



Carlos Moreno Figueroa presentando el Pánel Master

Pánel Master la era de la fusión de los productos

Otro año más vuelve a presentarse el Pánel Master referente al primer semestre del año, un estudio anual con dos lecturas, elaborado por Master Cadena, que analiza las tendencias y hábitos de los españoles en el consumo de productos electrónicos y equipamiento para el hogar. Del mismo se desprenden conclusiones tan significativas como que estamos en la era de la multifunción, portabilidad e interconexión, donde la mejora de las prestaciones conduce a la desaparición de un gran número de los aparatos electrónicos de nuestros hogares, que son sustituidos.

Otros datos concluyentes que arroja el informe nos hablan de un crecimiento en las ventas del 323,8% de MP4, producto que se impone definitivamente a otros dispositivos de audio portátil. Igualmente, la venta de consolas de videojuegos creció un 121,9% en los primeros seis meses del año, posicionándose como una de las fórmulas de ocio más aceptadas por los usuarios. Sorprenden del estudio datos que nos revelan que lo profesional se va convirtiendo en doméstico. Así, los ordenadores portátiles, las cámaras reflex digitales, las cafeteras express, como ocurre con las bodegas y vinotecas, comienzan a ser productos habituales en los hogares españoles.

La era de la multifunción, en la que nos encontramos inmersos, junto a la portabilidad y la interconexión, unido a la mejora de las prestaciones de los actuales aparatos electrónicos, está provocando la desaparición de muchos productos que hasta hace relativamente poco tiempo, considerábamos imprescindibles. El ejemplo lo tenemos en los

equipos de sonido, que han pasado a ser sustituidos por el propio televisor y los MP3 o MP4. Ya no es habitual escuchar música cargando con el CD portátil, o bien planificar nuestros desplazamientos en coche con el mapa en la mano. Tampoco es común que los televisores ocupen un espacio excesivo en nuestros hogares. Ya no destinamos un lugar específico para colocar en casa el ordenador, el portátil no lo requiere, pero sí que estamos dispuestos a hacer un hueco para colocar una vinoteca o una pequeña bodega.

La tecnología también ha llegado a las habitaciones de nuestros bebés, donde no dudamos en instalar sofisticados sistemas de vigilancia. Los más pequeños ya no saben qué es un termómetro de mercurio y les cuesta entender que en ciertas cámaras antiguas las fotos no se pueden ver nada más hacerlas. Incluso en los colegios han cambiado las normas en relación a lo que está prohibido llevar a las aulas. Ahora no está permitido el uso de móviles, MP3, MP4 y consolas portátiles, que ya son consideradas como uno de los entretenimientos más demandados por pequeños y mayores. El ordenador portátil se ha convertido en elemento vital de trabajo y ocio para los jóvenes que incluso los utilizan para tomar apuntes en la Universidad.

Televisores de grandes pantallas planas, cuidado diseño, y cuyas prestaciones dejan sin sentido el tópico de referirnos a estos receptores como la caja tonta, reinan en los hogares españoles y se perfilan en el futuro como el aparato en torno al cual pivotarán el resto de productos electrónicos. Paralelamente ciertos electrodomésticos y aparatos electrónicos empiezan a desaparecer de nuestras vidas. Calentaplatos, cuecehuevos, hamburgueseras, heladoras, máquinas de hacer pasta, por poner algunos ejemplos, son ya productos del pasado.

Por otro lado se vienen considerando otros aspectos a la hora de decidir la compra de un aparato para el hogar. Ahora el concepto de diseño gana peso en nuestras preferencias cuando decidimos equipar nuestras cocinas, donde se imponen los frigoríficos sin mantenimiento, las encimeras de inducción y las secadoras.

Éstas y otras muchas conclusiones se desprenden del Pánel Master, un estudio sobre tendencias y hábitos de los españoles en el consumo de productos electrónicos

y equipamiento para el hogar, elaborado por Master Cadena a partir de los datos proporcionados por más de 1.100 tiendas del grupo en toda España. Todos los datos corresponden al primer semestre del año y toman como referencia, en cuanto a criterio comparativo, los seis primeros meses del pasado año 2006.

Productos y tendencias

El estudio nos indica que la demanda de MP4 creció un 323,8%, imponiéndose a los MP3, que registraron un descenso de las ventas del -28,7%. Se confirma el retroceso definitivo de otros dispositivos de audio portátil como el CD, que cae hasta el -82,32%, con respecto al mismo período del año anterior.

