

Especial

Negocios

en informática



Suplemento al N° 244 de **Newsbook**

ESPECIAL GAMING


¡A jugar!



Jugando con la tecnología

Muy pocos podían prever que una afición como es el juego pudiera insuflar nuevos aires al sector tecnológico. España, desde siempre, y a pesar de tiempos en contra en los que tocó lidiar con la crisis, siguió jugando. Nuestro país ha seguido apareciendo entre los países con mayor número de jugadores, lo que ha supuesto no solo un mayor grado de diversión en la población sino una buena inyección económica en apartados como los videojuegos (que han seguido ofreciendo cifras espectaculares a pesar de la lacra de la piratería) y la industria tecnológica. Los jugadores, en cualquiera de sus variantes, principiantes, entusiastas o profesionales (sí, la práctica del juego se ha convertido en una rentable profesión), se muestran, cada vez más, como exigentes consumidores de una tecnología que debe estar convenientemente ajustada a lo que el juego requiere. Nada de calentamientos, ni pérdidas de rendimiento, ni refrescos tardíos... Los equipos y los accesorios deben estar perfectamente alineados con sus requerimientos. Si no, nadie juega con ellos.

Los fabricantes han percibido el balón de oxígeno que permitía esta creciente y exigente tendencia. La mayoría de los proveedores de ordenadores, pieza angular (con la videoconsola) de esta ola, ha decidido apostar por este mercado destinando desarrollos específicos y familias concretas a servirlo, lo que ha derivado en equipos (portátiles y sobremesas) que exhiben una tecnología absolutamente puntera. Y con un precio sensiblemente superior a los dispositivos que marcan la media del mercado. Y no solo los PC. La industria de los monitores ha presentado opciones, planas y curvas, que ofrecen lo más puntero en materia de refresco, resolución y calidad. Tampoco se queda atrás la batería de accesorios que se tornan fundamentales para conseguir una experiencia de usuario completamente satisfactoria: los ratones, teclados, volantes, mandos y sillas parecen sacadas de un atrezo de la filmación del octavo episodio de "La guerra de las galaxias".

El canal no puede dejar pasar esta oportunidad. Si en un primer momento fue la vía *online* la que fagocitó el negocio, la tienda tradicional de informática, esa que lucha a pie de calle, se ha dado cuenta de que contar con una esquina consagrada al juego es altamente rentable. El fabricante, aquel que es fiel al canal, también se ha dado cuenta de ello y está apoyándole en estos desarrollos. Apúntese al juego. Nunca una afición fue tan rentable para el negocio. 

Estudio de mercado

Context



El mercado del *gaming* goza de excelente salud

Encuesta TAI Editorial Pág. 8

Los distribuidores incorporan el *gaming* a su negocio

Datos del mercado *gaming*

Pág. 10

El crecimiento marca el ritmo

Lenovo Pág. 12

Miguel Hernández, responsable de producto en España y Portugal

HP Pág. 15

Álvaro Navascués, responsable de producto OMEN

AOC Philips Pág. 18

Agustín de los Frailes, *country manager* en Iberia

MCR Pág. 21

Pedro Quiroga, CEO

Newsbook

Síguenos en  @newsbook_tai

DIRECTORA

Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Inma Elizalde • inma@taieditorial.es

PUBLICIDAD

David Rico • david@taieditorial.es

PRODUCCIÓN

Marta Arias • marta@taieditorial.es

EDITA

T.A.I. Editorial, S.A.

(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es



Avda. Fuencarral, 68 • 28108 ALCOBENDAS (Madrid)
tel. +34 91 661 61 02 • fax: +34 91 661 29 28
e-mail: correo@taieditorial.es

DIR. COMERCIAL:

Beatriz Montalvo • beatriz@taieditorial.es

MIEMBRO DE



FEDERACION INTERNACIONAL DE LA PRENSA PERIODICA

OTRAS PUBLICACIONES



DISTRIBUCIÓN

Publigarma, S.A.


C/ Arroyo de los Prados, 11 Nave 1
POL. IND. Las Arenas 28320 Pinto - Madrid
tel.: 91 621 43 00 fax: 91 621 43 01

DEPÓSITO LEGAL

M-20480-2002

ISSN

1696-6147

Impreso en papel ecológico 

QUEDA PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE LOS ORIGINALES DE ESTA PUBLICACIÓN SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS COLABORADORES Y ANUNCIANTES.

De conformidad con lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, consento que mis datos sean incorporados a un fichero responsabilidad de T.A.I. y que sean tratados con la finalidad de mantener, desarrollar y controlar la relación contractual y negocial, así como para remitirme información sobre productos y servicios relacionados con su sector de actividad.

Asimismo declaro haber sido informado sobre la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndome a T.A.I. en Carretera Fuencarral a Alcobendas Km. 14,5, 28108 Madrid o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico correo@taieditorial.es.

Del mismo modo consento que mis datos puedan ser comunicados a las empresas de T.A.I. para su tratamiento con la finalidad anteriormente indicada, permitiendo así la gestión.

España: un gran país de jugones

En España nos encanta darle al mando. Aún en los momentos más complicados de la crisis que nos asoló hace un tiempo, en nuestro país se seguía jugando. Un ritmo que se ha mantenido en los últimos años y que ha permitido a los fabricantes y, por ende, al canal, aumentar de manera considerable el negocio en torno a él.



La consultora **Context**, que estudia el negocio que se genera a través del canal mayorista, ha realizado un completo informe que analiza la situación del mercado español a lo largo de más de un año, mes a mes, diseccionando el segmento en el año que va desde septiembre de 2016 hasta el mismo mes de 2017.

La consultora analiza el comportamiento de los diferentes elementos que confor-

man este mercado que se mueve alrededor del PC: portátiles, equipos de sobremesa, teclados, auriculares, tarjetas gráficas, monitores y ratones.

Un mercado, muy atractivo para el canal, que acabó 2016 con un último tri-

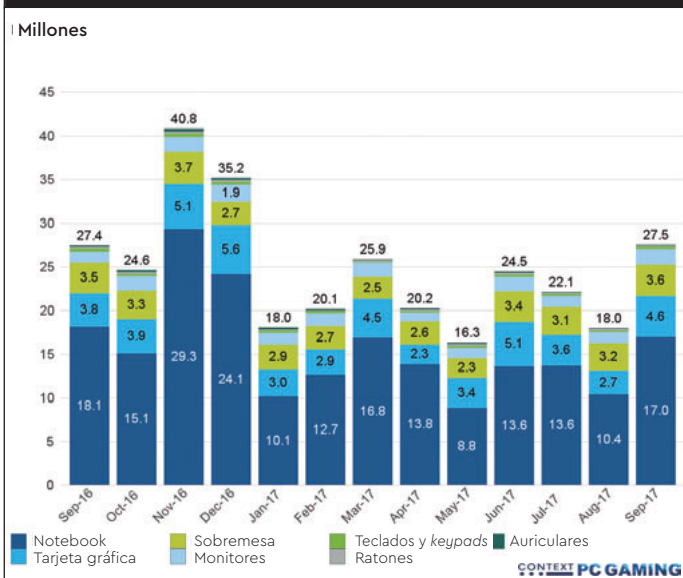
mestre espectacular: se creció un 49 % en la facturación en relación a 2015, logrando superar los 100 millones de euros a través del canal mayorista. 2017 también ha estado marcado por el crecimiento: un 20 % en el primero (64 millones de euros), un 24,5 % en el segundo (61 millones de euros) y un 13,4 % en el tercero (67,6 millones de euros).

