



**T**odavía se venden más televisores de tubo de rayos catódicos y, es lógico, son más baratos y su calidad, con señal analógica, es excelente, pero este año se espera que el mercado de pantallas planas supere en valor al de CRT. El consumidor se ha volcado con la estética de lo plano y, al parecer, le resulta excitante ver que un aparato incrementa sus funciones y prestaciones al tiempo que adelgaza cada día un poco más. Si antaño, una tele con un “buen culo” -con perdón-, era signo de que había mucha tecnología en su interior, hoy es lo contrario. Si más plano, más tecnológico... De la tecnología, el consumidor quiere ver sólo los resultados; su aspiración es a que el producto sea inteligente por dentro y bello por fuera.

Tras la proliferación del fenómeno del cine en casa se han hecho imprescindibles aparatos con prestaciones adecuadas para la reproducción de imagen digital. La bajada de los precios ha traído consigo que los televisores de pantalla plana hayan dejado ser un lujo y hoy, en la intención de compra de electrónica de consumo para los próximos meses, el ciudadano español ha situado su punto de mira en este tipo de receptores.

Pero si primero fue la estética, ahora el consumidor ha dado un salto cualitativo y exige máxima calidad. Los fabricantes lo saben y vienen empujando el mercado en ese segmento de gama, que, por otra parte, es definitivamente, en el que son claramente competitivos.

Resulta abrumador el esfuerzo que se está llevando a

cabo en investigación para la mejora de la imagen, así como en colocar en el mercado productos preparados para el futuro, léase, televisión digital terrestre (TDT) y alta definición (HD). Ellos dicen que el futuro ya está aquí, sin embargo al consumidor le cuesta verlo... Aunque faltan pocos días para que los ciudadanos comiencen a recibir nuevos canales digitales, y veremos proliferar las acciones comunicativas de todos los actores implicados; todo apunta a que las ventas de descodificadores de señal se dispararán de manera espectacular.

El caso es que las tiendas van a inundarse en las próximas semanas de televisores de LDC y plasma con perfeccionadas tecnologías de tratamiento de la imagen y listas para la recepción de señal digital y en alta definición; la incorporación de disco duro en televisores y grabadoras de DVD será otra de las tendencias de la recta final del año; y en “cine en casa”, la eliminación de cables y la consecución de sonido 5.1 con tan solo dos altavoces, constituye otro de los platos fuertes.

Pero esto es sólo el principio, es el vértice de un ciclón tecnológico apunto de despegar; los fabricantes se han propuesto adelantar su llegada y han decidido dar el pistoletazo de salida en la próxima campaña navideña. Así que, amigo comerciante, prepare todas sus armas de seducción y de persuasión para hacer sucumbir al consumidor ante lo más tecnológico de su lineal, pero antes, infórmese de cuanto está ocurriendo verdaderamente en el mercado para orientar a su cliente con razón de causa y, sobretodo, con honestidad. Él saldrá ganando... y usted, más.

**\*  
Hasta aquí hemos llegado**

2005 será, con toda probabilidad, el último año de caída en picado de los precios de las pantallas planas. En este sentido, el Presidente de Pioneer Corporation, Kaneo Ito, ha declarado que "los precios ya no bajarán mucho más, hasta situarse en los 10.000 yenes por pulgada" (unos 70 euros).

Ante un mercado ávido de televisores de pantalla plana, con una demanda que crece por encima de la oferta, las compañías han hecho sus movimientos, han tomado posiciones, en fin, se han repartido el mercado. Concluida, pues, su estrategia para

ganar cuota, los precios tenderán a estabilizarse, aunque la producción en serie y la alta demanda dibujarán una línea de precios descendente, pero menos pronunciada, al tiempo que los márgenes del fabricante y, por ende, de la distribución, crecerán.

Fuentes de la compañía Philips han declarado a nuestra redacción que las previsiones de ventas totales de televisores para 2005 son de 3.500.000 de unidades, de las cuales 1.200.000 serán de pantalla plana, con tecnología LCD o plasma, y 2.300.000 serán de tubo de rayos

catódicos. Sin embargo, y según la misma fuente, el 70% de las ventas en valor corresponderá a aparatos de nueva tecnología.

En cifras reales, según GfK, entre febrero y agosto de este año se han vendido 366.100 unidades de aparatos LCD (un 331,7% más que durante el mismo periodo del año pasado), y 70.400 de plasma (lo que representa un incremento del 248,5%). Las ventas de los modelos de LCD, en valor, supusieron un crecimiento del 215,3% durante el periodo analizado, y las de plasma, del 88,3%.



