

Las grandes superficies y las tiendas especializadas se llevan las ventas de periféricos



Las tendencias no engañan, y mientras decrecen las ventas de periféricos informáticos a través de tiendas especialistas en electrodomésticos, estas crecen sobretodo en tiendas de informática, pero también en grandes superficies.

Colectivamente, nos estamos acostumbrando a comprar de todo en grandes superficies, lo cual se nota, obviamente, también en el ámbito de los periféricos informáticos.

Según un estudio elaborado por Electromarket basándose en las cifras de varias consultoras, durante 2015 las ventas de periféricos informáticos a través de grandes superficies aumentaron un 10%, solo por debajo del 15% que aumentaron las ventas de periféricos en las tiendas especializadas en informática.

Es algo lógico si lo pensamos un poco: lo normal es acudir al especialista en un determinado sector para adquirir, bajo su consejo, un artículo. Las tiendas especializadas ofrecen esto, mientras que las grandes superficies acostumbran añadirle un factor de precio económico junto a sus propios especialistas, también a disposición del público.

La principal perjudicada de este cambio de tendencia entre los consumidores es la pequeña tienda especializada en electrónica, en la que podemos encontrar tanto electrodomésticos de línea marrón como, incluso, de línea blanca, pasando por ordenadores y todos los accesorios de estos, con una cifra de negocio que baja un nada despreciable 20%.

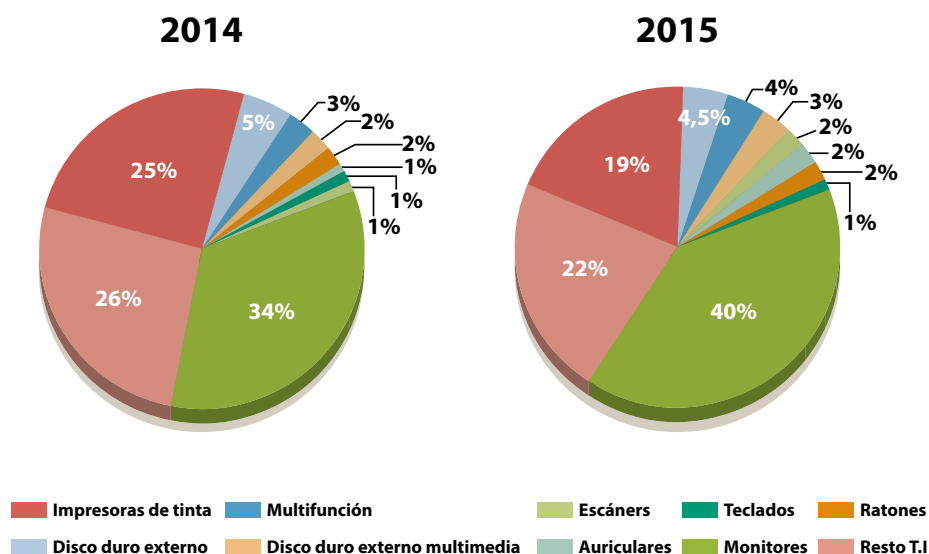
Monitores e impresoras de tinta, lo más vendido

Cuatro de cada diez periféricos comprados este año han sido monitores. ¿La explicación? Tal vez sea por el hecho que, gracias a las optimizaciones en Windows (principal sistema operativo para los consumidores finales) para funcionar en hardware poco potente, y a la gratuidad de su última versión (Windows 10, que se podía descargar como actualización para Windows 7 y 8.x), muchos consumidores no han pensado que fuera necesario renovar su ordenador de sobremesa, pero sí han aprovechado para renovarlo parcialmente.

El monitor es el principal periférico de un ordenador de sobremesa, y los avances que se realizan en esta área, con dispositivos que cada vez presentan mayor calidad de imagen, menos marco, menor consumo, y mayor comodidad para la vista junto a un precio cada vez más contenido, llevan a muchos usuarios a considerar una renovación parcial de su sobremesa.

