

# Sigue la dinámica negativa en la Línea Marrón



**Tras encadenar una bajada en las ventas en la mayoría de los productos de su categoría, el sector afronta el 2023 con un descenso de sus ingresos superior al 12 %, pasando de los 1.420 a los 1.250 millones de euros. Dentro del segmento hay un artículo que le ha plantado cara al temporal: las TV Miniled.**

El mercado español de la Línea Marrón continúa en retroceso tras anotar unas pérdidas de 170 millones de euros en 2023 y una caída del 12 % en comparación con el año anterior. Echando un vistazo a los datos de los productos tecnológicos analizados, se percibe que no todos reman en la misma dirección y que prevalecen los valores negativos, frente a los positivos. Pero no todo lo expuesto en el tablero es desalentador, ya que hay lugar a la esperanza. Véase en dispositivos como la TV Miniled, EL.Sonido, los altavoces, el

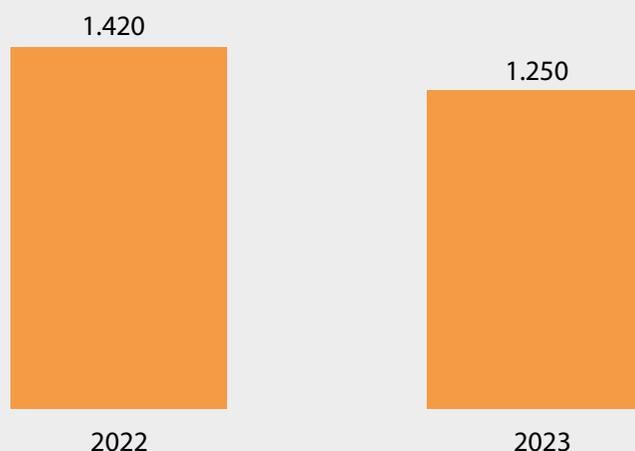
Docking/Mini Speaker o en las videocámaras que han logrado incrementar sus ventas, pese a que en algunos casos su precio también se ha disparado, como en el caso de las cámaras de vídeo o EL.Sonido. Analizando al detalle la evolución interanual de las ventas por producto, comprobamos como la TV Miniled es la que más destaca en la categoría. El descenso del 20 % en su precio ha sido determinante para que los consumidores la adquiriesen, provocando un aumento en sus ventas del 33 % y en su valor del 8 %. Estas pantallas se carac-

terizan por su eficiencia energética, calidad de imagen, proporcionar nitidez, nivel de detalle, precisión en el color, un mayor brillo y contraste. Su formato es más delgado y ligero. Son bastante asequibles si se comparan con otros modelos de mayor calidad y prestación superior.

Continuando con este segmento, la TV No Miniled se sitúa en un punto intermedio en la tabla al experimentar una bajada de precios (-2 %). Aunque esta razón no influye demasiado en los usuarios para generar una necesidad en su compra, porque tanto

## Mercado español de Línea Marrón · 2022-2023

Millones de euros



Fuente: Consultoras

sus ventas como su valor se reducen un 9 % y un 12 %, respectivamente. Mientras que la TV OLED cierra el grupo de pantallas con el peor de los resultados: sufre pérdidas del 16 % en el número de unidades vendidas y del 7 % en valor. Esto puede tener su significado en que se ha producido un aumento del 11 % en su importe. Y esta caída en las ventas ha impactado de lleno en los Soportes de TV, los cuales disminuyen un 7 % y un 5 % en unidades y valor. En cambio, su precio aumenta ligeramente un 3 %.

