



Foto: Philips

Televisores de Pantalla Plana

Alta definición y diseño

Una vez que ha quedado constatado el declive imparable de los televisores CRT en favor de las pantallas planas, tanto LCD como plasma, ahora es el momento de ver cuáles son los nuevos avances que nos trae este mercado. Uno de ellos es la consolidación del Full HD como estándar, y el otro quizá sea la tendencia cada vez más acentuada a equipos ultradelgados, capaces de integrarse en nuestro salón y pasar totalmente desapercibidos, como si de un elemento decorativo más se trataran.

Desde hace algún tiempo hemos ido viendo cómo las pantallas planas, especialmente el LCD, han ido desbancando a los televisores CRT, pero quizá este último año haya sido el espaldarazo definitivo. El abaratamiento de los equipos de pantalla plana, que además incluyen cada vez más y mejores prestaciones por un precio inferior, ha contribuido definitivamente a la hora de hacerse con el espacio más destacado de nuestros salones.

¿Los motivos de este salto? El primero y más evidente es el hueco aún existente para la penetración en los hogares españoles, y el interés de los mismos por hacerse con una pantalla plana. Éste ha sido uno de los puntos que más claramente han incidido a favor del crecimiento del mercado. Según apunta Sharp, actualmente los LCD representan el 50% de la cuota mundial de televisores y este año se prevé una demanda total de 100 millones de unidades, de los que sólo a Europa corresponden 35 millones, convirtiéndose en el producto más vendido del continente. Además, el predominio de las ventas de LCD en Europa Occidental es abrumador ya que, como afirma Sharp a partir de los datos de GfK, los LCD representan una cuota del 90% sobre el total de los televisores colocados en el último año. Y es que, como recoge la consultora, la tecnología LCD aún muestra un gran potencial, puesto que alrededor de un 80% de los hogares de Europa Occidental aún no dispone de uno de estos equipos, y cerca de un 15% posee tan sólo uno, por lo que hay un largo recorrido, ya que la media de aparatos por domicilio se situaba en 1,9 unidades en 2007.

De igual manera, Raúl Centeno, Product Manager Home Business Division de Pioneer Electronics Ibérica, expresa que "la presencia de televisiones planas en el mercado español es total, mientras que la venta de CRT es residual", y Ángel Pulido, responsable del negocio Audiovisual de Toshiba, apostilla que sobre las ventas nacionales "los paneles de cristal líquido tienen una penetración del 94,8% con respecto al 5,2 del plasma, y las televisiones de tubo ya no suponen un porcentaje valorable en el sector, ya que han dejado de ser una solución factible para los retailers, que necesitan mucho más espacio del que disponen para mostrar equipos tan grandes, ni para los consumidores, que se encuentran en la misma situación. Además, hay que tener en cuenta el apagón analógico,

gracias a la llegada de la televisión digital terrestre". Por su parte, Josep María Calvo, director general comercial en España de Daewoo Electronics, considera que "el mercado de sustitución de TV de tubo es aún muy importante, pero la penetración supera holgadamente el 50% de los hogares. Queda recorrido, pero la actual situación económica hace que debamos ser prudentes en las perspectivas de facturación".

Empujón de los eventos deportivos

Por otro lado, no podemos desdeñar el poder impulsor de los eventos deportivos acaecidos este año. Aunque con un tirón inferior al de un Mundial de selecciones de fútbol, la Eurocopa de Austria y Suiza y los Juegos Olímpicos de Pekín han contribuido favorablemente a la hora de dar un empujón a las ventas. Como señala Diego Cortiñas, Product Manager de TV de Samsung, "este año se ha seguido notando el efecto positivo de la Eurocopa en las ventas de televisores, siendo mayo y junio meses positivos en ventas y en crecimiento, tanto para LCD como para plasma. En especial, la tecnología de plasma se ha visto muy favorecida por este evento tanto en 42" como en 50", gracias a su buena relación precio-tamaño". También Pulido reconoce que "la venta de pantallas planas está reflejando un crecimiento en torno al 25% con respecto al año anterior. Gran parte de este incremento es debido a la fuerte apuesta que ha hecho todo el canal para ofrecer un acontecimiento deportivo a través de la mejor definición posible, teniendo en cuenta

la cantidad de público que está pendiente tanto del equipo olímpico español como de la selección española de fútbol".

Del mismo modo, aunque "la previsión de ventas de pantallas planas ha evolucionado ligeramente a la baja, acontecimientos como la Eurocopa o los Juegos Olímpicos, junto a una amplia gama de productos y una reducción importante de los precios, han propiciado que los consumidores adelanten la acción de compra, propia de la época navideña", defiende Centeno. Y en una línea similar, Calvo puntualiza que "el consumo se ha mantenido en niveles aceptables hasta el pasado mes de mayo, aproximadamente. Este hecho se debe, en parte, a la presión en comunicación que, con motivo de la Eurocopa, los distribuidores y fabricantes hemos realizado. Pero en este momento, sería faltar a la verdad no reconocer que las ventas ya se sitúan, en unidades, por debajo de 2007, y que las cifras son aún más acusadas en valor".

El complemento de otros dispositivos

Por otra parte, además de los citados eventos, no se puede desdeñar el efecto propulsor de otros productos complementarios, como reproductores Blu-ray, sistemas de cine en casa, videoconsolas, discos duros multimedia... todo un universo de ocio que puede animar al consumidor a la renovación de su aparato de televisión para mejorar su experiencia y proporcionar momentos espectaculares. Sirve



Foto: JVC

como curiosidad apuntar que, precisamente en un momento de crisis como el actual, el mercado de los videojuegos ha marcado crecimientos récord. Y es que parece que los españoles apostamos por el ocio en el hogar cuando la economía nos permite menos alegrías fuera de él. Así, la existencia cada vez mayor de aparatos que puedan completar dicha oferta de ocio es un acicate interesante. Como indica el Director General Comercial de Daewoo, "el papel de estos productos complementarios es cada día más importante, ya que la tendencia del mercado es ofrecer al usuario referencias cada vez más completas". Del mismo modo, el responsable de Pioneer precisa que estos aparatos, "como los reproductores Blu-ray, crean una sinergia perfecta al conectarlos con televisores 1080p y receptores A/V, proporcionando una genuina experiencia cinematográfica. Para los aficionados al entretenimiento más exigentes, el reproductor constituye una excelente inversión que reúne todos los avances de la tecnología de entretenimiento en casa de alta definición".