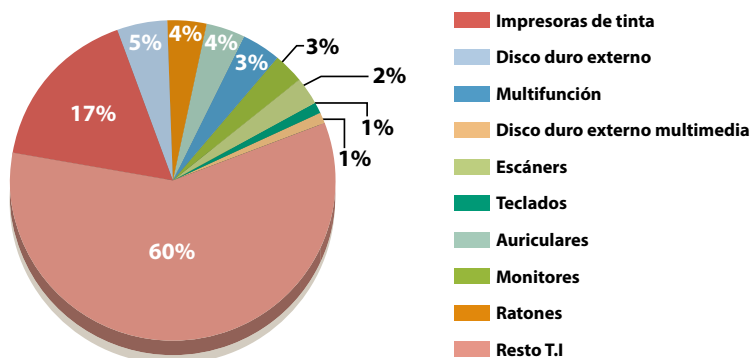
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. Peso por producto

• Valor



TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. Peso por producto (Enero-Julio 2016)

• Valor



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

Durante 2015 las ventas de periféricos informáticos a través de grandes superficies aumentaron un 10%, solo por debajo del 15% que aumentaron las ventas de periféricos en las tiendas especializadas en informática

Otras prácticas, como el conectar el ordenador portátil a un monitor externo secundario, el disponer de un sistema multimonitor (dos o tres monitores conectados al mismo ordenador) ya sea para para trabajo u ocio, el gaming e incluso la posibilidad de utilizar un tablet o smartphone conectado a un monitor externo para trabajar, también han ayu-

dado a un incremento de esta cifra, que en 2014 fue del 34% del total de periféricos. Las nuevas tecnologías que han impulsado el sector han sido las resoluciones 4K y los monitores curvos.

Pese a caer seis puntos porcentuales (del 25 al 19%), las impresoras de tinta continúan siendo el segundo periférico más vendido. Los bajos precios de las

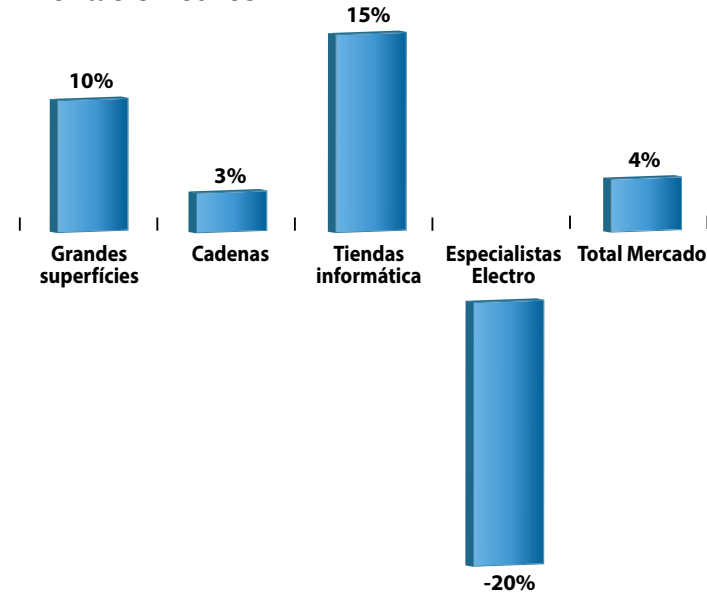
impresoras entry level hace que muchos consumidores prefieran comprar una impresora nueva antes que reparar una estropeada. El elevado precio de los consumibles y la mejora que experimenta la tecnología de tinta son también factores a tener en cuenta en este puesto.

Siguiendo con las cifras de Electromarket, la tercera posición en ventas de periféricos la ocupan los discos duros (sin funcionalidad multimedia) con un 4,5% del total de periféricos vendidos, mientras que la cuarta la ocupan los equipos de impresión multifunción (que aúnan funcionalidades de escáner, fotocopiadora y fax) con un 4%, y los discos duros multimedia con un 3%.

Estos dos últimos ítems crecen un punto porcentual cada uno (3 y 2% respectivamente en 2014), mientras que los discos duros externos no multimedia caen un 0,5%.

