

RECUPERACIÓN DE UN SECTOR CLAVE PARA EL CONSUMO

# El apagón analógico dispara el 15,6% las ventas en electrónica

La mejora entre enero y marzo es el primer dato positivo desde el 2007

El Mundial mantiene la demanda de teles, que creció el 24,2% en el primer trimestre

SONIA GUTIÉRREZ  
BARCELONA

El anuncio del televisor de cartón, con la que el Gobierno advirtió durante semanas de la cercanía del apagón analógico, ha sido un gran aliado de los comerciantes de electrónica. Aunque se sabía desde hacía meses que esta primavera iba a implantarse la TDT, el consumidor esperó hasta el final a renovar sus equipos. En marzo hubo el apagón analógico definitivo y, con él, se cerró el mejor trimestre en ventas de televisores en más de dos años. Durante los tres primeros meses del 2010, se vendieron el 24,2% más de estos aparatos que en el mismo periodo del año anterior, según un avance de datos de GFK. Esto sirvió de motor para todo el sector de la electrónica de consumo, que subió el 15,6%.

«Tras nueve trimestres consecutivos de descenso de valor, el comienzo del 2010 recupera las cifras positivas», explica Ignacio López, responsable de Consumer Electronics de GFK, que atribuye el cambio de tendencia a la transición a la TDT.

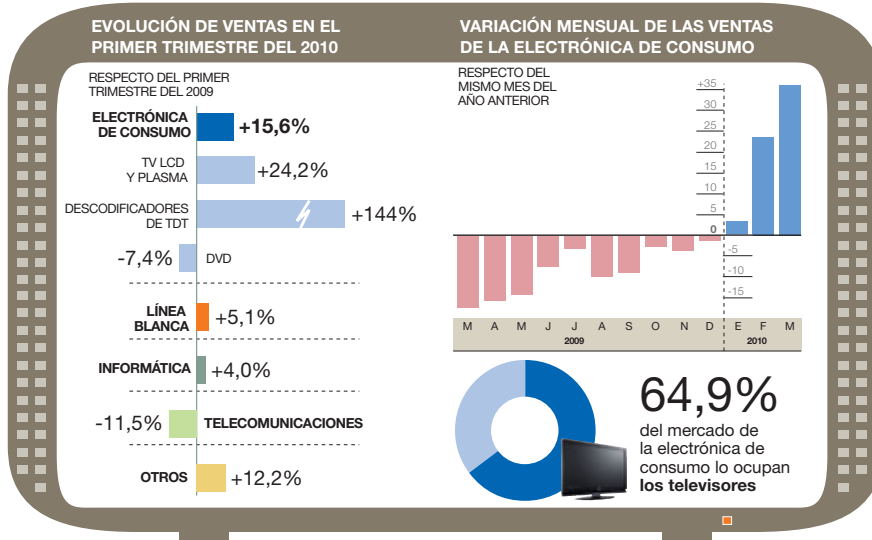
**PISTOLETazo EN NAVIDAD** // El incremento en ventas empezó a notarse en la pasada campaña navideña y ha ido en aumento mes a mes. «Marzo fue un mes extraordinario», corrobora Eduard Deloufeu, vicepresidente de la Associació de Comerciants d'Electrodomèstics (ACE).

En abril, añade Eduard Deuloufeu, también hubo buenas cifras aunque sin llegar al nivel de marzo debido a los rezagados. Fuentes de El Corte Inglés coinciden en que «se ha producido una cierta reactivación».

El televisor tiene un gran peso en el total de facturación de electrónica de consumo (casi el 65%), lo que explica las buenas cifras generales del sector. Pero además, añaden los distribuidores, la compra de un televisor a veces está acompañada de otras: un DVD, un equipo de sonido, una videoconsola, etcétera. También aumentaron mucho las ventas de descodificadores de TDT (un 144%), aunque su valor es menor.

**TENDENCIA A LA BAJA DEL PRECIO** // Al tratarse de un sector muy deflacionista (los precios están continuamente a la baja), se producen casos como el de los DVD, las videocámaras, las cadenas de música y el *home cinema*, que han aumentado las ventas en unidades, pero sin embargo han bajado en volumen.

## LAS TECNOLOGÍAS DEL HOGAR



EL PESO DE LAS DIFERENTES FAMILIAS DE PRODUCTOS



## El 3-D, un mercado todavía minoritario por el precio y la falta de contenidos



► Prueba de una tele en 3-D.