Por eso, la conectividad de los distintos artículos es prioritaria. Como apunta el Product Manager de TV de Samsung, "es esencial el trabajo de conectividad de los distintos productos para poder ofrecer una convergencia completa de entretenimiento en casa, pudiendo, por ejemplo, disfrutar de la mejor calidad de imagen a través de un reproductor Blu-ray, tener la mejor calidad de sonido a través de los sistemas de cine en casa y poder grabar los programas de televisión directamente en el disco duro de un DVD". De ahí que los fabricantes se esfuercen especialmente en este campo. "Samsung ofrece una solución completa de entretenimiento en casa, con una de las mayores conectividades disponibles del mercado y todo a través de un mismo mando, pudiendo ahorrar espacio y facilitar al usuario su disfrute a través del 'anyinet+' de nuestros productos".

Pero por otro lado, el responsable de Toshiba reconoce que "los productos complementarios como discos duros, Blu-ray, etc., suponen soluciones para disfrutar de contenidos audiovisuales", pero recuerda que "hay que tener en cuenta tanto el formato como la calidad, así como el desembolso que conlleva". Es por este motivo que las marcas también intentan mejorar las prestaciones de sus televisores a la hora de combinarlos con los productos habituales y con los que ya

¡Quién da más!

Si hace un año veíamos que un buen número de fabricantes se veían inmersos en una lucha por ver quien desarrollaba el panel de plasma o LCD más grande, ahora asistimos a un paso que va más allá. Así, varias compañías han conseguido elaborar pantallas de más de 100", generalmente destinadas a un uso comercial o para entornos empresariales, pero el proyecto que se prepara en Dubai supera con creces estos logros. La compañía Tameer Holding planea instalar sobre la fachada del edificio 'Podium' que se levantará en Dubailand, una zona turística en las afueras de la ciudad, una pantalla compuesta por diodos LED. Esta pantalla gigante tendrá una altura de nada menos que 33 plantas y la tecnología empleada no impedirá la entrada de luz natural al inmueble. Se espera que este ingenio pueda verse hasta una distancia de kilómetro y medio.

Es esencial el trabajo de conectividad de los distintos productos para poder ofrecer una convergencia completa de entretenimiento en casa, pudiendo disfrutar de un reproductor Blu-ray, el sonido a través del cine en casa o poder grabar los programas directamente en el disco duro de un DVD

contamos. "Toshiba acaba de desarrollar la tecnología XDE, a través de la cual se realiza un superescalado de la imagen, mejora de contrastes, color y detalles, obteniendo una calidad de imagen cercana a la alta definición. Así, a través del formato DVD estándar, sin necesidad de cambiar, podemos ver nuestras colecciones de DVD de toda la vida como nunca las hemos visto", explica Pulido.

Las apuestas de los fabricantes

En cualquier caso, las empresas del sector tienen clara una cosa: no se pueden quedar atrás. Por eso, destinan buena parte de sus esfuerzos a la investigación de nuevas tecnologías que aporten mayor calidad de imagen, conectividad y comodidad para el usuario, pero también un mejor diseño y la plena integración de los televisores en el salón o el espacio escogido para su emplazamiento. Éstas son algunas de las apuestas de las principales marcas:

Samsung. Diego Cortiñas explica que "el primer rasgo de la marca es que somos fabricantes de nuestros propios paneles, a diferencia de otros competidores. Este condicionante hace que estemos en vanguardia del sector y seamos líderes en desarrollo tecnológico, mientras que otros son seguidores de estas tecnologías ya desarrolladas. La apuesta por la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías y productos es una de nuestras principales ventajas. El segundo rasgo es el liderazgo en diseño. La apuesta de Samsung por el diseño ha sido fundamental en nuestro éxito a nivel mundial, recibiendo premios en diseño año tras año en prácticamente todas las categorías en las que participamos". Además, añade que "otro factor diferenciador que surge de la unión de la investigación y desarrollo y de la gran apuesta por el diseño, es el uso de nuevos materiales y nuevos acabados, campo en el que somos líderes. Cabe destacar el éxito del diseño negro piano, apuesta nuestra desde



Foto: Daewoo

hace ya varios años. Y durante 2008, nuestra gran apuesta en el diseño ha sido todavía mayor, incorporando materiales nuevos y exclusivos que nos harán únicos, como los utilizados en nuestra 'Serie 6' y superiores, que están teniendo una amplia aceptación por parte del consumidor final". En cuanto a las funcionalidades, Cortiñas señala la dedicación de Samsung a "facilitar el uso de nuestros productos a los usuarios", a partir de "menús intuitivos y funciones como las 'plug and play', que pueden ser disfrutadas desde el instante en que son conectadas a la red eléctrica y a la antena". Finalmente indica que "todo ello hay que sumarlo a una gran conciencia medioambiental, tanto en los procesos productivos como durante la utilización de nuestros productos. La protección del medio ambiente es uno de nuestros compromisos con la sociedad y de los beneficios que queremos hacer llegar al mundo".

En esta línea, nos encontramos con las Series 7, 8 y 9 de televisores HD, todos ellos con los materiales y la innovación 'Crystal Design'. Centrándonos en la 'Serie 7', se trata de una gama de equipos Full HD de LCD (40", 46" y 52") y plasma (50", 58" y 63") que incluye conexiones USB, la biblioteca de contenidos 'Smart Content Management' -que permite introducir rápidamente el contenido grabado en memorias flash-, la función 'Infolive' -noticias, información meteorológica o financiera, etc.- o la función 'Wiselink Pro' -conexión USB para ver vídeos descargados de internet de forma sencilla-, mientras que su certificado DLNA hace posible compartir contenidos multimedia desde cualquier red -incluso inalámbrica- con todos los dispositivos AV e IT de la casa, como móviles u ordenadores. En cuanto al tratamiento de la imagen, algunas innovaciones son el 'Ultra Bright Filter 2' de los equipos PDP, que ofrece contrastes 1.000.000:1, o el 'Wide Color Enhancer 2' de los LCD, que reprocesa los rojos, verdes y azules para producir colores más naturales y brillantes. Y respecto al sonido, todos los televisores de la gama disponen de los 'Down Firing Speakers' y subwoofer.



