

Los sectores que recogemos en este primer Observatorio de 2012 presentan previsiones de crecimiento o decrecimiento moderados a corto plazo. Como excepción se encuentra el de **prefabricados de hormigón**, el cual continuará viéndose afectado por el deterioro de la actividad de edificación y la caída de la demanda procedente de la obra civil, estimándose para el cierre del presente ejercicio una contracción de las ventas del 65% respecto al máximo alcanzado en 2007.

De la misma forma, los de **pinturas y barnices** y **ascensores** se enfrentan a la debilidad de la demanda en la construcción, aunque el crecimiento de las ventas en la industria, en el primer caso, y el aumento de la facturación por servicios de mantenimiento y reparación, en el segundo, favorecerán un suave repunte del volumen de negocio.

Los mercados de **pequeño electrodoméstico** y **óptica** invertirán asimismo la tendencia descendente registrada en 2011 a pesar de la mayor orientación de la demanda hacia productos de menor precio. También en ambos casos se espera un comportamiento algo más favorable de los costes de las materias primas, lo que suavizará la presión sobre los márgenes.

En cuanto a los sectores analizados de la industria alimentaria, se prevén crecimientos nominales en 2012 situados entre el 1% y el 2%. El mercado de **aceite** de oliva se recuperará tras dos años de descensos, mientras que los fabricantes de **conservas de pescado** verán como aumentan sus ventas tanto en el mercado interior como, sobre todo, en el exterior. Por su parte, en el sector de **productos dietéticos** las marcas de la distribución ganan cuota -al igual que en muchos otros productos de consumo- como consecuencia de la creciente penetración en el canal de venta de hipermercados y supermercados.

El efecto en los precios de la fuerte competencia impedirá un aumento del volumen de negocio en el mercado de **servicios de telecomunicaciones**, si bien se mantendrá el dinamismo del acceso a internet a través de redes móviles. Los ingresos de los **gimnasios** tampoco repuntarán a corto plazo, lo que permite adelantar una reducción del número de establecimientos.

Sector	Mercado 2011 (M€)	Crecimiento 2011	Previsión 2012	Tendencia
Pequeño Electrodoméstico	740	-8,8%	+3,4%	<i>Las cafeteras y los productos para el cuidado personal ganan cuota</i>
Aceite	1.225	-1,6%	+2,0%	<i>Recuperación del mercado de aceite de oliva</i>
Conservas de Pescado	1.200	+2,1%	+1,7%	<i>Favorable evolución de las exportaciones</i>
Pinturas y Barnices	1.520	-3,1%	+1,6%	<i>Las ventas de pinturas para decoración tocarán fondo en 2012</i>
Productos Dietéticos	760	+1,3%	+1,4%	<i>Aumenta la penetración de hipermercados y supermercados en el canal de venta</i>
Óptica	760	-1,9%	+1,3%	<i>Se reduce el número de empresas</i>
Ascensores	2.635	-3,5%	+0,4%	<i>El mercado de nuevas instalaciones continuará cayendo a corto plazo</i>
Gimnasios	875	-4,9%	-1,7%	<i>Promociones y descuentos para incentivar la demanda</i>
Servicios de Telecomunicaciones	24.120	-4,7%	-2,1%	<i>La fuerte competencia en precio penaliza los márgenes</i>
Prefabricados de Hormigón	1.625	-17,3%	-7,7%	<i>No se espera un repunte del negocio antes de 2014</i>

Crecimiento y previsión: variación en valores corrientes del mercado en España.