Estas tres categorías de los PC gaming y tarjetas gráficas están definidas en alianza con:

	RAM	Processor	Graphic card
Performance (Low) Runs popular titles on lower settings - Includes Apple products	8 GB	Intel Core i5, m5, FX, A10 or better	Any discrete graphics card
Enthusiast (Mid) Dedicated GTX or Radeon GPU	8 GB	Intel Core i5, m5, FX, A10 or better K, HK, HQ, H & C series, X Extreme edition	Any NVIDIA GTX or AMD Radeon or better
VR Ready (High) Specs recommended by Oculus and HTC	8 GB	Intel Core i5-6400, AMD FX or better	NVIDIA 780Ti, Radeon R9 290 or better

Tendencias GAMING 2017

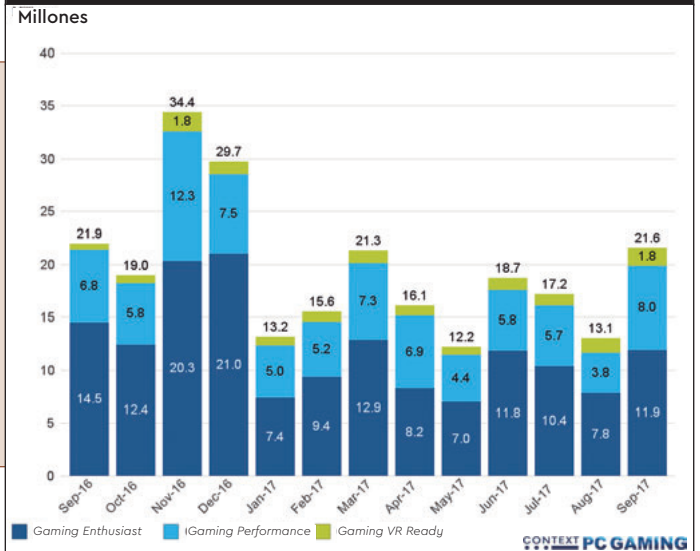
Facturación del mercado PC gaming en España



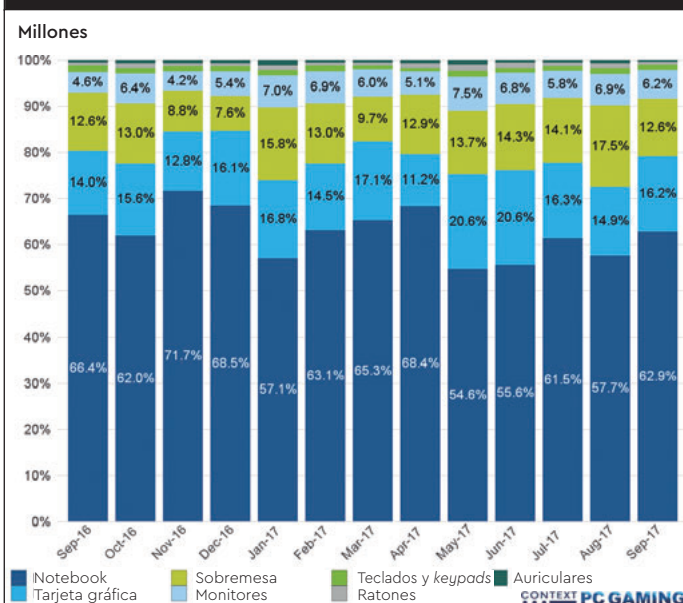
El volumen de negocio que se movió en España en el segmento del *gaming* relacionado con el PC entre enero y septiembre de 2017 según contabiliza la consultora **Context** fue de 192 millones de euros. En el análisis de 2016, el mes de noviembre, con cerca de 41 millones de euros facturados a través del canal mayorista, fue el mes estrella. Tampoco desentonó el mes de diciembre, en el que despacharon más de 35 millones de euros.

El mayor peso en la facturación en el segmento de los ordenadores (portátiles y sobremesa) corresponde a los equipos concentrados en el entorno de entrada, que suman casi el doble de los dispositivos encuadrados en el apartado de los entusiastas.

Ventas de PC (sobremesa/portátil) por categorías



Peso de cada categoría en el mercado PC gaming



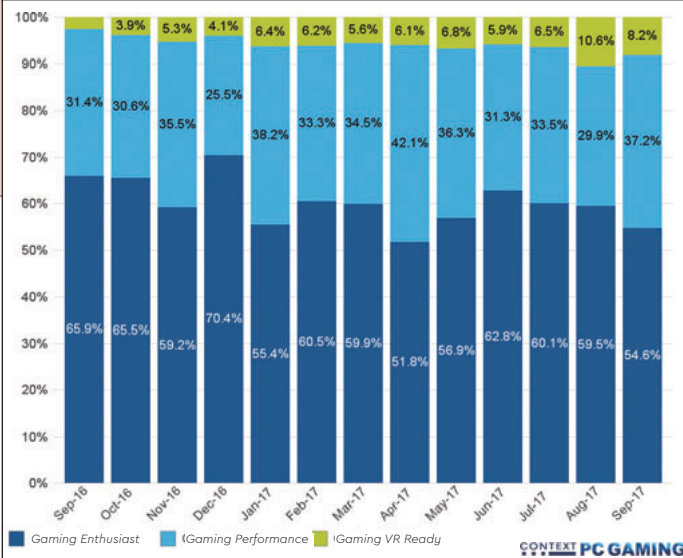
Los portátiles siguen siendo los dispositivos que tienen mayor peso en el mercado *gaming*. Según **Context**, su porcentaje se mueve siempre por encima de la mitad del segmento. Meses especiales fueron, por ejemplo, el mes de noviembre de 2016 en el que el peso se situó en un 71,7 %. Las tarjetas gráficas ocupan la segunda posición en el análisis de este apartado.

Los equipos de sobremesa se erigen en el tercer producto de referencia, con meses en los que su peso alcanza el 20 % (mayo y junio de 2017). A continuación se colocan los monitores, cuyo porcentaje oscila entre el 4,2 % de noviembre de 2016 hasta el 7,5 % de mayo de 2017.

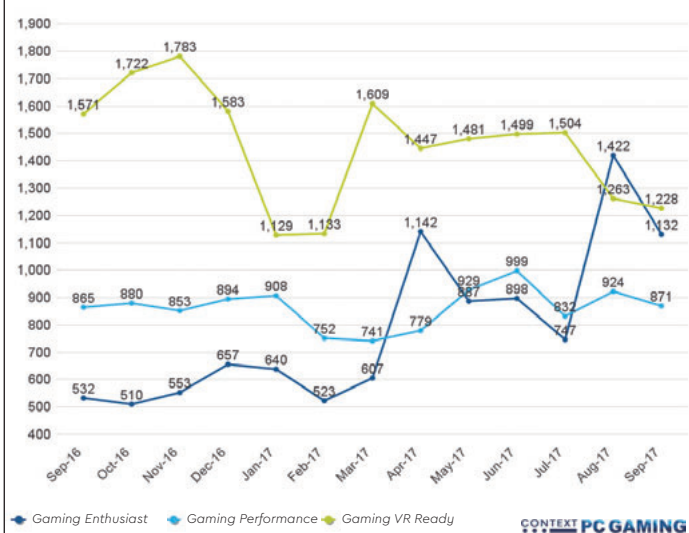
Tendencias GAMING 2017

Los equipos que permiten a los usuarios disfrutar de la realidad virtual van incrementando su peso en el global de los PC destinados al *gaming* pasando de un porcentaje del 3,9 % en octubre de 2016 hasta el 10,5 % de agosto de 2017.