Foto: JVC

ELBE



MF-901 MARCO DE FOTOS DIGITAL

- Pantalla 9" TFT.
- Funciona con adaptador (incluido).
- Formatos: video, audio, fotos, MP3, MPEG4, JPEG.
- Vista de fotos: rotación, visualización continua.
- Función reloj con calendario y alarma.
- Mando a distancia incluido.
- Toma USB.
- Incluye 3 marcos: blanco, silver y negro.
- Ranura para SD/MMC/XD/MS.
- Consumo: 8 W.
- Memoria Interna: 8 MB.
- (An-Al-Pr): 28.2 x 19.6 x 4.1 cm.
- Límite conexión hasta 2 GB.
- Altavoz.
- Toma de auriculares.

RIVER
INTERNATIONAL

c. Beethoven, 15 • 08021 Barcelona
T. 93 201 37 77 • Fax. 93 202 38 04
e-mail: comercialdep@riverint.com
www.riverint.com

Philips. Algunas de las más recientes novedades de la firma son las líneas 'Aurea' y 'Essence'. La primera consta de referencias en 37" y 42" e incorpora la última versión de la tecnología 'Active Frame', que permite que el marco exterior que bordea la pantalla emule los colores que se visualizan en la pantalla en cada momento. Además, cuenta con tecnologías como la 'Perfect Pixel HD Engine', '100 Hz Clear LCD', procesado RGB de 17 bits con 2.250 billones de colores, contraste 30.000:1, 'Perfect Natural Motion', 'Ambilight Spectra', sintonizador TDT con MPEG-4, enlace para redes PC DLNA y 4 entradas HDMI, entre otras prestaciones. El modelo 'Essence' -42PES0001-, es un televisor de 42" que combina la tecnología HD con diseño ultrafino -38 mm.- y ligero que le permite incluso ser colgado en la pared como si se tratase de un cuadro. Además, comparte buena parte de las tecnologías apuntadas en la gama anterior: 'Perfect Pixel HD Engine', '100 Hz Clear LCD', 2.250 billones de colores, certificado PC DLNA, etc.

Sony. La delgadez de sus televisores es también uno de los argumentos de la compañía japonesa. Así, ha lanzado el 'Bravia ZX1', un LCD de 40" que en su parte más delgada presenta tan sólo 9,9 mm. de grosor.

Además, otra de sus grandes innovaciones es la tecnología 'Bravia 1080 Wireless', una conexión inalámbrica que transporta la señal audiovisual en tiempo real desde un 'Media Receiver' separado de la pantalla y al que se conectan los distintos dispositivos -reproductor Blu-ray o DVD, videoconsola, etc.-. Después, este receptor, que puede emplazarse fuera de la vista y en cualquier punto de la habitación, envía la señal en HD por radiofrecuencia. De esta manera, no hay cables que interfieran en su aspecto una vez colocado. Para conseguir este escaso grosor, el equipo no se retroilumina, sino que la fuente de iluminación procede de sus laterales, gracias a hileras de LED, la denominada 'Bravia Edge LED'. En cuanto a la tecnología de imagen, dispone de 'Bravia Engine 2' o 'Motionflow 100 Hz' con 'Image Blur Reduction'. Además, la compañía ha presentado el 'Z4500', un televisor LCD Full HD con sistema 'Motionflow 200 Hz' o el 'XEL-1', el primer dispositivo OLED (11") que llega al mercado europeo. Lo más espectacular es que el grosor de su pantalla es de tan sólo 3 mm. en la parte más delgada.

LG. La firma coreana también está apostando por el diseño, como se ejemplifica con su serie 'Scarlet'. El modelo '42LG6100' es un LCD de apenas 44,7 mm. de grosor y con

La sensibilidad respecto al deterioro del planeta llega también a los televisores, hasta tal punto que en algunos países se está cuestionando el gasto energético de las pantallas de televisión, en particular en el caso de los dispositivos de plasma

una parte trasera en un intenso color rojo escarlata. Además, el orificio inferior es un indicador de encendido rodeado de luces LED que incluye un sensor táctil. En cuanto a su tecnología de imagen, este aparato Full HD incluye el sistema 'Intelligent Sensor' -que ajusta la luminosidad y características del color a la luz de la estancia-, 'True Motion 100 Hz', contraste 50.000:1 o '24p Real Cinema', además de cuatro conexiones HDMI, puerto USB o altavoces invisibles, entre otras características. Y en plasma podemos destacar el '50PG6900', una pantalla Full HD de 50" con función 'Time Machine', tiempo de refresco de 0,001 ms, contraste 1.000.000:1, 'Dual Core XD Engine', 'Supermotion 600 Hz', tres HDMI y altavoces invisibles.



Foto: Sony

Un planeta más verde

La sensibilidad respecto al deterioro del planeta llega también a los televisores, hasta tal punto que en algunos países se está cuestionando el gasto energético de las pantallas de televisión, en particular en el caso de los dispositivos de plasma. Por eso, la mayor parte de los fabricantes se está esforzando por reducir el consumo de sus dispositivos. Por ejemplo, en este mismo reportaje hablamos de un televisor LCD de Panasonic que consume la cuarta parte de electricidad que un televisor de tubo de sus mismas dimensiones, y que incluso es capaz de funcionar conectado a una placa solar.

En cualquier caso, el resto de compañías también está trabajando en este campo. Así, Diego Cortiñas afirma de "una de las bases de Samsung es la conservación del entorno y protección del medio ambiente. En esta línea, nuestros plasmas en 2007 eran 'Energy Star' y siempre tenemos como objetivo la máxima eficiencia energética en nuestros productos".

Igualmente, Miguel Ángel Pulido (Toshiba) afirma que "es cierto que hay una creciente preocupación en este sector por el gasto energético de los productos de electrónica de consumo. Por ello, estamos incorporando tecnologías que disminuyan tanto su consumo en modo stand by -'Full Power Down Mode'-, como en el gasto del

LCD encendido, mediante el autoajuste de los valores de contraste y brillo a través de sensores incorporados en nuestras pantallas -'Luma Sens'-, que ajusta dinámicamente el consumo de la pantalla a las condiciones ambientales".

Y Raúl Centeno (Pioneer) señala que "el gasto energético de los televisores se está reduciendo notablemente y, si nos centramos en los televisores de plasma, hemos conseguido un ahorro energético del 30% en el período de tres años en la función de stand by de nuestras pantallas".

