

# El consumo de informática doméstica cambia con la nueva normalidad



*La necesidad de contar con dispositivos que nos hicieran más cómoda nuestra estancia en casa, en el año del confinamiento obligatorio debido a la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, ha motivado el crecimiento de las ventas de informática doméstica en nuestro país.*

Con un incremento del 29,7% y una cifra total de ventas de 1.991 millones de euros, el sector de la informática para el hogar experimentó un avance más que significativo el año pasado, sin duda, impulsada por los confinamientos que trajo consigo la pandemia. Y aunque, en general, la mayoría de productos se han revalorizado al aumentar la demanda del conjunto de componentes informáticos que se necesitan para la casa, algunos productos como las webcams, una herramienta principal para la comunicación con los seres queridos o para las reuniones del trabajo, disparó su valor hasta suponer un 229% más que obtenido en 2019. Lo cual se debe a que la venta de unidades de este componente ha subido un 235%, mientras que el precio apenas sufrió variación y solo creció un 2%. En segundo lugar, en el ranking de componentes periféricos más utilizados durante la pandemia también destacan los auriculares para PC. Este producto se revalorizó un 92%, la variación interanual de ventas creció en un 93% y su precio es un 1% mayor que en 2019. Por el contrario, productos informáticos más típicos de oficina como escáneres, proyectores o calculadoras, han visto reducidas estrepitosamente sus cifras. Tampoco puede faltar en este repaso hacer mención al aumento de ventas de monitores o productos para el networking. Unos números que ponen de manifiesto que la mayoría de las adquisiciones que realizaron los consumidores se debieron a motivos laborales y por necesidad, más allá de tratarse de compras por capricho o para uso personal o de gaming. Cabe señalar que, si bien el precio medio de los monitores apenas varió, incrementándose un 2%, destaca cómo el valor de este componente ha crecido un 60% y el número de unidades vendidas es un 61% superior al que se registró en 2019. En cambio, el precio medio de los productos de networking se redujo un 2%, mientras que su valor repuntó hasta un 54% y el número de unidades vendidas fue un 50% superior. Asimismo, los ratones se revalorizaron hasta un 33% más, debido a que se vendieron un 38% más de ellos y el precio medio escaló

hasta ser un 4% superior al logrado en 2019. Por su parte, los teclados, con un valor un 32% mayor que el que registraban en 2019, debido también al incremento del 43% del número de unidades vendidas, y cuyo precio medio ha crecido en un 8%, ha sido, sin duda, una de las subidas más llamativas del mercado de la informática doméstica. De tal manera que los productos periféricos han sido los principales protagonistas de esta pandemia, permitiendo, en su mayor parte, el repunte de la industria. Sobre todo, porque se ha consolidado la clara necesidad de estar bien equipados en casa, lo cual ha propiciado que el sector de la informática doméstica alcanzara unas buenas cifras en 2020. Incremento que también se debe a una mayor demanda de productos para el hogar y premium.

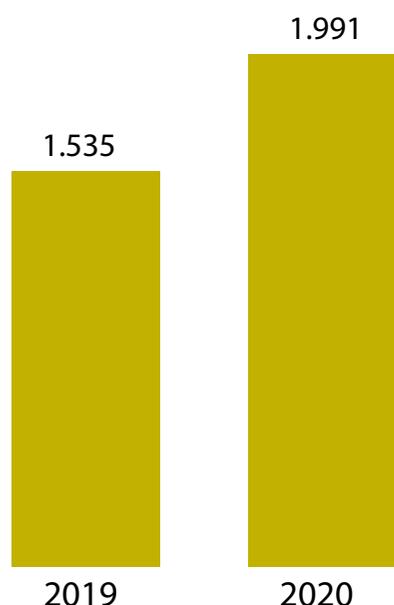
### Nuevos dispositivos

En cambio, productos como las calculadoras han sido de los más "maltratados" durante la pandemia, en todos los aspectos: han visto cómo caía su valor un 15%, ha decrecido en un 21% el número de unidades vendidas y también han visto reducido su precio medio un 5% entre 2019 y 2020. ¿Motivos? Entre otros, el poder utilizar la calculadora disponible tanto en dispositivos móviles como ordenadores ha provocado que las máquinas físicas perdieran terreno, hecho que se ha visto aún más reflejado durante el estado de alarma por el coronavirus. Al igual que ha ocurrido con los escáneres, accesorios informáticos cuya utilidad se ha visto mermada y relegada debido al mayor uso de las cámaras de los móviles, pues incluso existen apps que permiten simular papeles escaneados. Estos productos informáticos han visto reducidos un 3% su valor, un 4% el total de unidades vendidas y su precio ha disminuido un 2%. Otros productos que han visto cómo su precio caía han sido los libros electrónicos o e-readers. En la actualidad, cuestan un 2% menos de media de lo que costaban en 2019, lo cual, por otro lado, ha permitido que aumenten su valor en un 15% y que el número de unidades que se vendieron en 2020 haya sido un 14% superior. Así como a los cartuchos de impresoras, que les ha ocurrido algo similar: han visto reducido su precio al caer las ventas de este tipo de accesorios de tinta impresa, si bien se revalorizaron un 7% y se han vendido un 5% de unidades más que las vendidas en el año 2019. El último lugar de la lista lo ocupa el software, elemento de la informática doméstica cuyo precio medio se ha reducido un 1%. Eso sí, ha mantenido cifras similares a años anteriores en cuanto al número total de unidades vendidas en nuestro país (13% más) y de valor adquirido (14%).