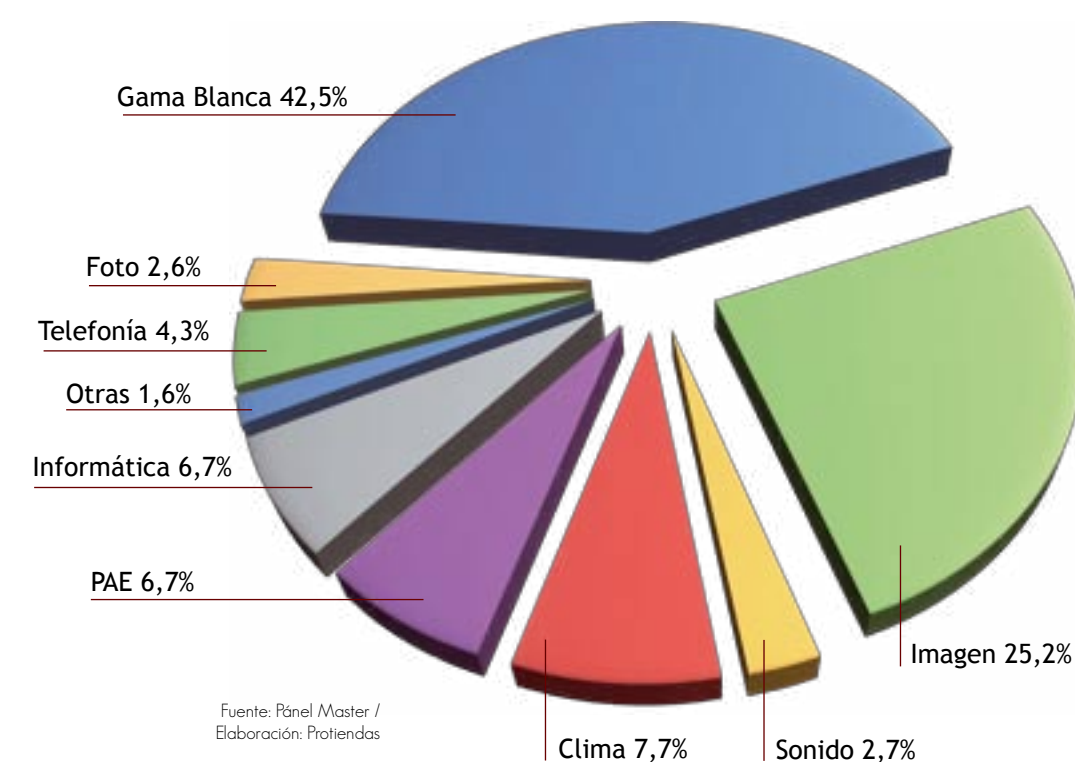
Destaca el creciente interés de los usuarios españoles por las consolas y videojuegos que, con un incremento de las ventas del 121,9% y el 57,2% respectivamente, ostentan el honor de ser una de las fórmulas de ocio más aceptadas por grandes y pequeños.

De forma similar ocurre con los significativos aumentos de las ventas de GPSs, que crecen un 141,5%, y que se confirman como una de las novedades electrónicas más demandadas por los usuarios. También las bodegas y vinotecas de uso doméstico registran crecimiento muy significativo, ya que, como indica el Pánel Master, irrumpen en nuestros hogares con un aumento de la demanda, cifrada en el 59%.

El termómetro corporal electrónico, con un 88,1% de incremento en sus ventas, lidera el ranking en la gama del pequeño electrodoméstico. Le siguen los sistemas electrónicos de vigilancia de bebés, que aumentaron sus ventas un 44%, y los cepillos dentales electrónicos, que mantienen un ritmo de crecimiento cifrado en el 27,3% con respecto al pasado informe.

En lo que se refiere a la venta de televisores, se consolida la preferencia del consumidor por los televisores LCD, que crecen respecto al primer semestre de 2006 un 32,2%. Desciende un 42,3% la demanda de

Pánel Master Porcentaje de Participación por Familias en las Ventas Totales de Electrodomésticos (1^{er} semestre de 2007)



Las gamas blanca y marrón siguen siendo los líderes del segmento, tanto en volumen como en valor.

televisores convencionales, y se registra una disminución del 6,6% en la demanda de decodificadores de Televisión Digital Terrestre, tendencia lógica si tenemos en cuenta que los modelos más avanzados ya disponen de este sistema integrado.