Por el contrario, Josep María Calvo (Daewoo) se muestra escéptico ante esta tendencia a exaltar la reducción del consumo. "Francamente, es más un asunto de argumentos de venta que esgrimen unos fabricantes frente a otros que un problema real. En general, el consumo de los aparatos de televisión de cualquier tecnología, tubo, LCD o plasma, se adapta a unos estándares de seguridad y consumo muy estrictos. Obviamente, unos aparatos consumen más que otros, pero el consumo energético de una comunidad familiar no viene determinado por el televisor del que disponga, ya que hay aparatos cuyo consumo es mucho más relevante, como frigoríficos, lavadoras, secadoras, aire acondicionado...", asevera.

Toshiba. Miguel Ángel Pulido explica que Toshiba, "como líder en innovación, está comprometida con la sociedad, por lo que busca permanentemente soluciones tecnológicas que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores. Por ello, seguimos desarrollando tecnologías para mejorar la experiencia audiovisual de nuestros clientes y ser una referencia en el mercado español". En esta tendencia encajan los televisores 'Regza', con sus series 'RV' -37" 42" y 46"-, 'ZF' -40" y 46"- y la renovación y ampliación de la 'XV' -46" y 52"-. Se trata de equipos LCD con resolución 1920x1080p, contraste dinámico de 18.000:1 a 30.000:1, y tecnología 'Full Power Down' -que permite el ahorro de energía- y 'Active Vision' -que mejora la calidad de la imagen- y varias conexiones HDMI. Además, tanto la gama 'RV' como la 'ZF' disponen de panel de 100 Hz y la última también cuenta con la tecnología 'Resolution Plus', que permite el escalado de imágenes que no son de alta definición. Por otro lado, Toshiba ha incorporado un 'combi' de TV -con sintonizador TDT integrado- y DVD -compatible con todos los formatos-. Se trata de un equipo HD Ready de LCD, con conexión

HDMI, y está disponible en 19" y 22". Cabe resaltar que la compañía también presentó en IFA 2008 la tecnología 'Resolution Plus', que convierte la imagen de definición estándar en otra de alta definición.

Pioneer. Su principal innovación pasa por la nueva gama de la serie 'Kuro'. Como señala Raúl Centeno, "los televisores de plasma 'Kuro Full HD' están marcando la pauta en el mercado de alta definición. La novena generación de televisores de plasma 'Kuro' se aproxima al negro absoluto gracias a una reducción adicional de la luminancia inútil y una mejora de cinco veces los niveles de negro respecto a los anteriores modelos".

Según Pioneer, los televisores de plasma 'Kuro Full HD' se aproximan al negro absoluto gracias a una reducción adicional de la luminancia inútil y una mejora de cinco veces los niveles de negro respecto a los anteriores modelos

El producto más demandado

LCD de 32"
HD Ready
Full HD a partir de 37" y 42"
TDT integrado
Contraste dinámico superior a 15.000:1
2-3 conexiones HDMI

A la última

Cada día hay nuevas tecnologías que mejoran las prestaciones de los televisores y nos conceden una experiencia superior. Éstos son algunos de los más recientes avances.

Full HD en formatos más pequeños. Diego Cortiñas (Samsung) apunta "la llegada de la tecnología Full HD a televisores de formato más pequeño, como es la aparición de televisores de 32" que ya la incluyen. Debemos entender que la penetración del Full HD es directamente proporcional al tamaño de la pantalla, consiguiendo el usuario una mayor definición y nitidez a una menor distancia". Asimismo, Miguel Ángel Pulido cree que "en un futuro cercano, los avances más significativos estarán encaminados al establecimiento del estándar de paneles Full HD como la mejor definición posible".

100 Hz. El responsable de Samsung afirma que "la tecnología 100 Hz está creciendo, con la búsqueda de imágenes en movimiento, sin distorsiones y sin saltos en la imagen. Esta tecnología está siendo aplicada tanto en televisores HD Ready como Full HD y en LCD y plasma. Una mejora futura, que es una realidad técnicamente, es la tecnología de 200 Hz, que fue presentada en la pasada feria IFA".

MPEG-4 y TDT en HD. Tras la consolidación de la integración del TDT, se impone la incorporación de decodificador MPEG 4 que, como recuerda Josep María Calvo (Daewoo), "es el estándar europeo para la retransmisión de señales de alta definición en el sistema de TDT. Además, hay que sumar las posibilidades de implantar contenidos interactivos sobre este soporte de emisión.

Retroiluminación por LED. "Apostamos por la retroiluminación por LED, tanto por su mejor eficiencia energética como por el control de la iluminación por parte de nuestro propio software, que nos permite apagar parcialmente zonas del panel que no necesitan retroiluminación. Estos paneles consiguen contrastes dinámicos de 1.000.000:1 por la gestión de dicha retroiluminación", expone Cortiñas.

HDMI y conectividad total. Los fabricantes están haciendo especial hincapié en equipar conexiones HDMI que permitan conectar varios aparatos al televisor y, además, contar con total conectividad, haciendo posible que con un solo mando se manejen todos.

Conectividad. Por otro lado, las compañías están apostando por el protocolo DLNA (Digital Living Network Alliance), que supone un avance más en la conectividad, ya que permite interconectar (por red wi-fi o Ethernet) diversos equipos, de manera que "el usuario se beneficia de la visualización en la televisión de los contenidos que pueda tener en un PC de sobremesa o en su portátil de una manera muy sencilla", explica el responsable de Samsung. "Además, la conectividad a través de USB se ve mejorada, pudiendo disfrutar de archivos de vídeo directamente desde una memoria flash", añade. Asimismo, Raúl Centeno (Pioneer), hace hincapié en nuevas

formas de interconexión, como la unión inalámbrica mediante wi-fi o bluetooth o a través de cable, pero desarrollando nuevos conceptos, como a la tecnología PLC (Power Line Communications), que emplea las líneas de energía eléctrica convencionales para transmitir señales de radio y transportar datos.

Ultradelgados y aún más diseño. Una de las tendencias más acusadas en el último año es el 'adelgazamiento' de las pantallas planas, con grosores realmente espectaculares. La palma se la llevan dos equipos de Sony: un LCD que presenta un grosor de tan sólo 9 mm. en su parte más delgada y un OLED de tan sólo 3 mm. en la zona más estrecha. Además, se potencia el diseño con nuevos colores, como el negro piano, el plata o el rojo intenso, a la par que se lanzan equipos con cada vez más pulgadas.

