

¿Se está recuperando el sector informático en España?



Tras unos últimos años más bien erráticos, parece que el mercado de informática comienza a recuperarse en España en este 2017. Es el mercado de periféricos, el gran salvador de la industria en España.

Parece que por fin comienza a consolidarse la recuperación del sector informático en España. Con unos años marcados por la crisis del sector, la reducción de las ventas y la escasa renovación de equipos; ya en el 2016 comenzó a verse lo que parecía una tímida mejoría del segmento, que finalizó el año con un incremento de ventas del +1,46% con respecto al 2015 y alcanzando una facturación de 1.534 millones de Euros.

Mala racha para los ordenadores

Este 2017 parece que las ventas por lo menos no retroceden como pasó en años anteriores, puesto que si atendemos a lo facturado hasta el momento (dos primeros trimestres del 2017 y meses de julio y agosto), se han ya movido en España 2,4 millones de Euros sólo en el sector informático. Una cantidad más que interesante pensando que todavía faltan por comenzar la Campaña de Navidad y la temporada de descuentos del black friday (ambas campañas concentran un porcentaje importante de las ventas anuales, en unas pocas semanas a finales de año). Se confirma la tendencia y como venía siendo habitual hasta ahora, los grandes damnificados del sector han sido los ordenadores. Si hasta el momento eran los portátiles los que hundían sus ventas, en el 2017 se les han unido también los equipos de sobremesa, con caídas de ventas del -12%.

Los equipos pretilos han sabido reaccionar mejor (presentación de nuevas líneas como portátiles híbridos o sistemas ultraportátiles de escaso peso) gracias a los cuales este segmento ha logrado frenar la caída, quedándose su disminución de ventas en tan sólo un -5%. Al parecer, el mercado doméstico está acusando una fuerte caída de ventas y ha sido sólo el mercado institucional (administraciones públicas) el que con la renovación de equipos que supuso la llegada de Windows 10, ha conseguido detener la caída y que esta no fuera incluso mayor.

Los periféricos sostienen a la industria

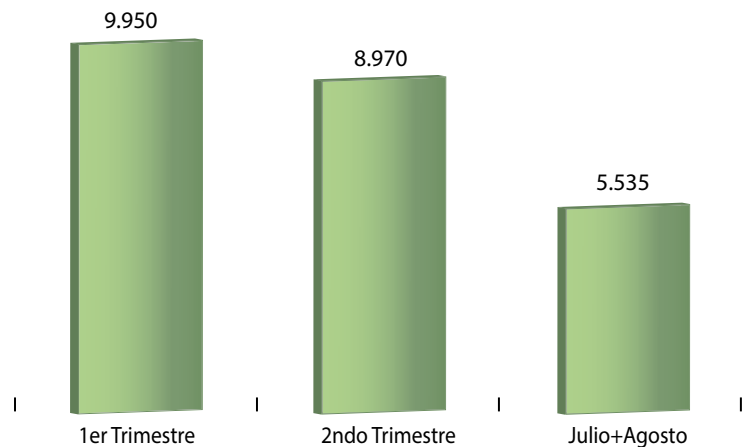
Viendo lo negro que se muestra el panorama de ordenadores, la industria ha conseguido mantenerse a flote sobre todo con el mercado de periféricos. Son esos equipos de menor cuantía en precio, pero que se venden con mayor frecuencia (ya sea por renovación o compra nueva) y que están consiguiendo compensar la caída de sus hermanos de sobremesa.

Continúa la mala racha de las ventas de ordenadores tanto de sobremesa (-12%) como portátiles (-5%)

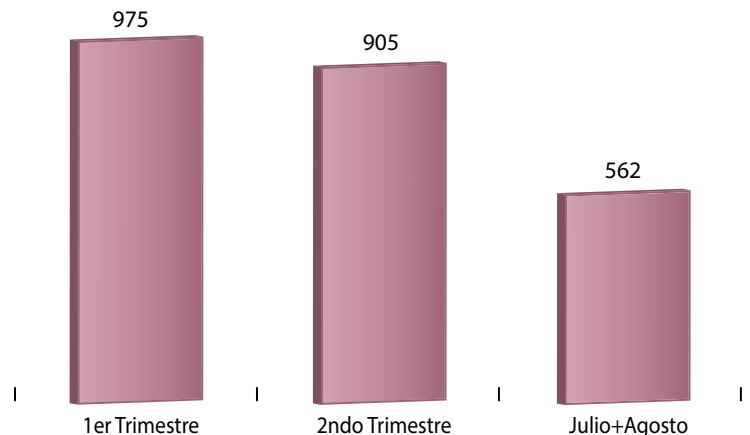
La gran sorpresa de este 2017 la ha dado el mercado de escáneres, que ha conseguido salir de los números rojos (venía de unas cifras de ventas cayendo al -2% en el 2016) para lograr un más que aceptable crecimiento del +3% en lo que llevamos de 2017. Los otros pilares de la industria de los periféricos han sido los monitores, que también han conseguido un ligero aumento de ventas al pasar del +6% en el 2016 al +7% en el 2017 y las impresoras. Mercado este último, que ha tenido una caída al pasar de incrementos de ventas del +28% en el 2016, a quedarse en "tan solo" un +19% en lo que llevamos del 2017. Todavía está a

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE IT

• Ventas (Millones de unidades) Enero-Agosto 2017



• Ventas (Millones de euros) Enero-Agosto 2017



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

tiempo de remontar en lo que queda de año, por lo que no hay que ser demasiado negativo con este subsegmento en particular.