**TOTAL MERCADO TELEVISORES**

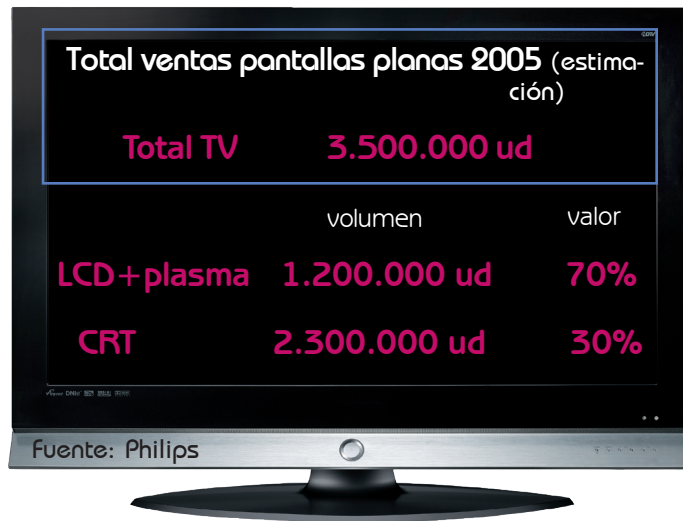
	Miles de unidades			Miles de Euros		
	FEB- AGO 04	FEB- AGO 05	+/- (%)	FEB- AGO 04	FEB- AGO 05	+/- (%)
<b>TV COLOR</b>	<b>1.397.3</b>	<b>1.182.7</b>	<b>-15.4%</b>	<b>419.971</b>	<b>253.517</b>	<b>-39.6%</b>
<b>LCD-TV</b>	<b>84.8</b>	<b>366.1</b>	<b>331.7%</b>	<b>120.451</b>	<b>379.760</b>	<b>215.3%</b>
<b>PLASMA</b>	<b>20.2</b>	<b>70.4</b>	<b>248.5%</b>	<b>84.541</b>	<b>159.186</b>	<b>88.3%</b>
<b>REAR PROJECT.</b>	<b>7.5</b>	<b>5.6</b>	<b>-25.3%</b>	<b>15.901</b>	<b>8.592</b>	<b>-46.0%</b>
<b>PROY. FRONTAL</b>	<b>13.3</b>	<b>16.1</b>	<b>21.1%</b>	<b>23.510</b>	<b>21.004</b>	<b>-10.7%</b>



Más del 60% de los hogares españoles tienen más de un aparato. En 2004, el 10% (370.000 unidades) de los televisores vendidos (3 millones de aparatos) fueron de pantalla plana (LCD o plasma). Según las cifras que maneja la compañía Sony, al final de este año el mercado de los televisores de nueva tecnología superará, por primera vez, en valor, al de los aparatos tradicionales de rayos catódicos.

Los estudios de tendencias de consumo indican que el tamaño en torno a las 40 pulgadas es el más deseado, y los fabricantes trabajan en la línea de reducir sus costes de producción en este segmento de producto, por la vía de una mayor automatización de los procesos (reducción de personal) y la optimización de recursos (electricidad y componentes relacionados con la electrónica. Estos últimos representan el 40% del coste total).

Los todavía altos costes de producción de las pantallas de LCD en grandes tamaños, hacen que el sector fabril siga apostando por el plasma para los formatos superiores a las 40", aunque algunos confían, para este segmento, en la retroproyección con tecnología DLP. Según algunos fabricantes las previsiones apuntan hacia un importante desarrollo del plasma (básicamente por su menor coste de producción), pero otros aseguran que la balanza entre plasma y LCD se inclinará hacia el cristal líquido. Como prueba, ahí va un dato: la fabricación mundial de LCD es de un billón de paneles al año. Pantallas de televisión, de ordenador, de teléfonos móviles, PDAs, etc.; muchos son los productos que incorporan este material, de modo que las economías de escala conducirán a focalizar el desarrollo en la tecnología LCD.



### España va bien

Fabricantes y distribuidores tienen el panorama económico a su favor. Según la Encuesta de Presupuestos Familiares que elabora el Instituto Nacional de Estadística, los gastos en el último año, siguen creciendo a un ritmo del 7,3%, y las previsiones para 2006 apuntan hacia un crecimiento de entorno al 3,3%. Cada hogar gastó en el segundo trimestre de 2005 una media de 6.025,22 euros, el 8,85% más que en el mismo periodo del año anterior.

-1-

El ahorro cae en los hogares pero el consumo sigue disparado. Los motivos del optimismo del consumidor son claros: en los últimos doce meses se han creado cerca de 700.000 empleos netos y está previsto que el próximo año se creen otros 470.000. Pero sobre todo, el sector debe aprovechar el llamado "efecto riqueza" que se está viviendo en España; los ciudadanos, que han visto duplicarse el precio de su vivienda en poco tiempo, se sienten más ricos, y gastan con más ligereza...