Mejoras de audio. Como apunta Centeno, ya se están presentando avances como el 'Audio HD' de Dolby o el DTS (Digital Theater System) -sistema digital que permite 6 canales independientes de audio en una sola señal comprimida- gracias a la capacidad del Blu-ray.

Combis. "El televisor ha de tener más utilidades que ver sólo la televisión, por lo que el consumidor está pidiendo productos con otras aplicaciones y aparatos integrados como disco duro o DVD", anota Calvo. Como vemos en este trabajo, algunos fabricantes apuestan por esta integración, aunque desde Pioneer se apunta lo opuesto, es decir, que "se pretende que los dispositivos independientes se puedan comunicar -DLNA, etc.-", precisa Centeno.

TV con PC. Algunos fabricantes, como Daewoo, ya han presentado equipos con ordenador integrado. Para el responsable de Toshiba, "en un futuro a medio-largo plazo veremos la irrupción de internet en los televisores y, a través de estas conexiones, el acceso a contenidos en alta definición en nuestros salones".

OLED. En este reportaje hablamos del primer televisor OLED presentado en el mercado, un televisor Sony de 11". Lo más sorprendente de este equipo es que el grosor de la pantalla es de 3 mm. en la parte más estrecha. De momento, Cortiñas afirma que "es una tecnología todavía muy temprana como para poder hacerla llegar al usuario final debido a su coste actual".

3D y 'visión dual'. Las compañías del sector están trabajando desde hace algún tiempo en dispositivos capaces de ofrecer una imagen tridimensional al usuario mediante el empleo de gafas inalámbricas, como si de una película de ciencia ficción se tratase. Esta misma tecnología permite crear pantallas de 'visión dual', en las que dos jugadores de videojuegos pueden ver en la pantalla sólo su propio personaje, sin recurrir a la solución habitual de dividir la pantalla. Incluso hay un equipo de Philips, ya a la venta en Europa, que no requiere ninguna lente, ya que la pantalla divide la imagen en muchas señales distintas que se remiten a cada ojo por separado.



La tecnología 100 Hz está creciendo, con la búsqueda de imágenes en movimiento, sin distorsiones y sin saltos en la imagen. Esta tecnología está siendo aplicada tanto en televisores HD Ready como Full HD y en LCD y plasma. Una mejora futura, que es una realidad técnicamente, es la tecnología de 200 Hz

como la 'AV Optimum' -sensor de luz para el ajuste automático a las condiciones de la habitación-, sintonizador para TDT y satélite en HD o 'Home Media Gallery' -reproducción de contenidos en red- y certificado DLNA.

Daewoo. La línea estratégica de la compañía coreana es muy distinta ya que, según explica Josep María Calvo, Director General Comercial en España de la compañía, "Daewoo Electronics, sigue apostando por hacerse con el liderato de pantallas LCD de pequeño formato, por lo que hemos dotado a estos aparatos de pocas pulgadas con las mismas prestaciones tecnológicas que ofrecen las grandes pantallas. En este sentido, hemos integrado el decodificador TDT a todos los modelos. No obstante, también hemos ido más allá en innovación tecnológica y hoy podemos presumir de disponer del primer televisor HD con sintonizador DVB-T y lector DVD que integra un ordenador personal dotado con el sistema operativo Linux y el suministro de una RAM de 1 GB. Se trata del 'DLP-32U1LOB'. Además, con un disco duro de 160 GB, este único electrodoméstico, de alta capacidad de almacenamiento y grabación, posibilita añadir nuevos contenidos a través

de dos conexiones HDMI, cuatro puertos USB y componentes como el S-Video, D-Sub, RCA y Scart". Otras novedades de Daewoo son los modelos 'DLT-19L2' y 'DLT-22L2', de 19" y 22", respectivamente. Ambos cuentan con TDT integrado, resolución 1440x900p, 16,7 millones de colores y conexiones RCA, PC RGB, Audio PC in, HDMI, y TV Out, entre otras



características. "Nuestro objetivo es centrar el valor añadido del producto en aquello que redunde en beneficio efectivo para el usuario, de forma que el consumidor pague por lo que necesita y no por especificaciones que encarecen el producto de manera artificial", añade Calvo.

Panasonic. Entre sus últimos lanzamientos destaca el 'Viera TX-37LZD85', un LCD Full HD de 37" que incorpora la tecnología 'Motion Picture Pro', que permite que una señal de 50 Hz se convierta en una de 100 imágenes por segundo, generando una transición más natural y, además, detecta las áreas en movimiento y activa el parpadeo de la retroiluminación sólo para dichas zonas. Otras características relacionadas con el tratamiento de la imagen es el sistema 'película a 24p' -que adapta la imagen a los 24 fotogramas del formato cine-, el panel 'IPS Alpha' o la tasa de contraste 10.000:1 con 'controlador de escena inteligente' ('ISC'). En cuanto a su versatilidad, este equipo dispone del 'Viera Link' -permite operar con otros componentes Panasonic AV conectados sólo con el mando del televisor- y ranura de tarjeta SDHC. Además, la marca presentó en la feria IFA cinco prototipos de paneles plasma, incluido un televisor de 42" con tecnología de doble eficiencia que reduce el consumo de energía pero manteniendo el mismo brillo, gracias al desarrollo de nuevos fósforos y tecnología ampliada para el diseño de celdas para mejorar la descarga, así como un nuevo circuito. Además, mostró sus nuevos modelos de televisores de plasma de 58" -'TH 58PZ800'- y 65" -'TH 65PZ800'-.