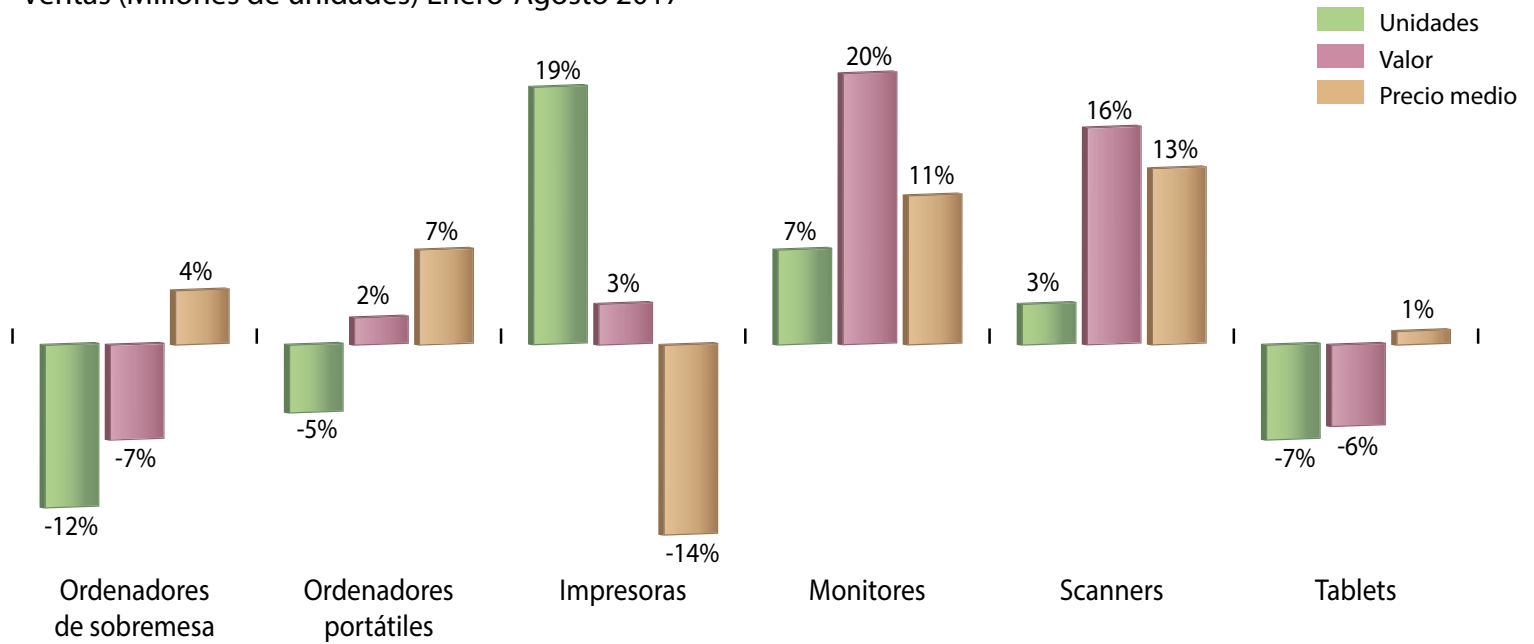
Se desinflan las tablets y e-Readers

Como viene siendo habitual trimestre tras trimestre, el mercado de tabletas sigue a la baja. Los nuevos equipos presentados tanto por Apple como por Samsung, no parecen ser lo suficientemente atractivos como para incitar a la renovación de equipos y el resto de fabricantes no cuentan con el tirón suficiente como para darle la vuelta a una tendencia a todas dudas negativa. Así, en lo que llevamos del 2017, los peores augurios se confirman para el segmento de tabletas y su caída de ventas continúa imparable también en este 2017 con un -7%.

Por si esto fuera poco, parece ser que el gran momento de los e-Readers (o lectores de libros electrónicos) también ha pasado. Así, mientras Amazon continúa renovando equipos (hace escasas semanas presentó su nuevo lector Kindle Oasis), la cruda realidad de las cifras de ventas nos dicen que el gran público les está dando la espalda y vuelve a los libros tradicionales de papel y tinta.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE IT

• Ventas (Millones de unidades) Enero-Agosto 2017



El problema ya no es que caiga la cifra de venta de lectores de libros electrónicos (algo que hasta se podría entender por la lógica saturación de un mercado limitado). Lo realmente preocupante es que parece ser que ha comenzado a caer hasta la venta de los propios libros en formato digital. El consumidor ha vuelto al papel, los editores los saben y se están volcando en el libro tradicional en detrimento del digital (menos ediciones digitales de novedades editoriales) en lo que podríamos definir como un círculo vicioso de: menos ediciones digitales, menos ventas y menos

ventas de equipos de lectura. La verdad es que este es un segmento que prometía mucho, pero que viendo las cifras actuales, hasta se puede pensar en su lenta desaparición o que simplemente ofrezca un valor residual.

Canales de venta

Ante productos a veces muy especializados, el cliente opta claramente por acudir a una “tienda especialista” que le asesore en su compra. Son tiendas que no sólo te asesoran, sino que resuelven las dudas

En cuanto a canales de venta, los españoles continúan confiando como primera opción de compra en las “tiendas especialistas”, a las que siguen en preferencia las “tiendas de cadena” y por último “grandes superficies”



de compatibilidad entre componentes e incluso llegan a montar los equipos y sus periféricos.

Como segunda opción de compra, los españoles se decantan por acercarse a las tiendas “de cadena”. Tiendas que aportan no sólo una imagen de marca (generalmente conocida en una determinada zona geográfica), sino también la proximidad de una “tienda de barrio”, pero con el saber hacer de una “tienda especialista”. En tercer y último lugar, se sitúan las grandes superficies generalistas. Los típicos hipermercados que suelen valerse más de las ofertas puntuales en precios para atraer clientes, que de un buen servicio de asesoramiento en tienda que garantice un flujo constante de clientela a lo largo del todo el año. ▶