Otros aspectos destacables del Pánel Master, indican que los españoles nos decantamos definitivamente por los ordenadores portátiles, y así lo demuestra un crecimiento del 35,4% experimentado en las ventas de este producto. Este dato contrasta con el descenso del 11,1% registrado en las ventas de ordenadores de sobremesa.

En relación al equipamiento de nuestras cocinas, aumentan un 32,5% las ventas de frigoríficos Side by Side (el tradicional dos puertas americano) y las secadoras que, con un incremento del 20,6%, son cada vez más habituales en los hogares españoles. Significativo, asimismo, es el crecimiento experimentado en las ventas de cafeteras express, que aumentan un 44,5%, lo que muestra la tendencia a equipar nuestras casas con productos, hasta ahora, reservados a los profesionales.

En contraste con las cámaras fotográficas analógicas, que descienden sus ventas un 75,7%, se encuentran las cámaras digitales, cuya demanda aumentó un 16,6%. También, al hilo de esta gama de producto, es destacable el crecimiento de las impresoras fotográficas, que alcanzaron el 37,4%. Igualmente, se detecta un interés creciente de los consumidores por las cámaras réflex digitales, que se postulan en un futuro como la alternativa para unos usuarios seducidos por productos cada vez más innovadores y sofisticados.

En lo que se refiere a la venta de teléfonos móviles, se registra en los puntos de venta analizados un aumento, en los primeros meses del año, de un 15,9%, remontando la tendencia negativa registrada en el mismo período del año anterior. Se confirma el escaso interés de los consumidores por productos como el fax y el telefax cuyas ventas decrecieron el 13,5%.

Conclusiones por gama de producto

Derivado del análisis del estudio Pánel Master, se desprenden una serie de conclusiones que bien podrían extrapolarse a la totalidad del panorama actual de la venta de electrodomésticos y electrónica de

consumo en España. De entre ellas destaca que el total de las ventas de electrodomésticos y productos electrónicos para el hogar y el ocio en el primer semestre de 2007, creció un 7,4%, porcentaje ligeramente inferior al registrado en el mismo período del año anterior (9,6%).

Por familias de productos, crecen un 6,5% las ventas de electrodomésticos de línea blanca (frío, cocción y lavado). Los dispositivos de imagen y sonido (electrónica de consumo), aumentaron un 1,8%, dato, este último, que contrasta con el registrado en los seis primeros meses de 2006, con un crecimiento del 33,7%. Por su parte el pequeño electrodoméstico (PAE) mantiene un crecimiento moderado del 1,2%. Aumentan un (17,1%) las ventas de sistemas de climatización, cifra que contrasta con el brusco descenso que esta gama de productos sufrió en el primer semestre del pasado año, donde cayó un 48%. En lo que se refiere a la demanda de productos informáticos ascendió

un 21,7%, frente al incremento del 30,1% registrado en el mismo período de 2006. La gama de fotografía invierte la tendencia negativa del pasado año cifrada en el -0,3%, aumentando un 11,3%. Al igual, un crecimiento similar se registra en las ventas de productos de telefonía, que crecen el 13,4% remontando el descenso del 9,7% del mismo período del pasado ejercicio.

De los datos presentados en el Pánel Master de este año, cabe destacar que el total de las ventas de electrodomésticos y productos electrónicos para el hogar y el ocio creció más de un 7 por ciento.



espression
SUPREMA



La suprema espression del buen gusto

La cafetera superautomática Espression Supremma responde a las necesidades más elevadas del consumidor.

Esta sofisticada cafetera es capaz de asegurar 10 años de delicioso café, gracias a su grupo de erogación profesional desarrollado por Bianchi, principal fabricante de cafeteras profesionales (vending) en Italia.

Además incluye una innovadora pantalla táctil (LCD), muy cómoda, muy fácil de usar y muy estética, y el avanzado sistema Coffe Essence System, desarrollado por Solac, que realiza una preinfusión de agua, inyectando una pequeña cantidad de agua sobre el café recién molido para mojarlo y esponjarlo, con lo que consigue potenciar al máximo su aroma.

Sencillez y sofisticación exquisitas para alcanzar la máxima expresión del buen gusto.



La superautomática de diseño

5 años de delicioso café, sin mantenimiento

Coffe Essence System, preinfusión para un aromático espresso

Tecnología táctil

Una cafetera que se comunica con el usuario

Las cafeteras **stenza** • Limpiavapor **Ecogenix**

Otras dos innovaciones de Solac, elegidas producto del año por los consumidores



solac
lo que hacemos,
lo hacemos bien

www.espressionsolac.com

Para información y pedidos: 902 32 22 32 • www.solac.com