

El mundial disparará la venta de televisores

POR ILSE SANTA RITA

En el periodo mundialista se venderán 11 mil 538 televisores diarios en promedio; 2 mil 307 son atribuidos a la fiebre del gol; México comercializará un millón 50 mil aparatos de abril a junio.—

CONSUMO

11.5 mil TVs al día se venderán por mundial de futbol, estiman

Anticipan que la Copa del Mundo de Brasil aumente en 20% mercadeo de televisores

☉ Sólo el Mundial de futbol generará la venta de 2 mil 307 aparatos en México

☉ Samsung, una de las firmas líderes, espera un aumento de 40% en su facturación

ILSE SANTA RITA
isantarita@elfinanciero.com.mx

Durante el periodo previo al Mundial del Futbol de Brasil, que abarca de abril a junio del 2014, se espera la venta de 11 mil 538 televisiones

diarias, de las cuales, 2 mil 307 serán por la justa deportiva, de acuerdo con información proporcionada por Samsung, uno de los líderes del mercado de electrónicos en México y a escala mundial.

“(Entre abril y junio) la industria (nacional) espera la venta de un millón 50 mil televisores (11 mil 538 aparatos diarios), lo que representa un crecimiento de 20 por ciento sobre lo vendido en el mismo periodo del año anterior, influenciado por el Mundial de futbol de Brasil”, indicó Fernando Alba Ramírez, gerente Senior Audio y Vi-

deo e Imagen Digital de Samsung Electronics México.

Con este volumen de aparatos desplazados, el segundo trimestre del 2014 aportaría 23.3 por ciento de las ventas totales esperadas para el año, las cuales se estima que alcancen las 4 millones 500 mil unidades, un 6 por ciento más que lo vendido en el 2013.

“El aumento de ventas comienza a observarse desde abril y tiene su pico en los primeros días de junio, previo a la justa deportiva que inicia el día 12 de ese mes”, añadió el ejecutivo.



Para aprovechar este periodo, Samsung ya lanzó una nueva línea de pantallas curvas de alta definición que van de 48 a 65 pulgadas.

El evento deportivo, que se realizará en Brasil del 12 de junio al 13 de julio, será un respiro para la industria, pues los artículos integrados en la categoría de electrónica y video presentaron las mayores caídas en sus ventas en todo 2013 y lo que va de 2014, según datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD).

En el primer bimestre de 2014, la línea de mercancía de electrónica y video tuvo una caída de 16.6 por ciento a tiendas iguales (considerando sólo unidades con más de un año de operación) y una baja de 12.8 por ciento a tiendas totales (incluyendo los establecimientos de reciente apertura), derivado de la desaceleración económica y en el consumo interno, según analistas.

En el 2013 dichos artículos tuvieron una caída de 6.9 por ciento a tiendas iguales y de 2.1 por ciento a tiendas totales.

“El segundo trimestre no será malo como el primero (de 2014). El 60 por ciento de la venta del año se da en el segundo semestre por el Buen Fin y Navidad, pero esta vez el primer trimestre crecerá tres o cuatro puntos por el tema del Mundial”, agregó Ramírez.

Actualmente, Samsung tiene una participación de alrededor de 30 por ciento en la venta de televisores en México, según datos de la empresa. Y, siendo líder del mercado, el directivo afirmó que Samsung logrará duplicar el crecimiento de la industria.



LÍDER. Con 30% del mercado, Samsung calcula crecer el doble que la industria.