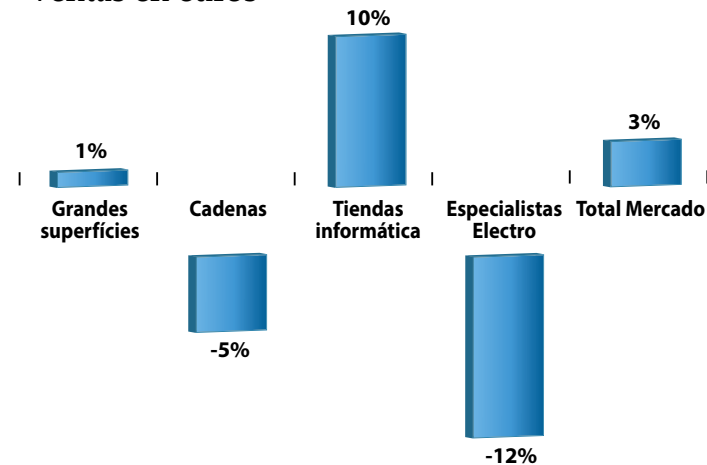
TENDENCIAS MERCADO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (2015)

• Ventas en euros



TENDENCIAS MERCADO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (Enero-Julio 2016)

• Ventas en euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket



Hay argumentos suficientes para espolear las ventas de discos duros externos, tanto con capacidades multimedia como sin ellas: la realización de los tan necesarios backups, la comodidad de almacenar y ver nuestras colecciones de fotos y vídeos en el televisor de la sala de estar, o el transportar nuestros datos de un sitio a otro.

Los nuevos discos externos con capacidad Wi-Fi todavía no han sido masivamente adoptados por los usuarios, por lo que representan un campo todavía "virgen" y con grandes posibilidades. Los escáneres, ratones y auriculares son categorías que comparan, durante 2015, un 2% de las ventas cada una. Y el 22% restante corresponde al resto de categorías de periféricos.

Webcams de alta calidad: las preferidas por los consumidores

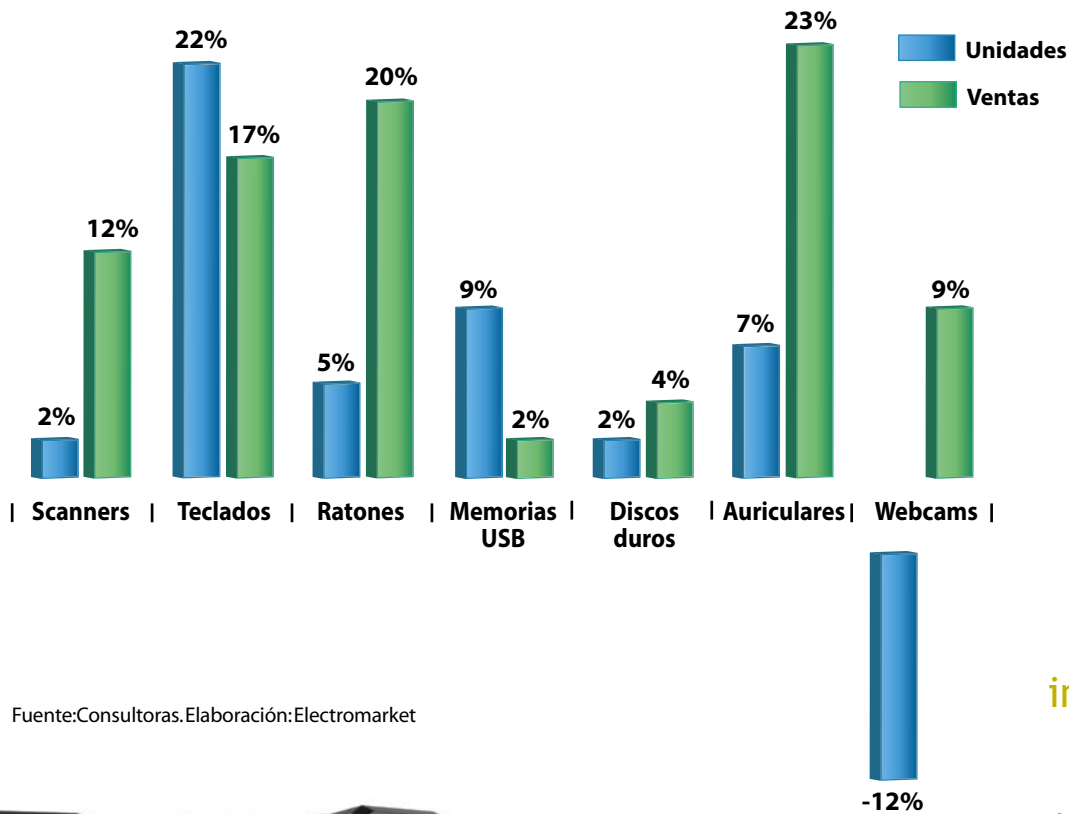
La incorporación de cámaras web (webcams) en todos los ordenadores portátiles y en muchos sobremesas ha hecho que las ventas de webcams en unidades hayan caído un 12% a lo largo del 2015, pero que el volumen haya subido un 9%, según las mismas cifras de Electromarket.