Peso de cada categoría de PC en el mercado gaming

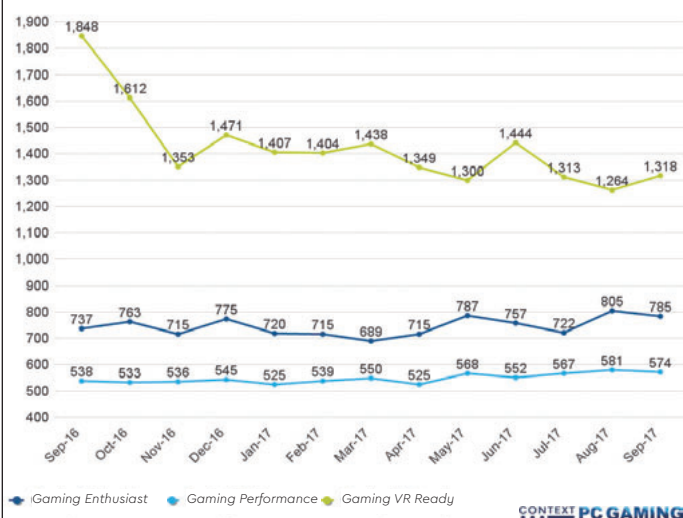


Sobremesa - Evolución del precio medio de venta



El precio medio de venta de los sobremesa destinados al *gaming* presenta unos ratios sensiblemente superiores a los que exhiben otro tipo de PC.

Portátiles - Evolución del precio medio de venta



En septiembre de 2016 se alcanzó el precio medio más alto del portátil: 1.848 euros

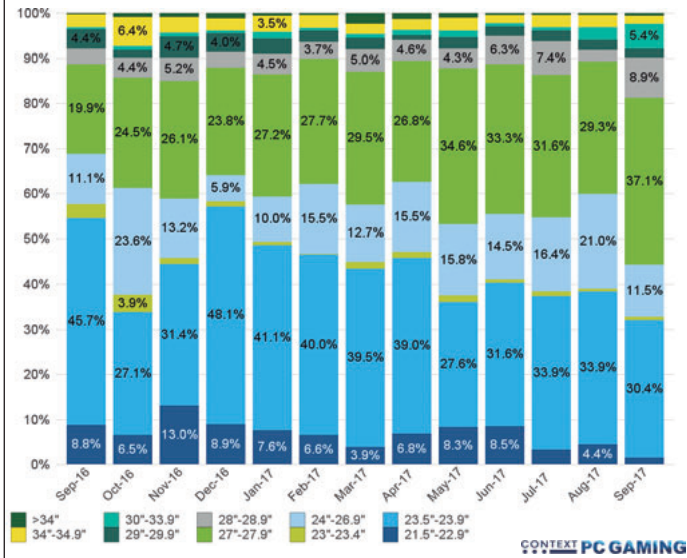
Los precios medios de los portátiles con realidad virtual descendieron entre septiembre de 2016 y el mismo mes de 2017: desde los 1.848 euros se bajó hasta los 1.318.

Los portátiles para entusiastas, por su parte, han mantenido un precio medio bastante estable, alcanzando en agosto de 2017 su valor más alto: 805 euros.



Tendencias GAMING 2017

Distribución por tamaño de pulgadas

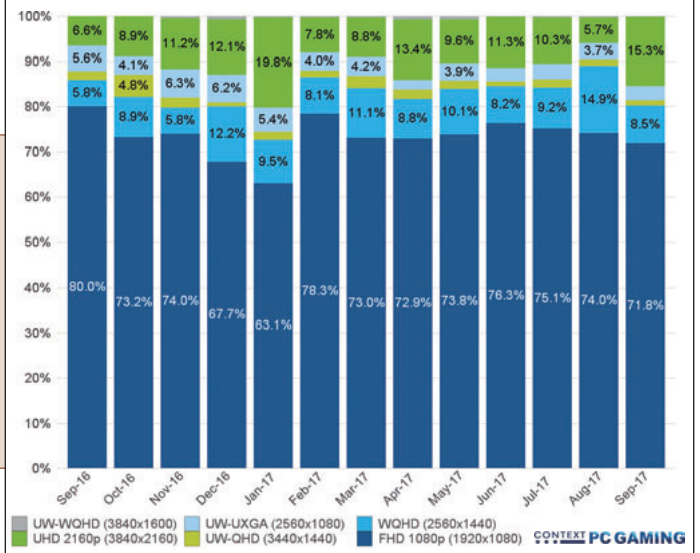


El mayor peso en el mercado de los monitores corresponde a los dispositivos que cuentan con una pantalla entre las 23,5 y las 23,9". En algunos meses, como es el caso de diciembre de 2016 alcanzó el 48 % de las ventas.

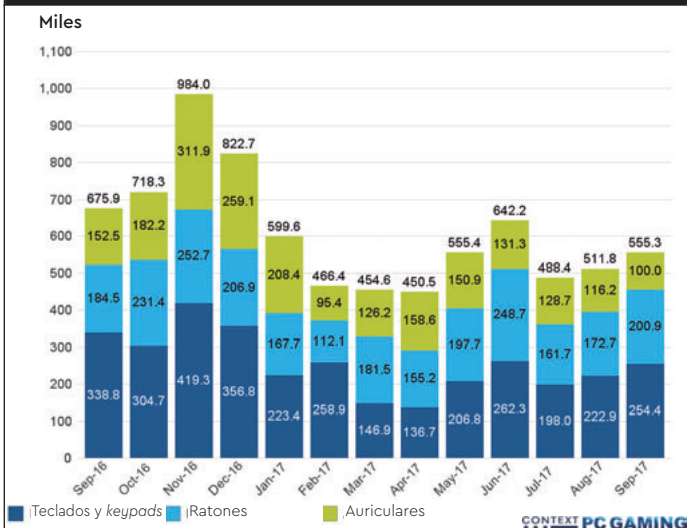
A continuación se sitúan los monitores entre las 27 y las 27,9" que, incluso, en algunos meses, como fue el caso de mayo y junio de 2017, les superaron, moviéndose en pesos por encima del 33 %.

La resolución que lleva la voz cantante en el mercado de los monitores específicos para el segmento del juego es FHD 1080p (1920x1080). Su peso en el mercado alcanza, en meses como septiembre de 2016, el 80 % de los monitores que se comercializaron en España.

Mercado monitores gaming - Distribución por resolución



Mercado accesorios gaming - Facturación



En el mes de noviembre de 2016 se comercializaron a través del canal mayorista español 984.000 accesorios relacionados con el gaming (teclados, ratones y auriculares).

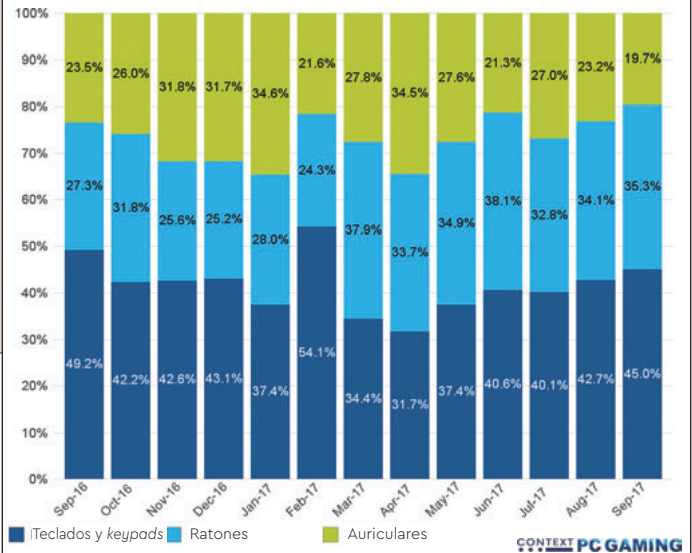
Son los teclados los accesorios que cuentan con mayor peso en este trío: en noviembre de 2016 se llegaron a vender más de 419.000.