Foto: LG

Sharp. Recientemente hemos podido conocer la ampliación de su gama 'Aquos', en la que destaca la serie 'XSI', una familia de pantallas LCD Full HD de 52" y 65", con un grosor de marco de 23 mm. en la parte más delgada, un nuevo sistema de retroiluminación RGB-LED, relación de contraste 1.000.000:1 y una escala de reproducción del color EBU 166% (NTSC 150%) -que mejora la reproducción de colores en las escenas oscuras y ofrece una gama de colores más vivos y brillantes-, entre otras prestaciones. También dentro de la gama 'Aquos' se encuentra la serie 'LC D65E', compuesta por cuatro modelos -32", 37", 46" y 52"- de LCD Full HD y resolución 1080p. Entre sus características destaca su modo ecológico 'Eco Mode' -que disminuye la iluminación de fondo y ahorra un 30% de energía- o el modo 'OPC' ('Control Óptico de Imagen') -que permite adaptar automáticamente la luminosidad de fondo de la pantalla en función de la intensidad luminosa de la estancia-. Además, la familia 'Aquos' ha crecido con otras series como la 'XL2E' -42", 46" y 52"-, equipos LCD de Full HD, con tecnología 100 Hz y que destacan por su delgadez, o la serie 'D44E' -26", 32" y 37", televisores LCD HD Ready con resolución 1.366x768 píxeles, que ofrece la mejor calidad a un precio muy competitivo. Por otro lado, cabe recordar que Sharp ha mostrado la primera unidad española de su pantalla LCD Full HD de 108", la más grande del mundo, diseñada especialmente para uso comercial o para aplicaciones empresariales. En otro sentido, la firma ha presentado un prototipo



Foto: Panasonic

Además del LCD de 108 pulgadas, Sharp ha presentado un prototipo de televisor ecológico LCD de 26 pulgadas que sólo precisa de la cuarta parte de la electricidad de uno de tubo, y que puede conectarse a una fuente de energía solar

de televisor ecológico de LCD de 26" que tan sólo precisa la cuarta parte de la electricidad que necesita un aparato convencional de tubo. Además, este equipo puede conectarse a una fuente de energía solar, evitando la dependencia de estar enchufado a la red eléctrica.

JVC. Una de sus últimas novedades es el 'Super Slim LCD', un televisor Full HD 1920x1080 píxeles con sintonizador integrado y que se presenta con un marco estrecho -23 mm.-, un grosor de 39 mm. de profundidad en la parte más estrecha, un máximo de 74 mm. de fondo en el centro del panel y un peso en torno a 20 Kg -o menos en el caso del modelo de 42"-. De esta manera, permite ser colocado en la pared de manera discreta y aportando sensación de ligereza. En cuanto al resto de características, presenta ahorro del consumo eléctrico de cerca de 190 W respecto a muchos aparatos de su categoría, lo que supone una reducción del 20%. Además, entre otras prestaciones, cuenta con un 'Modo Eco' -que ajusta el brillo de la pantalla a los niveles de luz de la habitación-, tecnología digital de mejora de imagen 'DynaPix HD', alta calidad de sonido 'MaxxBass' y tres conexiones HDMI.



Foto: Pioneer



KDL-40E4000

NUEVA SERIE E4000 DE BRAVIA

El LCD creado para adaptarse al entorno

Adaptarse a un entorno sofisticado. Integrarse con todo lo que le rodea. Sólo un televisor como el nuevo BRAVIA E4000 es capaz de hacerlo; el primer LCD de Sony dotado con la revolucionaria prestación "Modo Cuadro", que convierte el televisor apagado en el marco digital más exclusivo del salón con un consumo mínimo. Su elegante diseño, nacido de una sola línea bajo el concepto "Draw the Line", enmarcará en aluminio o negro medianoche tus imágenes, fotografías y pinturas favoritas gracias a la conexión USB de alta velocidad. Con formatos de 26", 32" y 40" que incorporan sintonizador TDT de Alta Definición. Sofisticación. Innovación. Adaptación. Tenerlo todo es posible.

"Wheatfield with Cypresses"
Gogh, Vincent van - National Gallery, UK/ The Bridgeman Art Library

colour like.no.other™

LCD, rey del mercado

Este año ha sido el definitivo para los LCD. Según los datos recogidos por la consultora GfK, como se puede ver en el cuadro adjunto, entre los meses de enero y julio de este año y el precedente, han pasado de venderse 1,57 millones de equipos LCD a colocarse 1,89 millones de aparatos, es decir, un 20,8% más. Por el contrario, la evolución en valor no ha sido tan favorable debido, en gran medida, al descenso del precio medio de los equipos comercializados (de 728 euros de media hasta julio de 2007 a 646 euros en 2008). Así, en julio de 2008 se facturaron 1.223,2 millones en aparatos LCD, un 7,3% más que un año antes. En definitiva, el LCD ya representa un 82,6% del total de unidades vendidas (68,8% un año antes), mientras que su cuota en valor supone un 88,9% (83,5% en julio de 2007).

Además, podemos destacar la dispar trayectoria de los dispositivos de plasma si analizamos volumen y valor. Así, entre enero y julio de 2008 se colocaron un 9,3% más de estas pantallas, pero el descenso de su precio (de 1.397 euros a 1.116 euros de media) generó una evolución negativa del 11,2% en valor. De este modo, mientras que en volumen ha aumentado su cuota sobre el total de

ventas hasta el 4,5% (frente al 4,1 de julio del pasado año), en valor ha retrocedido hasta suponer un 8,5% del total (frente al 9,6% de 2007).

Finalmente, los televisores CRT están viviendo su 'canto del cisne'. Han pasado de suponer un 26,9% del volumen total comercializado en julio de 2007 al 12,4% un año después. Y el declive es aún más significativo en valor, pues si ya en 2007 representaban tan sólo un 6,5% de las ventas totales, en el presente ejercicio se quedan en el 2,5%.

GfK	Unidades			Valor		
	Ene07 a Jul07	Ene08 a Jul08	%	Ene07 a Jul07	Ene08 a Jul08	%
TV Color	612,4	283,4	-53,7	88.363,0	36.086,0	-60,3
LCD-TV	1.57,3	1.892,6	20,8	1.140.417,0	1.223.212,0	7,3
Plasma	93,7	102,4	9,3	130.894,0	116.290,0	-11,2
Retro proyección	4,0	0,9	-77,5	5.380,0	1.238,0	-77,0

¿Cómo ayudar al comprador?

La tarea de comprar un televisor siempre es compleja para el comprador que acude desorientado y buscando el consejo de los especialistas de la tienda. Por eso, hay una serie de aspectos que conviene tener en cuenta a la hora de asesorar al cliente.

Por ejemplo, Diego Cortiñas (Samsung) cree que lo principal que se debe valorar es la resolución. "Un panel Full HD es capaz de mostrar muchos más detalles que un HD Ready. Y esta resolución es más importante cuanto más grande es el televisor, de este modo, casi la totalidad de los LCD de más de 46" son Full HD", puntualiza. Además, incide en que "el contraste es muy importante para poder ver detalles en las imágenes de claroscuro, mientras que la tecnología 100 Hz es muy importante para las imágenes en movimiento". En cualquier caso, Cortiñas anota que "después de estas consideraciones, prácticamente estándares del mercado, es cuando empieza el protagonismo real de las tecnologías propias de cada uno de los fabricantes, el motor de imagen y el potenciador del color son realmente algunos de los grandes diferenciales entre pantallas". Igualmente, Miguel Ángel Pulido (Toshiba), aconseja prestar atención a "resolución, contraste, hertzios y si tiene tecnología de mejora de imagen".