-2-

### ¿Quién fabrica cristal líquido?

Tras las *joint ventures* entre fabricantes de electrónica de consumo, actualmente existen cinco productores de paneles de LCD en el todo el mundo: Samsung-Sony (que produce 5,5 millones de paneles anuales) y LG-Philips, con centros de producción en Corea del Sur; Sarp, con fábricas en Japón; y CMO y AVO con factorías en China.

Al fabricante le resulta difícil alejar de la mente del consumidor la idea de que todos los paneles son iguales, pensamiento que le conduce hacia modelos de menor precio. Esto no es como el precio del suelo, "a tanto la pulgada", pues existen diferentes técnicas para producir paneles de LCD que van a determinar el nivel de contraste y el ángulo de visión. Además, una vez obtenido el panel, el fabricante deberá "construir" la imagen, de manera que aplica sus propias técnicas de procesado de la misma para el perfeccionamiento del píxel. Esto es lo que deberá explicar usted para justificar la diferencia de precio entre las marcas.



### ¿Cuál prefiere?

Aunque diseño y precio son los elementos que el consumidor tiene en cuenta a la hora de comprar su televisor de pantalla plana y es lo que determina su elección entre tecnología de plasma o de cristal líquido y, si bien es cierto que las diferencias entre ambas tecnologías se diluyen cada vez más, he aquí un resumen de sus cualidades y defectos



#### LCD

Tiene ángulos de visión superiores a los del plasma (alrededor de 170°).

Imágenes más brillantes que las de plasma (sobre las 450 candelas por metro cuadrado), mayor duración, y consumo energético reducido. Su imagen es estable y la vista no sufre. En contra: es inasequible más allá de las 40", ofrece grises oscuros en lugar de negros y, originariamente, fueron diseñadas para mostrar datos estáticos en entornos informáticos y no para vídeo.



# VS

#### Plasma

Reproduce los colores con un nivel de contraste más cercano a la realidad y gestiona los refrescos de pantalla y los movimientos rápidos de vídeo prácticamente igual que los televisores de tubo. Reproduce los negros con mayor intensidad, por tanto la imagen tiene más sombras y relieve. Transcurridas 30.000 horas de encendido, el brillo original empieza a perder intensidad y, además, si una

imagen fija se muestra durante un periodo de tiempo muy prolongado, corre el riesgo de "quemarse", quedarse pegada a la pantalla, es lo que se denomina *burn-in*. Dado que el sistema está formado por

pequeñas bombillas, presenta algo de ruido, por tanto, una imagen más inestable.



### Televisión a la carta

No puede ser de otro modo. La llegada de la televisión digital terrestre nos da para canales para dar y vender, de manera

*señal*

a través del cual recibiremos la señal, así como los sistemas de reproducción de la imagen que incorporen las televisiones del futuro, que no sólo serán LCD o plasma...

*retroproyección*

La incipiente televisión a través de la banda ancha, con protocolo de internet, que entró en el hogar a través del ordenador, hoy se instala en el salón vía pantalla de televisión. Con la denominada internet-TV el usuario puede recibir datos y ser emisor de información. Cable, satélite o vía terrestre; un teclado inalámbrico bastará para

*satélite*

enviar e-mails, chatear, o

interactuar en tiempo real con la televisión.

Los televisores holográficos o las pantallas de nanotubos de carbono (tecnología que, según Motorota, es mejor que la empleada en los LCDs) son otros sistemas de reproducción de imagen en los que se está trabajando. Y es que el desarrollo tecnológico es imparable, entre otras cosas, para que nunca podamos dejar de consumir.

*cable*

que tendremos que preseleccionar nuestras cadenas preferidas en función de nuestros intereses; hacer *zapping* pasará a la historia, sería una locura... También podremos ver el programa deseado en el momento que más nos con-

*HD*

venga. Pero nuestra capacidad de elección no se limitará a los contenidos; también podremos elegir el sistema

*TDT*

*IP*





## El 30% de los hogares españoles tendrán TV de pago en 2008

Un estudio elaborado por la entidad Red.es, asociada al Ministerio de Industria, afirma que el 30% de las familias españolas tendrá televisión de pago a finales del año 2008, lo que representará 4,9 millones de abonados, de los que 2,5 millones lo serán por satélite.

Por otra parte, según recoge este informe, el potencial de clientes para la televisión por ADSL en España se fija en 1,25 millones de hogares.

Acerca de la proyección en satélite, los autores han asumido las propias previsiones de negocio hechas públicas por Sogecable. En este sentido, el estudio constata la prevalencia en el dominio de la plataforma de satélite, y el avance de la incipiente televisión por ADSL. En el caso del cable, según Red.es, su crecimiento está limitado por la cobertura territorial.