Tendencias GAMING 2017

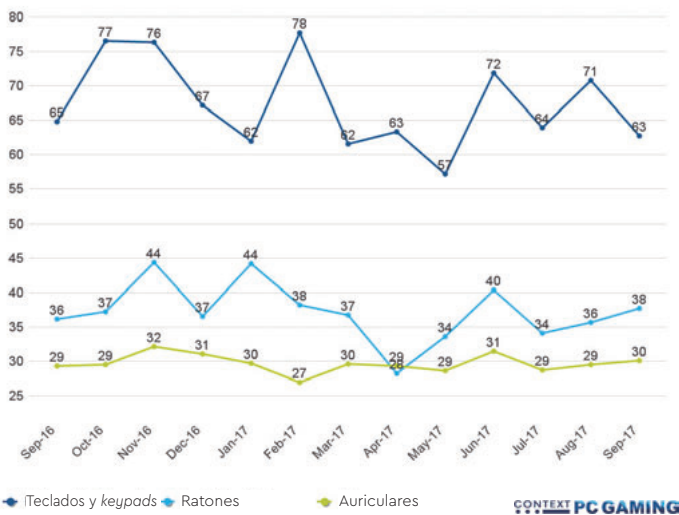
En términos de facturación, los teclados son los accesorios que más peso tienen en el terceto más representativo de este apartado (teclado, ratón y auricular). En febrero de 2017, por ejemplo, supusieron el 53,7 % del mercado de este trío.

En abril de 2017 el peso mayor, por única vez, correspondió a los auriculares, que se llevaron el 37,6 % del mercado.

Peso en el mercado de cada accesorio gaming



Evolución del precio medio de accesorios de gaming



El precio medio de los accesorios se ha mantenido estable en el periodo estudiado. Los teclados son el producto con un precio más alto: en febrero de 2017 alcanzó los 78 euros.

Los teclados son los accesorios con un precio medio más alto en el segmento del *gaming*



Tendencias **GAMING** 2017

El **gaming**, una **oportunidad** de **negocio** para el canal

TAI Editorial ha llevado a cabo una encuesta entre los distribuidores que se dedican al *gaming* para conocer, entre otros aspectos, cuál es el peso de este negocio en su oferta, qué productos son los que comercializan, los servicios que más valora el usuario que es jugador o cómo observa la labor del mayorista en este apartado.

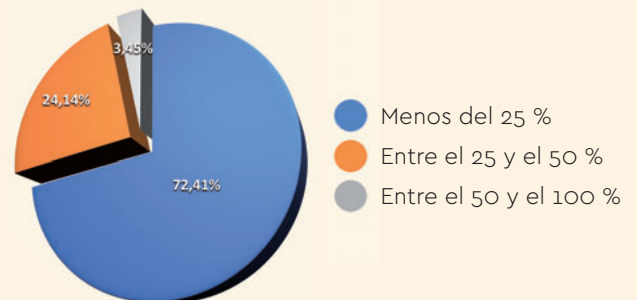
Aquí les mostramos las respuestas.



¿Qué familia de productos distribuyen?

Monitores	96,55 %
Equipos (sobremesa, portátil, consolas)	96,55 %
Juegos	17,24 %
Componentes	93,10 %
Accesorios/periféricos	100,00 %
Cajas/refrigeración	100,00 %

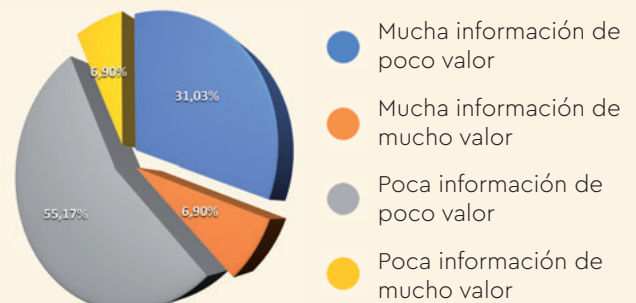
¿Qué porcentaje de negocio representa el **gaming** en su empresa?



¿Qué servicios especiales cree que son los que más valora el **gamer**?

Financiación	27,59 %
Promoción y reciclado de unidades antiguas por nuevas	27,59 %
Montaje	48,28 %
Servicio de ayuda	48,28 %

¿Qué valoración hace de la información que le envía el mayorista?

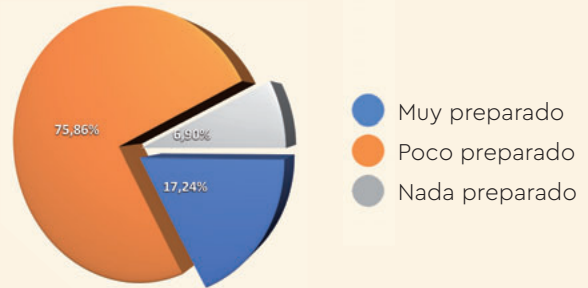


Tendencias GAMING 2017

¿Qué es lo que más valora en un mayorista de gaming?

Formación	34,48 %
Financiación	6,90 %
RMA	75,86 %
Velocidad de entrega	27,59 %

¿Cree que está preparado el mayorista para el fenómeno del gaming?



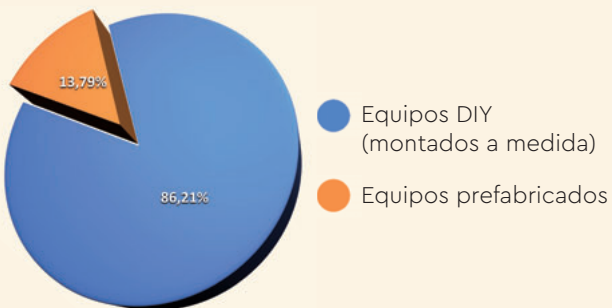
¿Qué es lo que más valora de una marca?

Fiabilidad	89,66 %
Precio	34,48 %
Conocimiento de la marca	17,24 %

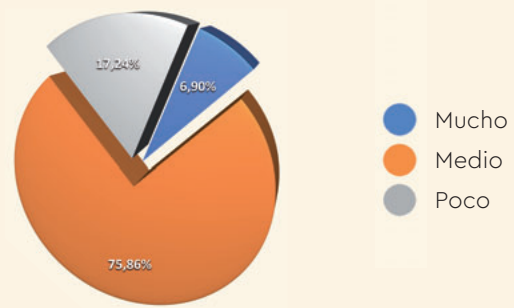
¿Qué tendencia seguirá el gaming en cuanto a los equipos?

Equipos sobremesa	68,97 %
Portátiles	17,24 %
Consolas	24,14 %
RV (realidad virtual)	41,38 %

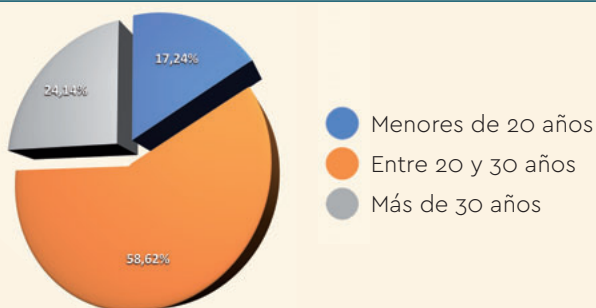
¿Qué tendencia seguirá el gaming en cuanto a la personalización?



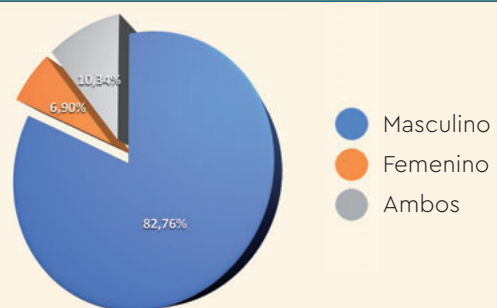
¿Qué nivel de especialización y conocimiento técnico considera que tiene el gamer?



¿Qué edades tienen los gamers?



¿De qué sexo son los gamers?



El juego como mando de la tecnología

Desde hace unos años, el segmento del juego se ha convertido en una importante oportunidad de negocio para los fabricantes y el canal.

