

El DVD mató a la estrella del vídeo

Si el regalo estrella de la Navidad del año 2000 fue la PS2 de Sony, este año todas las papeletas parece que las tiene el DVD. La desproporción entre el número de poseedores de televisión y el de propietarios de DVD es tan grande que no hace falta mucha perspicacia para vaticinar un crecimiento espectacular de las ventas de este tipo de aparatos.

Mientras que en la práctica totalidad de los hogares españoles existe una televisión, solamente un 15% de las viviendas hay un DVD. La saturación del mercado de electrodomésticos es elevada en televisores, frigoríficos, lavadoras o vídeos y las expectativas de compra de los españoles, según recoge ElectroMarket, son débiles. Sin embargo, los aparatos reproductores de DVD y las cocinas vitrocerámicas se salvan de esta tendencia. Un 23% de los encuestados asegura estar interesados en un DVD. El perfil del consumidor de este electrodoméstico es el de un varón de

entre 33 y 45 años, madrileño y de condición socioeconómico elevada. Los hogares españoles están muy bien equipados de electrodomésticos en relación con los países europeos.

Y dentro del país las viviendas urbanas son las que más renuevan el parque de electrodomésticos y las que tienen una mayor sensibilidad a la introducción de novedades tecnológicas.

Posesión de electrodomésticos		
Elemento	Año 2001 (%)	Tasa crecimiento 2002 (%)
Televisión	99,7	0
Frigorífico	99,4	0
Lavadora	98,7	0,3
Batidora	93,6	0
Vídeo	87,5	0,6
Aspirador	74,4	0,3
Microondas	72,8	1,2
Freidora	49,4	0
Secadora	23,0	1,3
DVD	15,0	7,3

La incorporación de tecnologías de grabación doméstica al DVD puede contribuir a disparar su consumo durante este periodo.