Por su parte, Raúl Centeno (Pioneer) opina que "a la hora de elegir un televisor, resulta un elemento primordial la calidad de imagen percibida, independientemente de la fuente, bien sea TDT o HD. Hay otras variables técnicas que nos indican la calidad del panel pero, indudablemente, lo más importante es la percepción de una buena imagen, bien contrastada y con un colorido más natural".

Finalmente, Josep María Calvo Vallverdú (Daewoo) considera que "lo más importante es tener la certeza de que el producto que compramos se ajusta a nuestras necesidades, de forma que esté preparado para el uso que vamos a darle y evitar que nos penalice económicamente un exceso de prestaciones que no vamos a utilizar", a la par que habla de la conveniencia de informar de la calidad del servicio que va a ofrecer el vendedor respecto a información transporte, instalación, etc.



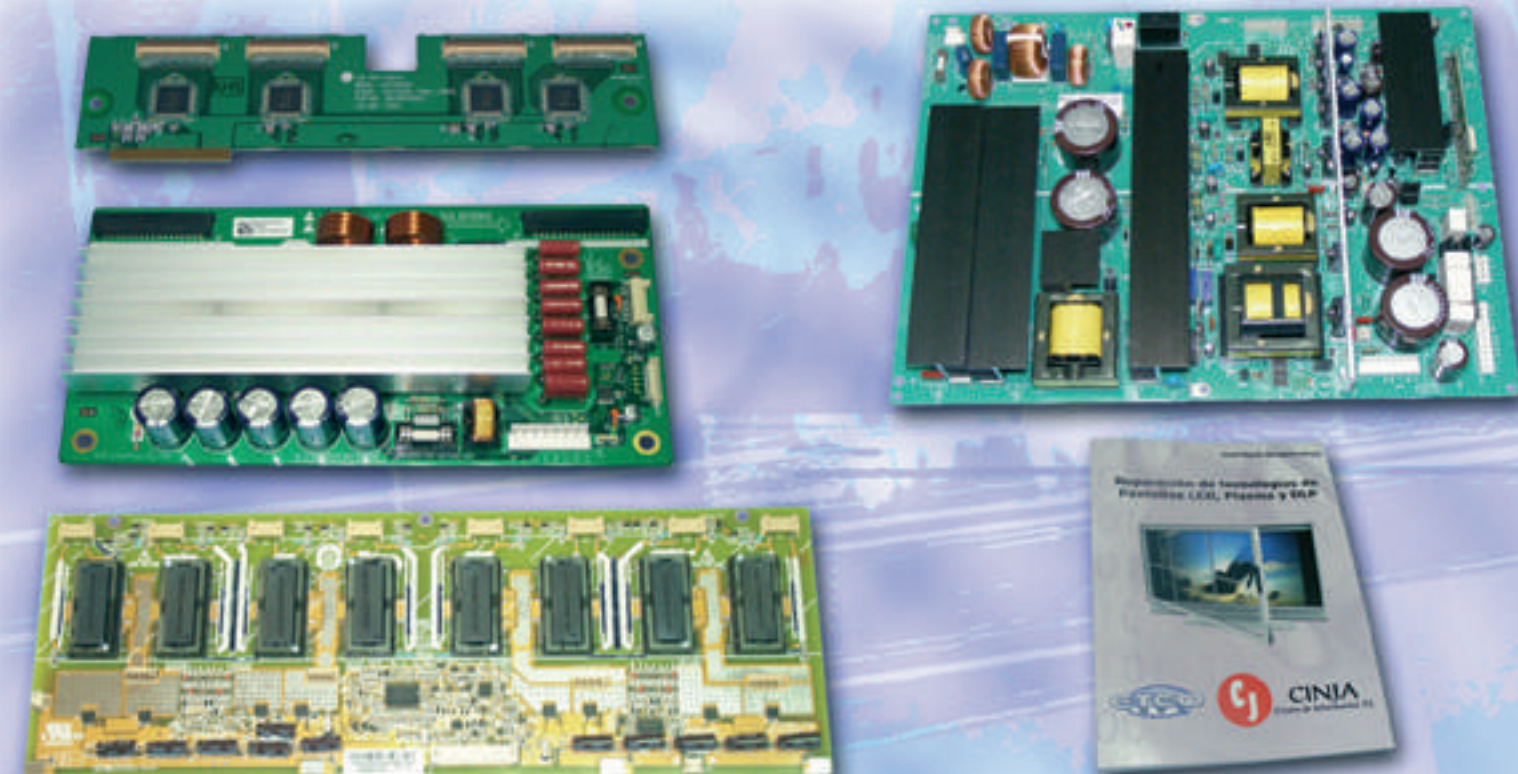
Foto: Pioneer

FerSay

GRUPO
ETCO
ELECTRONIC TRADING COMPANY SL

soel

ESPECIALISTAS EN REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA TELEVISORES PLANOS DE GRAN FORMATO.



PLACAS, INVERTERS, ...

ACCESORIOS.



FerSay

soel

GRUPO
ETCO
ELECTRONIC TRADING COMPANY SL

C/ Cobre, 34-36 pol. Ind. Los Hueros,
28810 Los Hueros, Villalbilla (Madrid)
Tel.: 902 120 121 - Fax: 91 879 28 25 - www.etco.es

La presencia en el lineal

A continuación vemos algunos de los datos recopilados por la consultora IFR Monitoring acerca de la presencia de marcas y referencias en cada cadena y en los lineales de las tiendas. En general, la media de referencias de televisores de LCD con presencia en las tiendas está entre 55 y 60 referencias y, como podemos ver en el gráfico adjunto, casi dos tercios de la oferta se concentra en los modelos entre 26" y 40", por lo que es lógico pensar que se trata de los productos de mayor atractivo y salida comercial. En el caso del plasma, las tiendas suelen presentar unas 6 ó 7 referencias de 3 marcas, esencialmente de 42" a 47", ya que en torno al 60% de las referencias disponen de este tamaño de pantalla.