¿Conoce los datos más importantes de este mercado?

El segmento del juego es uno de los apartados que mejor han funcionado en los últimos años en España. Calculan las consultoras que el crecimiento, año a año, se acerca al 90 %.

El precio medio de un equipo diseñado para el mercado del *gaming* asciende a 1.000 euros.

La Asociación Española de Videojuegos (AEVI) calculaba que en 2016 había en España unos 15 millones de jugadores: de los cuales un 56 % eran hombres y un 44 % mujeres.



El 87 % del mercado PC corresponde a la venta relacionada con el hardware.

Según los datos de Newzoo el mercado español alrededor del juego se sitúa, en importancia, en la novena posición mundial y en el cuarto lugar en Europa.

Tendencias *GAMING* 2017

En este contexto de crecimiento también se ha observado un cambio de tendencia en la manera de vender estos productos. El canal está ganando peso frente a otras figuras como los *etailers*.

En 2016 el mercado del PC *gaming* alcanzó los 165 millones de euros en España, lo que supuso un incremento de las ventas cercano al 90 %.

Los *eSports* generan casi 700 millones de ingresos y su alcance es ya muy importante, creciendo en la actualidad más de un 21 % cada año. En Europa, la industria está creciendo rápidamente y se espera que sus ingresos alcancen los 346 millones de dólares en 2018.

Las cifras de ventas de los equipos relacionados con el *gaming* supusieron que este apartado representara el 16 % de la facturación de la industria del PC en España en 2016. Según Gfk se espera que en 2017 se eleve al 20 % y se cifre en el 30 % en 2018.



La realidad virtual y la aumentada espolearán el juego. Según Goldman Sachs estima que ambas alcanzarán los 80.000 millones de dólares en 2025. En 2017, IDC sitúa los ingresos mundiales alrededor de estas dos nuevas tecnologías en 13.900 millones de dólares, lo que supone un incremento de más del 130 % sobre los 6.100 millones de dólares de 2016.

En 2016 se vendieron un millón de unidades entre PC y periféricos en España. Por cada ordenador comercializado se están vendiendo 6 periféricos.

"Hoy en día es posible acceder a la última tecnología para jugar"

"En España jugamos mucho y nos gusta hacerlo con el ordenador". Miguel Hernández, responsable de producto en Lenovo en España y Portugal, es consciente de la explosión del segmento del juego en nuestro país y del impacto que está teniendo en los fabricantes de tecnología. "En Lenovo tenemos la misión de hacer productos específicos para este mercado y para los jugadores", apunta. Una misión que ha fructificado en Legion, la denominación que señala su batería de productos para este apartado: ordenadores, monitores y accesorios. Hernández insiste en un rasgo, común a todos ellos. "Hemos puesto la última tecnología en manos de los jugadores".

Un producto para cada jugador

Los productos que Lenovo destina al juego han crecido un 212 % en lo que va de año en la multinacional. No es un negocio nuevo; pero sí está de moda. "Desde que el ordenador llegó a nuestras casas, uno de los primeros usos que se le dieron fue el juego", recuerda. Un hábito que en las edades más tempranas se decanta por el uso de la consola y que posteriormente, en muchos jugones, deriva en el ordenador. "Es cierto que la consola es un dispositivo de uso muy extendido en ciertas franjas de edad pero después hay jugadores que recuperan el gusto por el PC y éste toma preponderancia", explica.

La oferta de Lenovo se reparte buscando satisfacer a los dos tipos de usuarios que le dan al mando: aquellos que muestran un perfil profesional junto a los que practican el juego de manera ocasional. "Hemos escuchado al mercado", resume.

Hay tres líneas de producto. Legion Y920 se identifica con la tecnología y la potencia suficiente para que el usuario pueda jugar todas las horas que quiera sin que se pierda



Miguel Hernández, responsable de producto en Lenovo en España y Portugal

ni un ápice de rendimiento por el calentamiento. Su motor responde al nombre de Intel y exhiben capacidad *overclocking*. Por supuesto, con refrigeración líquida.

Las otras dos gamas, Legion Y720 y Legion Y520, se reparten para dar gusto a los entusiastas; ahora bien incluso las opciones de entrada exhiben prestaciones suficientes, incluso, para disfrutar de las gafas de

realidad virtual. Un negocio en el que los ordenadores, además de integrar lo más puntero, exhiben un precio medio muy superior al que se mueve en otros apartados. "Un ordenador de entrada, cuyo precio puede rondar los 400 euros, no es válido para poder jugar", reconoce. "Sin embargo, hacer la tecnología más económica permite que cada vez haya más gente que le coge el gusto al juego", analiza. La oferta de monitores de Lenovo admite tamaños que van desde las 24 hasta las 27", incluidas opciones curvas. Hernández explica que, tras escuchar a los usuarios, van a desarrollar en profundidad la gama de entrada (Y25). "Los jugones muestran preferencia por los monitores de 24,5" y planos".

Ventas a través del canal

Lenovo es una compañía que comercializa toda esta oferta a través del canal. "Gracias a ello, podemos adaptarnos rápidamente a cualquier tipo de cambio que suceda en el hábito de compra del usuario". Hernández explica que, antes, el usuario utilizaba Internet para buscar lo que necesitaba y ahora

Tendencias **GAMING** 2017



LENOVO

Explorer

La realidad aumentada y la virtual llegan al mundo real de la mano de las gafas Lenovo Explorer. Una experiencia óptima diseñada como una extensión natural y asequible del ordenador: permiten acceder al paquete Microsoft Office, navegar por Internet o ver programas en un entorno de oficina virtual, disfrutar de juegos de realidad virtual, explorar y descubrir lugares mediante visitas holográficas y mejorar la visualización mediante vídeos 3D, de 360° y 4K. Se configuran en minutos conectando un cable al ordenador.

La realidad aumentada y la virtual llegan al mundo real de la mano de las gafas Lenovo Explorer. Una experiencia óptima diseñada como una extensión natural y asequible del ordenador: permiten acceder al paquete Microsoft Office, navegar por Internet o ver programas en un entorno de oficina virtual, disfrutar de juegos de realidad virtual, explorar y descubrir lugares mediante visitas holográficas y mejorar la visualización mediante vídeos 3D, de 360° y 4K. Se configuran en minutos conectando un cable al ordenador.

LENOVO

Monitor curvo Y27g

El monitor de juegos curvo Y27g de Lenovo™ llega con 27" de pantalla panorámica de alto contraste y gran angular de visualización en un único panel curvado R1800 optimizado para disfrutar de los mejores juegos. Con este monitor de curva pronunciada los *gamers* podrán vivir experiencias totalmente inmersivas y realistas como nunca antes. Equipado con Nvidia® GSYNC™ y 144Hz, el monitor Y27g está pensado para revolucionar el universo *gaming*.



El monitor de juegos curvo Y27g de Lenovo™ llega con 27" de pantalla panorámica de alto contraste y gran angular de visualización en un único panel curvado R1800 optimizado para disfrutar de los mejores juegos. Con este monitor de curva pronunciada los *gamers* podrán vivir experiencias totalmente inmersivas y realistas como nunca antes. Equipado con Nvidia® GSYNC™ y 144Hz, el monitor Y27g está pensado para revolucionar el universo *gaming*.



Legion Y920

La torre Lenovo Legion Y920 ha sido creada para los jugadores más serios y está preparada para realidad virtual (VR Ready). Este poderoso ordenador incluye Windows 10 y hasta la 7ª generación de los procesadores Intel® Core™ i7-7700K de cuatro núcleos diseñados para ejecutar los juegos más exigentes, desde los juegos de *shooting* en primera persona (FPS) más viscerales hasta los simuladores espaciales, de forma óptima y con velocidades ininterrumpidas. Esta torre también cuenta con una tarjeta gráfica NVIDIA® GeForce® GTX 1080 de 8 GB, una de las mejores unidades de procesamiento gráfico (GPU) del mercado, lo que da lugar a gráficos excepcionales y 32 GB de memoria DDR4 CORSAIR® VENGEANCE® LPX a 2.800 MHz y refrigeración líquida Asetek® integrada opcional para el *overclocking* de la CPU.