► En los últimos meses, los grandes fabricantes de televisores han volcado sus esfuerzos en ofrecer modelos que permitan ver imágenes en tres dimensiones (3-D) en casa, con gafas especiales. En las tiendas ya se venden algunos aparatos y en los próximos meses la oferta aumentará.

► Los comerciantes afirman, no obstante, que las ventas de los teles en 3-D son minoritarias por dos factores: como ocurre con toda nueva tecnología, el precio es alto (puede costar unos 2.000 euros) y hay escasez de contenidos. Fuentes del sector afirman que, cuando los precios bajen y las cadenas emitan más programas en 3-D, se extenderá.

Los comerciantes prevén que en los próximos meses las ventas de televisores se moderarán. Queda en el horizonte un nuevo motivo para el optimismo: el Mundial de Sudafrica, en el que la selección española de fútbol tiene muchas posibilidades de ganar, lo que puede incentivar aún más al consumidor.

Generalmente, el Mundial de fútbol y los Juegos Olímpicos tienen siempre buenos efectos sobre las ventas de televisores, aunque, como recuerdan en El Corte Inglés, «nunca ha habido un Mundial tres meses después de un apagón».

**LÍNEA BLANCA** // Otro gran sector de las tecnologías del hogar es el de los electrodomésticos de línea blanca. En este sector, aunque la subida es menor que en la electrónica, también ha habido un cambio de tendencia: en el primer trimestre, el valor de las ventas creció el 5,1%, frente al descenso del 9,1% del mismo periodo del 2009, según GFK.

Las mejores cifras fueron las de las ventas de secadores (un 23,3% más), los congeladores (8,3%), los frigoríficos (5,6%) y las lavadoras (4,7%).

Detrás de esta reactivación están los planes Renove en algunas comunidades autónomas (como Aragón, Asturias y Galicia). Algunos comerciantes confían en que en los próximos meses se anuncie la apertura de un nuevo plazo en Catalunya para subvencionar la renovación de electrodomésticos, aunque de momento no hay una confirmación oficial.

Además de los planes Renove, la mejora de los productos, que son ahora más eficientes, también ha

reactivado el mercado, según Alberto Girón, responsable de Línea Blanca y Foto de GFK. «El sector no ha resultado tan afectado por el efecto de la construcción, sino al contrario», sostiene Alberto Girón, en referencia a la recuperación de las transacciones inmobiliarias.

**INCREMENTO DEL IVA** // La subida del IVA a partir de julio se presenta como una incertidumbre. Algunas fuentes opinan que probablemente la acabarán absorbiendo los fabricantes y distribuidores, aunque no descartan que los consumidores adelanten las compras a junio y que en verano y otoño se produzca un «ligero bache» en la facturación. ≡

## la percepción

### CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

#### VALORACIONES DISTINTAS

La reactivación del consumo es un factor clave para la recuperación económica. En este sentido, las cifras sobre la confianza del consumidor pueden servir para prever el comportamiento futuro sobre el gasto y el ahorro de los hogares. Las encuestas actuales, sin embargo, dibujan situaciones diferentes. Mientras que los últimos datos del Instituto de Crédito Oficial (ICO) son positivos, la empresa de investigación de mercados GFK presenta cifras más negativas.

#### EL ICO, OPTIMISTA

Según el ICO, dependiente del Ministerio de Economía, el indicador de confianza del consumidor subió 1,6 puntos en marzo respecto al mes anterior, hasta situarse en el 72,7 (el valor oscila de 0 a 200). El organismo afirma en su último informe que «el aumento puede interpretarse como un movimiento lateral más alrededor de la tendencia de recuperación que viene mostrando desde el primer trimestre del año pasado». El ICO concluye que los datos permiten avanzar «una moderada mejoría del consumo privado» en el 2010.

#### A LA BAJA, SEGÚN GFK

El informe de GFK sobre el clima de consumo sostiene en cambio que, a pesar de que las expectativas de la situación económica mejoraron, la confianza de los españoles bajó en marzo 0,4 puntos respecto a febrero (está en el 14,7, de un índice de -100 a 100). Según GFK, «la enorme dificultad» de la economía española para generar empleo «ha calado de manera formidable en el consumidor». Las expectativas de gasto y de ahorro también fueron a la baja en marzo. Los encuestados prefieren gastar menos en vacaciones y viajes, ocio y restaurantes.