no sólo era menor sino que era negativa: marzo de 2015 cerraba con un descenso en las ventas del sector del 0,5%, y los 50.1 mil



millones de euros de hoy eran poco más de 48 mil millones de euros.

En estas cifras generales, los sectores que apuntaban cierto crecimiento eran los mismos que este año: Gama Blanca y PAE. Este detalle indica que estos no sólo han atraído a un número exponencialmente mayor de consumidores, sino que lo han hecho mientras otros sectores también multiplicaban unas ventas en un contexto todavía difícil.

La regeneración general del mercado es visible. Dejando atrás el mal arranque de 2014, este año apunta maneras gracias a un consumidor más cómodo que hace unos meses. Sin duda, sectores como la fotografía y la Gama Marrón tienen una presión adicional, con unas cifras mejorables que necesitan estrategias renovadas. En cualquier caso, el incremento general debería animar ventas y compras, y recordar que la senda es claramente optimista. ■

conéctate www.electromarket.com

The screenshot shows the homepage of www.electromarket.com. The main content area features several news articles, including one about the Madrid economy and another about the regional tourism sector. A sidebar on the left contains social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. The top navigation bar includes links for 'Nacional', 'Internacional', 'Economía', 'Electrodomésticos', 'Nuevas Tecnologías', and 'Comunicados'. A search bar and a date selector (14-07-2015) are also visible.

Mantente informado todos los días de la semana en www.electromarket.com noticias y novedades del sector