LENOVO



LENOVO

Legion Y720

Llega un portátil potente, con tecnología puntera, que permite a sus jugadores disfrutar de una

inmersión completa en el juego. Su pantalla de 15,6" presenta una increíble resolución Ultra High Definition, con un sonido envolvente a la altura de las mejores partidas. Cuenta con procesador Intel® Core™ de 7ª generación y los gráficos diferenciados de NVIDIA GTX 1060, compatible con experiencias de realidad virtual para que no haya juego que se le resista. El Lenovo Legion Y720 cuenta además con un teclado programable con retroiluminación roja y RGB (opcional) que permite aumentar o reducir el brillo del portátil en cualquier combinación de colores.

LENOVO

Legion Y520

Más ligero que el Legion Y720, reproduce con facilidad los juegos. Al estar equipado con pro-

cesador Intel® Core™ de 7ª generación y una tarjeta gráfica dedicada NVIDIA GTX 1050, además de incluir el mejor audio y almacenamiento híbrido opcional para disfrutar de más velocidad, ¡este portátil está listo para entrar en acción! También con teclado retroiluminado para disfrutar de los juegos día y noche y sistema térmico optimizado que garantizará en todo momento una buena refrigeración durante toda la partida, sea cual sea su duración.



Lenovo™

Para más información:

www.lenovo.es

Tendencias *GAMING* 2017

está volviéndose hacia el canal tradicional. "Trabajamos a través de los mayoristas, que acceden al *retailer* y a la tienda tradicional; por lo que llegamos a la demanda allí donde esté".

Lenovo cuenta con un programa de *partners* que abre a los distribuidores que apuesten por la marca la oportunidad de acceder a una importante batería de ventajas. En la actualidad tienen abierto un programa que les permite acumular una serie de puntos, por sus compras, que posteriormente pueden transformar en descuentos.

De manera tradicional, en el entorno del PC vinculado con el juego, muchos usuarios optaban por equipos "diseñados" por ellos mismos en los que incluían la gráfica que era objeto de sus



"Hacer la tecnología más económica permite que cada vez haya más gente que le coge el gusto al juego"

preferencias, con el procesador de sus sueños y la memoria que consideraban que mejor podía casar con ellos. Ahora, sin em-

bargo, debido a la potencia de la oferta de los tradicionales fabricantes de ordenadores, muchos prefieren los equipos "perfilados" desde fábrica. Según la consultora Gfk, la mayoría de los equipos que se vende en el mercado del *gaming* en España son equipos de fabricantes. "Nos hemos puesto las pilas", reconoce. "Hace unos años el usuario lo hacía a su gusto porque la marca tardaba mucho en asumir la última tecnología, sobre todo en lo que afectaba a las tarjetas gráficas". Ahora, no. "En los equipos Legion tenemos el compromiso de dar la última tecnología", corrobora. Un ordenador que viene arropado de una serie de servicios y de garantías; que el usuario ha vuelto a apreciar.

Realidad virtual y aumentada, el futuro

La experiencia del usuario es el pilar en el que se sustenta el diseño de los equipos de *gaming*. Si siempre es un elemento fundamental, en este mercado lo es aún más. La realidad virtual y la realidad aumentada ya juegan un papel importante en este apartado que crecerá sin medida aparente en los próximos tiempos. Lenovo lo está explorando ávidamente, ambas realidades, y cuenta con productos atractivos para servir al usuario una experiencia realmente inmersiva.

Para el entorno de la realidad mixta, la marca cuenta con las gafas Lenovo Explorer. Un dispositivo que va mucho más allá del entorno del *gaming* ya que su uso alcanza un gran abanico de terrenos. "Cambian por completo la experiencia a la que estamos acostumbrados hoy en día", asegura Miguel Hernández.

Son unas gafas que permiten acceder al paquete Microsoft Office, navegar por Internet y, por supuesto, disfrutar de juegos de realidad virtual y mejorar la visualización mediante vídeos 3D, de 360° y 4K.

A principios de año llegará a España Star Wars Jedi Challenges, un producto de realidad aumentada que incluye las gafas de realidad aumentada Lenovo Mirage que funcionan con un *smartphone*. Para disfrutar del universo galáctico, hay que descargar la aplicación Star Wars Jedi Challenges en el teléfono y colocar el dispositivo en la bandeja de las gafas Lenovo Mirage. Estas incluyen una baliza de rastreo, que se coloca en el suelo, para que los sensores sean capaces de ubicar al usuario. Completa el *atrezzo* el mando espada láser.

Mayoristas autorizados:



Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/videos/hoy-entia-es-posible-acceder-a-la-ultima-tecnologia-para-jugar-2017112863076.htm>



"La **tecnología** ha posibilitado la **explosión social** del juego y ha permitido **nuevos usos**"

En 2016 el mercado del PC relacionado con el *gaming* alcanzó en España alrededor de 165 millones de euros, lo que supuso un incremento del 90 % respecto al año anterior. La cifra de crecimiento para este ejercicio se sitúa en un 50 % en un mercado que ya presenta cifras muy respetables, lo que no han dejado escapar fabricantes como HP. Su propuesta específica para este mercado lleva el nombre de OMEN que ya se ha convertido en un elemento estratégico para sus huestes de consumo con una oferta que alcanza desde los PC (sobremesa y portátiles) hasta los monitores e, incluso, con una específica línea de accesorios.

El crecimiento del fenómeno *gaming* en España va parejo al que se está produciendo en otros países. "Ya no hay fenómenos locales y el *gaming* es un fenómeno global", razona Álvaro Navascués, responsable de producto OMEN en HP, para explicar la razón de este ascenso. "Se juega mucho y en muchas partes del mundo", recuerda. A su juicio, el punto de inflexión se produjo cuando el videojuego se convirtió en un fenómeno social. "Ahora se juega y se comparte lo que se juega. Incluso, los usuarios suben sus partidas a YouTube y compiten en ligas fuera de las localidades en las que viven".

La tecnología, clave

La tecnología ha acompañado este crecimiento y en una gran medida se articula como un impulso del mismo. "Ha posibilitado esta explosión social", asegura. "Permite nuevos casos de uso y jugar en entornos que hace unos años era impensable imaginar", continúa. "Antes era inevitable ceñirse a un ordenador de sobremesa o a una videoconsola, que el usuario solo



podía utilizar en un sitio, y ahora hay consolas y ordenadores portátiles que permiten jugar en cualquier lugar e, incluso, dispositivos que permiten mirar hacia el futuro como es la realidad virtual".

Un crecimiento que va asociado a unas claras exigencias por parte de los usuarios. Navascués sitúa el rendimiento como la primera en la lista. "El equipo debe contar

con unos elementos muy potentes, acompañado de una refrigeración adecuada". No olvida el diseño, clave para los profesionales y los entusiastas de este apartado. "Una gran parte de los usuarios juega muchas horas y los equipos deben soportar este uso intensivo sin que se produzca mácula alguna en el rendimiento ni se caliente". Por último, señala la capacidad de actualización que asegure al usuario un cambio de componentes cuando así lo exijan los juegos.

Peso en HP

Dentro del negocio de consumo de HP, el juego va conquistando su espacio.

En el mercado de los portátiles, el peso de los equipos destinados a este apartado se mueve entre un 13 o un 15 % mientras que los sobremesas ya alcanzan el 25 %.