He aquí algunos apuntes acerca de la presencia de LCD en cada enseña.

Homogeneidad en los horizontales. En general, los operadores horizontales se mueven en una media entre 35 y 40 referencias y 8 y 10 marcas de LCD. Entre todas las cadenas, Idea se destaca como la que presenta mayor número de referencias (52,9), seguida

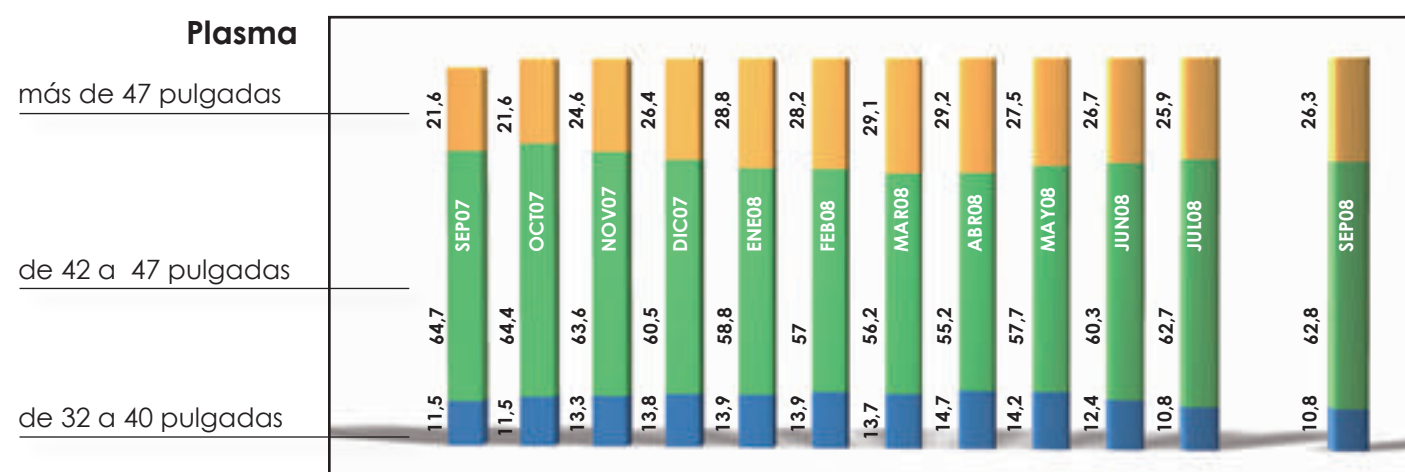
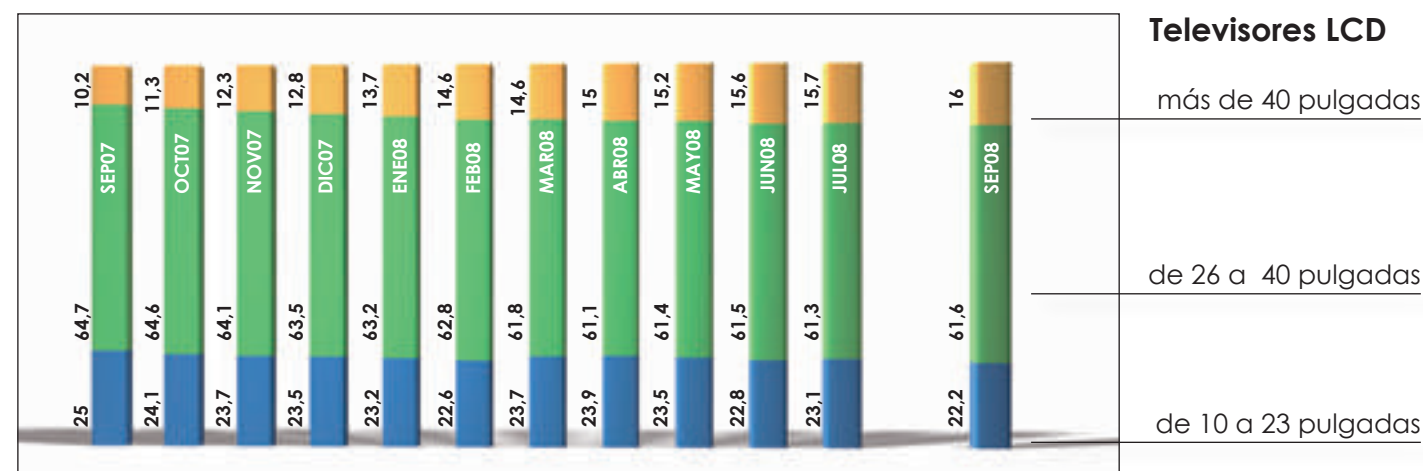
por Tien 21 (42), Redder (39,4) y Activa (39,3). En cuanto al número de marcas, la palma se la llevan Tien 21 (10,7) e Idea (9,4), seguidas por un grupo de enseñas, compuesto por Milar, Redder, Master, Expert, Cedise y Activa, con 8 marcas en sus lineales.

Verticales, la mayor oferta. Como era de esperar, las grandes tiendas de los operadores verticales son las que acogen mayor número de referencias y marcas. Destacan las dos enseñas del grupo alemán Metro, Saturn y Media Markt, con 103 y 102 referencias y 17,3 y 14,7 marcas de media, respectivamente. Les siguen Urende (98,4 referencia y 11,2 marcas) y Boulanger (88,2 referencias y 10,7 marcas).

Gran surtido en hipermercados. Igualmente, como no podía ser menos, el abundante espacio de las grandes superficies e hipermercados permite la presencia de un importante surtido de producto. Así, el grupo El Corte Inglés lidera este segmento con sus grandes almacenes (83,4 referencias y 9,8 marcas) y su hipermercado Hipercor (72,5 referencias y 10 marcas), seguido por Carrefour (61,2 referencias y 11,1 marcas).

Presencia de los televisores planos en el lineal de las tiendas

Datos: IFR Monitoring / Elaboración: Protiendas



Un año más hemos crecido. Gracias a nuestros clientes, a nuestros empleados, a nuestros proveedores, a todos los que hacen posible que un año más Establiments Miró avance, a todos GRACIAS.

Establiments Miró.

Líderes en el mercado español.

CUOTA DE MERCADO **5,80%**

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS **166**

SUPERFICIE IMPLANTADA **167.893 m²**

EVOLUCIÓN DE VENTAS (sin IVA y en millones de €)

