

# Nota de Prensa

Fecha de publicación: 16 mayo, 2016

## Pobre inicio de año del sector español de bienes tecnológicos para el hogar en el Q1 del 2016.

16 de mayo, 2016

Antonio de Santa Ana  
Retail  
T +34 91.591.99.40  
antonio.santaana@gfk.com

### GfK TEMAX resultados en España, Q1 2016

Madrid, 16 de mayo, 2016 – El primer trimestre del 2016 no fue bueno para el sector de bienes tecnológicos para el hogar (TCG). La facturación fue de 3.492 millones de euros, un descenso de 2.9 puntos porcentuales, comparado con el Q1 2015. Los grandes electrodomésticos (MDA) y equipamiento de oficina (OE) son los sectores que mantuvieron una tendencia positiva. Todos los demás sectores decrecieron, registrándose la mayor caída en el sector de Foto (PH), bajada de 11,6 puntos porcentuales comparado con el primer trimestre de 2015.

Table summary  
Spain Q1 2016

	Q2 2015 M. EUR	Q3 2015 M. EUR	Q4 2015 M. EUR	Q1 2016 M. EUR	Q1 2016 / Q1 2015 / +/- %	Q1 2016 M. EUR	Q1 2016 / Q1 2015 +/- %
Consumer Electronics (CE)	434	449	629	498	-4.9%	498	-4.9%
Photography (PH)	78	77	92	68	-11.6%	68	-11.6%
Major Domestic Appliances (MDA)	580	646	628	587	5.2%	587	5.2%
Small Domestic Appliances (SDA)	202	218	342	275	-4.5%	275	-4.5%
Information Technology (IT)	788	808	1,107	842	-3.4%	842	-3.4%
Telecommunications (TC)	890	983	1,348	964	-6.1%	964	-6.1%
Office Equipment & Consumables (OE)	268	243	296	258	2.6%	258	2.6%
GfK TEMAX © Spain	3,240	3,424	4,443	3,492	-2.9%	3,492	-2.9%

Fuente: GfK Spain

### Electrónica de Consumo:

En el Q1 2016, el sector de electrónica de consumo (CE), descendió en 4,9 puntos porcentuales, comparado con el mismo periodo del 2015, facturando un total de 498 millones de euros. En el segmento de televisiones planas, la parte de Smart-TV y los modelos con pantalla más ancha, tuvieron mejor comportamiento en este primer trimestre del 2016. El total de esta categoría fue de 350 millones de euros, lo que supone un 72% del sector analizado. Barras de sonido y sistemas multi-room ayudaron al crecimiento de la cuota en el segmento de audio.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausrucking  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Supervisory Board Chairman  
Dr. Arno Mahlert

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

### **Fotografía:**

El sector español de fotografía decreció en el Q1 de 2016. El retroceso fue de 11,6 puntos, dejando una facturación total de 68 millones de euros. La tendencia sin embargo en Lentes intercambiables, creció 6,4 puntos porcentuales frente al mismo trimestre del año anterior, mientras que las cámaras (de lente fija e intercambiable) decrecieron 16,2 puntos porcentuales. La posibilidad de algunos equipos de subir las instantáneas vía wi-fi a las redes sociales han impulsado este segmento concreto.

### **Grandes aparatos electrodomésticos:**

El sector de grandes aparatos electrodomésticos creció en Q1 2016 un 5,2%, comparado con el Q1 2015. 587 millones de euros fue la cifra alcanzada. Todas las categorías analizadas crecieron, a excepción de frigoríficos, cuyo descenso en valor fue suave. Crecimientos de doble dígito se registraron en encimeras y congeladores. También todos los productos con etiquetado energético A o superior también tuvieron un buen comportamiento.

### **Pequeño aparato electrodoméstico:**

El sector de PAE (Pequeño aparato electrodoméstico) no consiguió mejorar al Q1 del 2015 y cayó un 4,5% en Q1 2016. El total facturado alcanzó los 275 millones de euros. En general, se percibió una mayor demanda de productos de alto nivel y precio. En aspiración, el segmento de robot funcionó bien. También creció la demanda de 'productos saludables' como licuadoras y exprimidores.

### **Tecnologías de la Información.**

En el primer trimestre del año 2016, el sector IT desciende un 3,4%, en comparación con 2015. El valor alcanzado fue de 842 millones de euros. Los monitores crecieron un 17,1% en Q1 2016 y los precios de la categoría de ordenadores personales, en ambos casos para sobremesa y portátil, también ascendieron. La venta cruzada de accesorios también impulsa el sector con buenos resultados en teclados y ratones, además de los soportes de almacenamiento como los discos duros.

### **Telecomunicaciones:**

El sector de las telecomunicaciones se contrajo en el trimestre analizado en un 6,1% comparado con el mismo periodo del 2015 y 964 millones de Euros. La llegada de nuevas marcas con terminales de alta calidad impactó en el sector. Core wearables fue la categoría estrella en el primer trimestre, creciendo un 252% frente al Q1 del 2015.

### **Consumibles y equipamiento de oficina:**

El segundo sector que aporta crecimientos en el análisis de TEMAX es el de equipamiento de oficina, con una evolución positiva de 2,6% frente al trimestre del año anterior. Facturación de 258 millones de euros. Hubo crecimientos en todas las categorías, con excepción de los cartuchos láser, que presentaron un suave retroceso. Impresoras y cartuchos crecieron poco en el trimestre.

Siga en GfK TEMAX® los informes de los 41 países analizados individualmente, incluyendo descargables: <http://temax.gfk.com/reports/>

### **Nota de edición:**

GfK TEMAX® mide las ventas de los bienes de consumos tecnológico en 41 países. Los resultados están basados en el panel detallista de GfK, que recoge datos de medio millón de tiendas en el mundo. GfK trabaja continuamente para asegurar la mejor y mayor fiabilidad del dato en relación a la representatividad del Mercado.

### **Sobre GfK.**

GfK es la fuente fiable de información clave sobre el mercado y los consumidores, que permite a sus clientes tomar decisiones más inteligentes. Trece mil expertos en investigación de mercados combinan la pasión por su trabajo con 80 años de experiencia de GfK en data science. Ello permite ofrecer información global crucial e inteligencia de mercado a nivel local, en más de cien países. Gracias a la utilización de sistemas innovadores y data science, GfK transforma big data en smart data apoyando de esta forma a sus clientes a fortalecer su ventaja competitiva y a mejorar las experiencias y posibilidades de elección de sus consumidores y usuarios.



Para más información visite [www.GfK.com/es](http://www.GfK.com/es) o GfK en Twitter:  
<https://twitter.com/GfK>

GfK Retail & Technology  
C/Luchana 23 6ª Planta  
28010 Madrid  
Tel.,+34 91-591-9940  
Fax +34 91-445-3513  
[antonio.santaana@gfk.com](mailto:antonio.santaana@gfk.com)