A mediados de 2017 HP renovó su oferta específica que bajo la marca OMEN reúne portátiles, sobremesa, monitores y accesorios. En el caso de estos últimos productos, su precio es considerablemente superior. "El reto es explicar al usuario qué les per-

Tendencias **GAMING** 2017

eSports

Uno de los grandes fenómenos ha sido la celebración de los *eSports*. A nivel mundial, generan casi 700 millones de dólares, creciendo en la actualidad más de un 21 % cada año. Los avances tecnológicos están impulsando una nueva generación de jugadores, equipos, competiciones e incluso nuevos entornos de juego, capaces de atraer a nuevos fans, así como a grandes empresas y grandes acuerdos de patrocinio. "Son un auténtico fenómeno social y se han convertido en un elemento dinamizador que provocará un crecimiento del juego".

En Estados Unidos estos eventos cuelgan normalmente el cartel de "No hay entradas", con victorias que suponen premios multimillonarios. En Europa, la industria está creciendo rápidamente y se espera que sus ingresos alcancen los 346 millones de dólares en 2018.

De la importancia que están cobrando estos acontecimientos es una muestra que las principales universidades en los Estados Unidos, incluyendo Harvard y UCLA, ofrecen *eSports* como un programa de deportes universitarios. Otros están incluso comenzando a conceder becas de *eSports* para League of Legends (LoL) y Overwatch. También la fiebre ha llegado a España con la primera universidad *online* española dedicada a los *eSports* (Playeek).



mite hacer estos productos", explica. "Un teclado específicamente desarrollado para este mercado permite jugar de manera más fluida", arranca. "Los monitores, por su parte, tienen unos tiempos de respuesta y unas tasas de refresco que combinadas con la

velocidad de la tarjeta gráfica, aseguran que no haya pausas ni fraccionamiento de la imagen". En definitiva, "van encaminados a que la experiencia de juego del usuario sea muchísimo mejor".

Realidad virtual

La realidad virtual es una de las puntas de lanza de este apartado. En 2016 se calcula que este mercado generó en España unos 13 millones de euros con más de 100.000 dispositivos o periféricos relacionados con ella. Navascués cree que una de las grandes barreras para su desarrollo es el coste del dispositivo y del hardware que hay que tener para soportarlo. Una barrera que parece que se puede ir superando con Fall Creators, la actualización de Windows 10 que lanzó Microsoft que introduce el entorno de la realidad mixta en este sistema operativo. Además los dispositivos y gafas de realidad mixta que todos los fabricantes están presentando, HP entre ellos, exhiben un precio (alrededor de 399 euros) que es la mitad del que tenían hace un par de años, cuando aparecieron estos dispositivos. Unas gafas que, como recuerda Álvaro Navascués, permiten llevar a cabo un montón de tareas en Windows y que también son compatibles con todos los juegos de Steam de realidad virtual.

Futuro halagüeño

Todo apunta a que el mercado vaya a seguir creciendo. Si la previsión es que el mercado crezca, a nivel global, un 50 % en 2017, en 2018 el ascenso puede rondar el 30 %. En lo que se refiere a los equipos las consultoras prevén que los portátiles se llevarán un gran porcentaje del mismo (aunque por debajo del 100 % que crecieron en 2016) mientras que los sobremesa lo harán en torno a un 5 o 6 % (en 2016 el ascenso fue del 20 %). Ahora bien, accesorios y monitores se moverán en crecimientos del 100 %.

Mayoristas autorizados:



Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/actualidad/la-tecnologia-ha-posibilitado-la-exposicion-social-del-juego-y-ha-permitido-nuevos-usos-2017112863053.htm>



Tendencias GAMING 2017



HP

OMEN X

Diseñado para los entusiastas del *gaming* y de los *eSports* que buscan el máximo rendimiento, el portátil OMEN X cuenta con

las últimas innovaciones en ingeniería como la refrigeración de alto rendimiento que permite a la CPU realizar el *overclocking* así como *Factory-overlocked* y las opciones de memoria para lograr un magnífico rendimiento de juego y con un diseño increíble.

Procesadores Intel® Core™ i7 de séptima generación, memoria gráfica NVIDIA® GeForce® GTX 1080 ideal para partidas rápidas o juegos *multi-player* a resolución 4K. Memoria SDRAM de 32 GB DDR4-2400 (2 x 16 GB) y almacenamiento SATA de 1 TB 7200 rpm SSD de 256 GB PCIe® NVMe™ M.2



HP

OMEN 880

El nuevo sobremesa OMEN by HP está diseñado para el *gamer* que busca rendimiento real combinando funcionalidad y usabilidad. El sobremesa OMEN aprovecha características innovadoras de OMEN X para otorgar a los jugadores la mejor experiencia posible. Como resultado, la nueva torre ofrece la posibilidad de actualizar componentes hardware cómodamente y mejora sustancialmente la refrigeración.

- Gráficos de alto rendimiento con hasta dos NVIDIA® GeForce® GTX 1080 Ti (SLI) o doble AMD Radeon™ RX 580.
- CPUs de 7ª generación Intel® Core™ i7 con opciones para *overclocking* o CPU AMD Ryzen™ con *overclocking*.



OMEN X Compact Desktop

HP

OMEN X by HP Compact Desktop es un equipo construido con los componentes de mayor rendimiento disponibles hoy en día, introduciendo un sistema fácilmente transportable y adaptable, perfecto para los jugadores de *eSports* y entusiastas de VR.

- La GPU NVIDIA GeForce GTX 1080 con *overclock* de fábrica proporciona la potencia necesaria para juegos con resoluciones 3 4K o una experiencia de VR perfecta. El equipo incorpora procesadores Intel® Core™ i7 de 7ª Generación con posibilidad de *unlock*.
- La mochila VR, incluida con el OMEN X Compact Desktop, proporciona a los jugadores libertad de movimiento para obtener una experiencia verdaderamente inmersiva y sin ataduras.



HP

OMEN 15

Los nuevos portátiles OMEN 15 con un diseño más agresivo que acentúa sus mejoras tanto funcionales como ergonómicas. De

esta forma se puede apreciar un nuevo foco en los materiales, con un chasis completamente fabricado en aluminio y una marcada estética *gaming*. Se ha resaltado de forma intencionada el sistema de ventilación de alto rendimiento. Tarjetas gráficas de alto rendimiento hasta NVIDIA® GeForce® GTX 1060 (Max Q) en OMEN 15 y hasta NVIDIA® GeForce® GTX 1070 en OMEN 17. Procesadores Intel® Core™-i Quad Core de 7ª generación que permiten gestionar partidas multijugador.

Teclado retroiluminado en un color bautizado como "rojo-dragón" optimizado para el juego.

HP

OMEN by HP Accelerator

El OMEN by HP Accelerator permite convertir un ligero portátil con puerto Thunderbolt 3 en un

potente ordenador *gaming*. Configurable con un HDD de 2,5" de 1 TB ó 256 GB de SSD, o la caja vacía con una fuente de alimentación de 500W.

Un solo cable para transferir una carga de alimentación de 60W a su portátil y conectarse a una gama de accesorios *gaming* como monitor, teclado, ratón y auriculares.

Puerta de fácil acceso para que se puedan cambiar las tarjetas gráficas, discos duros o SSD10 con el mínimo esfuerzo.

Amplia selección de puertos incluyendo 4 puertos USB 3.0 de tipo A y 1 USB 3.1 tipo C™ y RJ-45 para redes.



Para más información:

www.hp.es

AOC y Philips aspiran a liderar el mercado de **monitores** para **gaming**

El grupo TPV, al que pertenecen las marcas AOC y MMD-Philips, quiere trasladar al mercado del *gaming* su especialización en el ámbito de las pantallas para responder a la demanda actual de los *gamers* e impulsar su crecimiento, según explica Agustín de los Frailes, *country manager* de AOC y Philips en España y Portugal. Su propuesta para este segmento se concentra en la marca AOC con su gama *prémium* AGON y ahora prepara el lanzamiento de una nueva serie para jugadores de consola bajo la marca Philips.