Lo que no cambia es la confianza depositada por el consumidor en las tiendas especialistas en informática, que siguen siendo la opción preferida: un 41% eligió en 2020 comprar productos de informática doméstica en este tipo de lugares, lo que significa una cuota de mercado de un 2% más que en 2018, seguido por las compras en

### EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE IT. 2019-2020

Miles de euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket

Entre portátiles, ordenadores de sobremesa y tabletas, se enviaron más de 122 millones de dispositivos durante el tercer trimestre de este año 2021

## EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS POR PRODUCTOS 2019 - 2020

Producto	Valor	Unidades	Precio Medio
Ordenadores sobremesa	24%	24%	1%
Ordenadores portátiles	30%	35%	4%
Ordenadores portátiles > 17 pulgadas	12%	17%	4%
Monitores	60%	61%	2%
Impresoras inkjet	17%	31%	13%
Impresoras otras	-8%	-4%	5%
Scanners	-3%	-4%	-2%
Cartuchos	7%	5%	-2%
Teclados	32%	43%	8%
Ratones	33%	38%	4%
Memorias USB	-30%	-26%	4%
Discos duros	7%	10%	3%
Productos networking	54%	50%	-2%
Software	14%	13%	-1%
Auriculares PC	92%	93%	1%
Webcams	229%	235%	2%

cadena, cuyas ventas totales engloban un 34% del total, un 2% menos. Por su parte, las ventas de grandes superficies mantienen su 15% de cuota de mercado, mientras que los grupos de compra (con un 10% del total similar al que mantenían en 2018), cierran el ranking.

### Cambio de tendencia

Los "reyes" tradicionales de la informática doméstica, los ordenadores, han cumplido su papel de actor principal. Los últimos datos aportados por Canalys señalan que entre portátiles, ordenadores de sobremesa y tabletas, se enviaron más de 122 millones de dispositivos durante el tercer trimestre de este año 2021, lo que significa un 2% menos que hace un año, pero un 10% más respecto al tercer trimestre de 2019. En detalle, cabe destacar que el mercado de PCs se mantiene en niveles pre-pandémicos,

**La mayoría de productos se han revalorizado al aumentar la demanda del conjunto de componentes informáticos domésticos**

aunque a lo largo del tercer trimestre perdió tirón, mientras que dispositivos como los Chromebook y las tabletas experimentaron retrocesos a pesar de acumular crecimiento durante varios trimestres. En este sentido, Canalys apunta caídas del 37% y del 15%, respectivamente, hasta alcanzar los 5,8 millones de Chromebook y los 37,7 millones de tabletas. Algo en lo que también incide la consultora IDC, que señala que, en los meses de verano, las ventas de ordenadores con sistema operativo Chrome OS disminuyeron casi un 30% interanual, mientras que los de tabletas decrecieron alrededor de un 10%. Por su parte, las previsiones de la consultora tecnológica Context respecto al primer trimestre de 2021 fueron muy positivas, al subrayar un incremento interanual de entre el 6 y el 12%. Un sólido crecimiento basado, fundamentalmente, en el tirón experimentado por los productos de informática orientados al teletrabajo y estudio en casa. Durante dicho periodo, las ventas de ordenadores portátiles aumentaron un 70% en las dos primeras semanas de 2021, al igual que ocurrió con las ventas de monitores (+25%), componentes informáticos (+20%), y accesorios informáticos (un +30%). Por el contrario, las ventas de ordenadores de sobremesa cayeron cerca de un 16% durante el primer trimestre del año.

**El 41% de los consumidores compró productos de informática doméstica en tiendas especializadas**

Por último, destacar que elementos como las memorias USB experimentaron un aumento de precio medio de un 4%, a pesar del batacazo sufrido tanto en lo que a ventas se refiere (-26%) como a su valor (-30%). Un balance que puede contrastarse con el observado en los discos duros, que han aumentado su valor en un 7%, sus unidades un 10% y su precio medio un 3%. Por su parte, los pendrive comparten su suerte con el mercado del resto de impresoras que no imprimen por láser (por ejemplo, impresoras de cartuchos), que han visto subir su precio medio un 5% aunque hayan disminuido la venta de sus unidades, un 4%, y también su valor, en un 8%. Los que salen perdiendo también son los proyectores frontales: un valor reducido en un 24%, al venderse un 23% menos de unidades, mientras que su precio medio ha crecido un 1%.

De igual manera, la tendencia en consumo digital ha experimentado un cambio drástico motivado (y casi impuesto), por la nueva normalidad y los nuevos hábitos de consumo en la población española. La crisis sanitaria, una mayor estancia en casa y la influencia en los cambios sociales y de vida acaecidos con ello ha provocado otra manera de usar los dispositivos y de nuestra experiencia de compra. Es lo que apuntan desde la consultora GfK al analizar las principales tendencias que han marcado cambios profundos en esta nueva sociedad. Como el fenómeno "gran pantalla", es decir, un mayor consumo a través de los ordenadores y las tabletas, o el denominado "cocooning digital": la búsqueda de consumos digitales que favorezcan una mayor y más confortable estancia en el hogar, que nos permitan aprovechar más el tiempo y disfrutar del entretenimiento a través de la tecnología. ▶