La principal perjudicada de este cambio de tendencia entre los consumidores es la pequeña tienda especializada en electrónica

Esto significa que los consumidores están optando por modelos más caros y, por consiguiente, de mayor calidad. Muchas personas ya utilizan sus smartphones, dotados con cámara de fotos/vídeo delantera, para comunicarse mediante sistemas de videoconferencia, o bien tienen en su casa portátil y sobremesa, utilizando el primero que ya tiene webcam incorporada. Si alguien compra una cámara independiente, normalmente es porque busca una mayor calidad de la que le ofrece su portátil, así como la libertad que permite moverla de un sitio a otro. Las unidades de ratones suben un 5%, pero los ingresos que reportan a los vendedores aumentan un 20%. Los ratones más sofisticados, en muchos casos especializados en gaming -un

TENDENCIAS MERCADO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.
Por productos (2015)

• Ventas en euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket



En materia de periféricos, los consumidores buscan soluciones más innovadoras, periféricos que son, en general, más caros, pero que introducen algún factor diferencial respecto a sus predecesores



sector que va al alza-, son más caros, y son también los que más se venden.

En cambio, y curiosamente, no pasa lo mismo con los teclados, que aumentan un 22% sus ventas en unidades pero que solamente ven crecer los ingresos un 17%. Nuevamente, y en paralelo a los ratones, estos periféricos experimentan el auge del gaming, aunque se siguen vendiendo teclados baratos. ¿En sustitución

de los que rompen los usuarios? ¿La gente teclea con fuerza y destroza los teclados? Es algo a tener en cuenta... Las ventas de auriculares aumentan un 7%, pero los ingresos derivados de este campo se disparan un espectacular 23%. La preferencia de los usuarios por los auriculares Bluetooth, más

caros que los convencionales, puede explicar en buena parte esta cifra.

Si hablamos de unidades de almacenamiento, los discos duros han crecido un escueto 2%, mientras que los ingresos que generan han duplicado ésta cifra (4%). Las grandes capacidades (más caras) marcan el incremento de beneficio. La otra cara de la moneda son las unidades USB, los populares pendrives. En los últimos años ha bajado drásticamente su

precio mientras aumentaba progresivamente su capacidad. Actualmente, los pendrives de 4 y 8 GB ya son habituales por unos escasos euros.

¿Qué y cómo vender?

Aparte de los periféricos más usuales y que se venden prácticamente solos (como hemos visto, impresoras de tinta y monitores principalmente), ¿qué buscan los consumidores?

Soluciones más innovadoras, periféricos que son, en general, más caros, pero que introducen algún factor diferencial respecto a sus predecesores.

Por ejemplo, los antes citados discos duros externos con capacidad Wi-Fi, accesibles desde smartphones y ordenadores, conectándose directamente a ellos o compartiéndolos a través de la red doméstica, o webcams que son verdaderas appliances y que se pueden conectar, por ejemplo, directamente a Skype. ▶