Aunque las cifras pueden dar a entender que las compras de este accesorio están en horas bajas, la realidad es otra, ya que gran parte de los consumidores prefieren colocar el televisor en la pared, puesto que su brazo es regulable y le da más libertad de movimientos para conseguir la mejor visibilidad. En el caso de contar con más de un televisor, combinan la colocación en mueble con la versión suspendida. Bajo la premisa *¿Ha tocado techo el OLED?*, TCL ha elaborado un documento en el que profundiza acerca de la tecnología OLED Y Mini LED para abordar sus puntos fuertes y cada una de sus características, con el fin de que el usuario pueda obtener una imagen más detallada de lo que significa cada uno de estos avances tecnológicos. De este modo, considera que *“el OLED no tiene rival en cuanto a contraste profundo y es ideal para entornos en los que la calidad de visualización es primordial. El mini LED es una solución sólida, que ofrece un brillo excelente, versatilidad y economía en televisores de gran tamaño, lo que lo hace adecuado para diversas condiciones de visualización. El micro LED podría repre-*

## Evolución interanual de las ventas · 2022-2023 (%)

	Unidades	Valor	Precio medio
Soportes de TV	-7	-5	3
Videocámara	2	15	15
TV OLED	-16	-7	11
TV Miniled	33	8	-20
TV No Miniled	-9	-12	-2
Reproductor DVD / Blue Ray	-22	-13	9
DVD portátil	-65	-64	-2
DVD grabador	-8	-22	-17
Descodificador TDT	-34	-42	-13
AHS	-42	-21	34
Barras sonido	-12	-5	7
Altavoces	10	10	-3
Docking/Mini Speaker	11	4	-6
EL. SONIDO	21	26	6
MP3+MP4	-25	-22	4
Auriculares	-14	-12	3
Radio	-18	-9	11
Car audio	-9	-12	-4
Car peakers	-10	3	6
Car navigation	-15	-15	-2

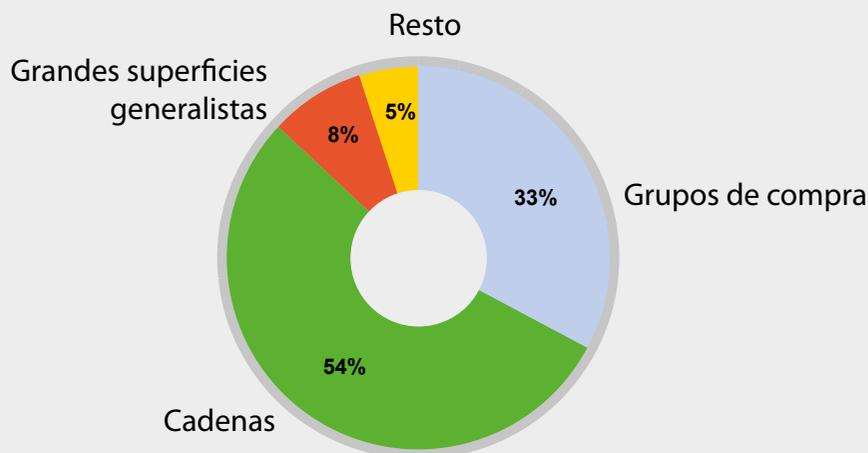
Fuente: Consultoras

La TV Miniled es la que más destaca en la categoría: el descenso del 20 % en su precio ha sido determinante para que los consumidores la adquiriesen

sentar el futuro estándar, combinando las mejores características del OLED y el mini LED, aunque su asequibilidad desempeñará un papel crucial en su adopción". Otro de los complementos ligados a las pantallas es el Descodificador TDT, que se ha quedado atrás, convirtiéndose en el tercer producto que menos se vende (-34 % en unidades y -42 % en valor) tras el DVD portátil y el AHS, a pesar de experimentar una rebaja del 13 % en su precio. Este dispositivo ha adquirido un nuevo valor en este periodo porque los usuarios que no contaban con una televisión compatible con la HD o alta definición debían de adquirir una nueva u optar por la compra de este aparato para que su pantalla continuase prestando este servicio. Por otra parte, el DVD portátil sigue los pasos de los equipos enumerados anteriormente, con caídas catastróficas del 65 % y 64 % en unidades y valor, con una bajada de precios del 2 %. Le sigue el Reproductor DVD / Blue Ray que ha reflejado esta tendencia negativa con un -22 % en unidades y un -13 % en valor. La subida del precio (9 %) parece no haber ayudado para reflotar su mercado. En el otro ex-