En relación con la implantación de la televisión digital terrestre, los autores del trabajo afirman que sería oportuno para la pronta asimilación de la tecnología, que no hubiese en el mercado un descodificador de precio superior a 80 euros.

En cualquier caso, los autores del estudio auguran que en 2010, podría alcanzarse, en "una visión optimista", una penetración de estos aparatos en torno al 80% o 90% de los hogares.



## Distribución ¿qué pasa?

El sector de la distribución debe reaccionar con rapidez ante una situación, cuando menos, desconcertante. El consumidor está cada vez más animado, con más ganas de consumir y no se conforma con medias tintas, desea estar a la última en tecnología, y, mientras tanto, la distribución nacional se ahoga por momentos... los márgenes menguan, el fabricante le sigue proponiendo más y más productos y los grupos de compra aúnan fuerzas ante el tirón de las grandes superficies multinacionales especializadas, que siguen ganando cuota; el pulso es cada vez más tenso y salir airoso de este duelo no será fácil.

Pero, cuidado; algunas marcas están apostando, casi en exclusiva, por

una comunicación masiva al usuario final, como si, sin decirlo, pensarán que el poder del prescriptor agotiza un poco cada día. Desde nuestro medio aconsejamos al sector fabril no menospreciar el poder de la prescripción: a pesar de todo, el comerciante sigue siendo su mejor aliado.

Para aderezar el escabroso horizonte, proliferan portales de internet dedicados a la venta de electrodomésticos, tanto de línea blanca como de marrón, que se dotan de servicios y logística impecables; aunque según los últimos datos del estudio La confianza de la Sociedad de la Información en España, editado por Asimelec y que ha contado con la colaboración del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el comercio



electrónico no acaba de despegar en España con la fuerza que se esperaba y sólo un 14% de los usuarios de la red realiza compras de productos o servicios por internet, frente al 35% de media de la Unión Europea.

Y por si a la distribución no le faltaran competidores, ahí está la prensa diaria, repartiendo electrónica de consumo a diestro y siniestro; así que, de la cifra de decodificadores de TDT que había previsto vender, ya puede descontarle un buen pellizco...





## Teléfonos y PDAs con sintonizador de televisión

Haciendo un poco de futurología, otro dato: en 2013, tres años después del apagón analógico, Philips ha pronosticado que la mitad de los 600 millones de unidades de móviles que se espera vender, llevarán un sintonizador de televisión incorporado. Estos aparatos se lanzarán al mercado el año próximo.

Según Nokia, entre 10 y 12 euros mensuales nos gastaremos los españoles en ver la tele a través de nuestro dispositivo móvil. Las primeras pruebas ya se están realizando en España, -y durarán hasta febrero de 2006-, de la mano de Abertis Telecom, Telefónica Móviles y Nokia. Si no somos uno de

los 500 afortunados, siempre podremos recurrir a los servicios que ofrecen las diferentes compañías de telefonía móvil con los que, gracias a la tecnología 3G, podemos descargar programas y vídeos. El inconveniente: la poca extensión de la red 3G y el precio de las descargas.

Para que estas experiencias vieran la luz ha sido necesaria la adopción del estándar de transmisión de señales para dispositivos móviles y portátiles alimentados por baterías, ocupando el mínimo ancho de banda posible, el DVB-H. Por otra parte, el gobierno deberá reservar una frecuencia de televisión digital terrestre para estos proyectos.



## Vamos de feria

Las pantallas planas han sido las estrellas de la última edición del salón de la electrónica de consumo de Berlín, IFA. Samsung presentó el plasma más grande del mundo, con nada menos que 102 pulgadas, y vimos también LCDs por encima de las 80 pulgadas. Excentricidades aparte, los fabricantes acudieron con su mejor artillería: pantallas de todos los formatos, compatibles con las resoluciones que manejan la alta definición (1.280 x 720 píxeles en progresivo, 1.920 x 1.080 en entrelazado) y dotadas de todo tipo de conexiones analógicas y digitales. Los televisores que se disponen a entrar en nuestro salón incorporan, además de pantalla, reproductor y grabador de DVD, de MP3, de CD, etc.

El sector fabril sigue trabajando en la mejora de las tecnologías tanto de plasma como de LCD, aunque algunos se han pronunciado con contundencia. Los responsables de Sony España afirmaron al hilo de esta cuestión en su última comunicación a la prensa especializada, que la tecnología de plasma no satisface sus exigencias en cuanto a calidad de imagen y durabilidad. Por cierto, en dicho encuentro nos adelantaron el spot de televisión de la compañía para promocionar su marca de televisores Bravia y que se emitirá a partir de mediados de noviembre. Es de esos anuncios conceptuales que logra sorprenderte... Además, no tiene trampa ni cartón: las bolas saltarinas deambularon sin control por la hermosa ciudad de San Francisco inundando el cielo de color...