<b>Peso por producto sobre el total · 2023</b> Facturación (%)	
Soportes de TV	1
Videocámara	1
TV OLED	14
TV Miniled	6
TV No Miniled	63
Reproductor DVD / Blue Ray	1
DVD portátil	0
DVD grabador	0
Descodificador TDT	1
AHS	2
Barras sonido	2
Altavoces	3
Docking/Mini Speaker	1
EL. Sonido	1
MP3+MP4	1
Auriculares	2
Radio	1
Car Audio	0
Car Speakers	0
Car Navigation	0

## Cuota de mercado por canales · 2023



Fuente: Consultoras

tremo, se encuentra el DVD grabador que aun mostrando resultados negativos estos son más alentadores que sus predecesores. Su precio se ha rebajado un 17 %, pero ha dejado de estar de moda por lo que sus unidades vendidas y valor se resienten (-8 % y -22 %).

### Entre idas y venidas

La videocámara sorprende y resiste alcanzando resultados positivos en unidades (2 %) y en valor (15 %). Parece que el encarecimiento del 15 % en su precio no ha desanimado al consumidor en su compra. Algo similar le ocurre a EL.Sonido, que recibe una subida de precios del 6 %, pero alcanza buenos resultados en cuanto a las ventas y el valor, con un 21 % y un 26 %. Por otra parte, el Docking/Mini Speaker repunta un 11 % en unidades y 4 % en valor gracias a la bajada del 6% en el precio. Tampoco ha sido un mal año para los altavoces que han visto como su importe se ha reducido un 3 % y como sus unidades y valor se han mantenido en el 10 %. De todos los productos mencionados, el AHS es el que más se ha encarecido (34 %), lo que provoca un desplome de unidades (42 %) y de valor (21 %). En lo que respecta a los MP3+MP4, Radio y Auriculares vemos como sus ventas caen en picado (-25 %, -18 % y -14 %), su valor no se queda atrás, continúa esta tendencia negativa (-22 %, -9 % y -12 %). Por su parte, los precios no paran de crecer (4 %, 11 % y 3 %). Estos dispositivos han pasado a mejor vida con la irrupción de las plataformas en strea-

ming y la posibilidad de conectar el móvil al televisor u otro aparato para disfrutar de nuestra música favorita en cualquier momento y lugar. Finalmente, dentro del apartado de los vehículos, de la mano de los modelos Car, se percibe como los Speakers disminuyen un 10 % sus ventas, mientras que su valor y precio se encuentran al alza con un 3 % y 6 %. El Car Audio y Car Navigation muestran resultados similares. En ambos casos, sus ventas se resienten, de modo que el primero cae un 9 % y 12 % en unidades y valor. Por su parte, el segundo lo hace un 15 % en las dos categorías. En cuanto al precio, se abaratan un 4 % y un 2 %, respectivamente.

Si ahora ahondamos en el peso por producto en el 2023, se observa que el que más facturación presenta es la TV No Miniled, con un 63 %. En segundo lugar, y bastante alejado del primero, se coloca la TV OLED, con un 14 % y en tercera posición, con un 6%, la TV Miniled. A continuación, y muy por debajo de los anteriores se encuentran los altavoces (3 %), seguidos de AHS, auriculares y las barras de sonido, todos ellos con un 2 %. A su vez, el grupo formado por los soportes de TV, Videocámara, reproductor DVD/Blue Ray, Descodificador TDT, Docking/Mini Speaker, EL.Sonido, MP3+MP4 y Radio, tienen un peso del 1 % en 2023. Atendiendo a la cuota de mercado por canales se reparte mayoritariamente entre cadenas y grupos de compra (54 % y 33 %). Por su parte, las grandes superficies generalistas y el resto cierran la tabla con un 8 % y un 5 %.