El monitor para juegos está creciendo casi al mismo ritmo que el PC de *gaming* porque los jugadores demandan características acordes a sus necesidades y a la potencia de sus equipos. "El mercado de monitores es un mercado bastante estable, mientras que el monitor de *gaming* se está desarrollando mucho más rápido porque las características que había hasta hace poco en el mercado no eran suficientes para cubrir las necesidades de los *gamers*", explica de los Frailes.

El jugador, cuyo perfil principal responde al de un varón joven entre los 15 años y la treintena, busca un monitor rápido que ofrezca una imagen estable y unos tiempos de refresco por encima de los 100 hercios.

El responsable de AOC y Philips señala que el jugador suele ser un nativo digital que a través del juego se relaciona y este es uno de los motivos por los que está creciendo en popularidad los *eSports*. Al mismo tiempo, hay otros jugadores casuales que también buscan pantallas que se ajusten a las características de sus PC y ofrezcan un buen rendimiento.



Agustín de los Frailes, *country manager* de AOC y Philips en España y Portugal

Definición

Sin embargo, en el mercado todavía no hay una definición clara para diferenciar un monitor de *gaming* del que no lo es. El monitor para jugar tiene que ofrecer un rendimiento mayor que el destinado para otros usos porque el PC con el que se utiliza ofrece un rendimiento más elevado. Además, tiene que disponer de los conec-

tores adecuados y tener el tamaño preciso para cada juego.

"Para nosotros la gama de *gaming* empieza a partir de 75 hercios. Un monitor de 60 hercios no se nos antoja como un monitor que pueda responder a la demanda de *gaming*. Los 75 hercios pueden ser adecuados para cierto tipo de juegos; los 144 es un estándar y para los juegos de acción muy rápidos se puede llegar hasta los 200 o los 240 hercios", apunta el directivo.

El monitor de *gaming* también tiene que ser rápido con tiempos de respuesta de milisegundos y un corto *input lag*. Ese último aspecto no se tiene en cuenta en muchas ocasiones, pero es importante para garantizar una experiencia de juego

óptima. "El *input lag* es un dato que no se suele tener en cuenta, pero es importante. Es el tiempo que tarda en llegar la señal desde el PC hasta el monitor, el tiempo que tarda en reaccionar".

Al mismo tiempo, las características que aseguran la comodidad del jugador como la regulación de la altura definen al monitor *gaming*.

Tendencias GAMING 2017



AOC GAMING

G2260VWQ6

Ha llegado el momento de cambiar el juego.

Con la tecnología AMD FreeSync™ para eliminar la fragmentación de imagen (*tearing*), entrecortado de imagen (*stuttering*) y latencia de entrada (*input rate*), el monitor AOC G2260VWQ6 de 21,5" cuenta también con un tiempo de respuesta de 1 milisegundo y la innovadora tecnología Anti Blue Light para reducir la fatiga ocular sin afectar al rendimiento del color. Con sus 75 Hz, altavoces incorporados, la tecnología Flicker Free y su triple conexión VGA, HDMI y DP es el monitor perfecto para iniciarse en el mundo del *gaming*.

AOC GAMING

G2460VQ6

Potente pantalla de 24" con tiempo de respuesta de 1 ms y proporción de actualización de 75 Hz.



El AOC G2460VQ6 comparte con su hermano pequeño la tecnología AMD FreeSync™, un tiempo de respuesta de 1 milisegundo, la tecnología Anti Blue Light para un mayor confort visual sin pérdida de color, 75 Hz, altavoces incorporados, Flicker Free y triple conexión pero en un mayor tamaño de 24".



G2778VQ

AOC GAMING

Monitor gaming de 27", con tecnología FreeSync y tiempo de respuesta de 1 milisegundo.

Con la tecnología AMD FreeSync™ para eliminar la fragmentación de imagen (*tearing*), entrecortado de imagen (*stuttering*) y latencia de entrada (*input rate*), el nuevo monitor AOC G2778VQ de 27" cuenta también con un tiempo de respuesta de 1 milisegundo para eliminar el efecto *ghosting* y una frecuencia de refresco de 75 Hz. Junto con los altavoces integrados, un brillo de 300 candelas, la tecnología Flicker Free, su triple conexión de entrada y sus 27", es el monitor ideal para los usuarios que se introduzcan en el mundo *gaming* y requieran un mayor tamaño de pantalla.



AOC GAMING

G2460PF

Experiencia de juego completa de 24" con 144 Hz.

Este monitor ha sido creado para *gaming* intenso y de alta velocidad, con una frecuencia de refresco de 144 Hz y un tiempo de respuesta de 1 ms, el AOC G2460PF es compatible con todas las tarjetas gráficas del mercado y además soporta la tecnología FreeSync™ de AMD. Además es ajustable en altura, pivotante e incluye altavoces, tecnología Flicker Free, y un HUB USB. Un monitor completo para los *gamers* más exigentes.

AOC GAMING

AG241QX

Diseñado para el rendimiento.

Disfrute de la experiencia de juego más apasionante que jamás haya tenido con este monitor de *gaming* AGON de 24". Un modelo pensado para los *gamers* más exigentes, con resolución QHD, 144 Hz, 1 milisegundo, altavoces integrados, ajuste de altura y un mando para cambiar entre diferentes configuraciones de pantalla. EL AOC AG241QX es un monitor desarrollado para el rendimiento más extremo y el *gaming* más avanzado.



Para más información:

eu.aoc.com/es/gaming/products

Tendencias GAMING 2017

Estrategia

Para satisfacer la demanda actual de pantallas para *gaming* está siguiendo su estrategia global que consiste en contar con una oferta amplia para que todos los usuarios encuentren en su catálogo lo que necesitan. Una de sus bazas principales es su propuesta premium denominada AGON que se ha diseñado para competir. "Un monitor AGON es un dispositivo preparado para los jugadores" resalta de los Frailes. "AGON

grupo MMD está preparando la entrada de Philips en este apartado. Tiene previsto lanzar la gama Momentum para los *gamers* ocasionales que juegan en consola. "La gama Momentum está enfocada al jugador casual, de consola, pero que también le gusta tener un producto multimedia". Esta gama tendrá modelos de 43", resolución 4k y HDR para elevar el nivel de contraste y numerosas opciones de conectividad. "A diferencia de un televisor el *input lag* va a ser muy corto".



viene del griego competición. Por tanto está muy en línea con los *eSports*, con competir uno contra otro y conseguir la victoria. Ahí está su simbología". Esta oferta, que incorpora la última tecnología, se compone de varios modelos para responder a distintos tipos de juegos como los de estrategia, acción, simuladores, etc. "El comprador de un monitor AGON puede estar convencido de que se va a llevar lo último en cuanto a tecnología".

Philips

Hasta ahora la oferta para *gaming* se centraba en AOC, pero el

Canal

Con esta nueva oferta espera generar a su red de distribución nuevas oportunidades de negocio. "Siempre intentamos tener una gama de producto que responda a todas las necesidades que tenga el cliente

final y ayudar a los distribuidores", recalca el directivo.

Su intención es que su foco en los monitores sirva para que sus distribuidores puedan competir en el mercado con sus más de 20 referencias de la marca AOC y la nueva gama de Philips.

Para ayudarles está volcado en dar a conocer su tecnología a través de su participa-

Productos destacados

Entre los últimos lanzamientos de la compañía para el mercado del *gaming* destacan dos nuevos modelos de 25" y 35". El modelo AG251FG cuenta con un panel de 25". Ofrece una tasa de refresco de 240Hz y su tiempo de respuesta es de tan solo 1ms. Otro de los productos destacados, según indica Agustín de los Frailes, es el monitor curvo de 35", equipado con tecnología G-Sync, que se ha diseñado para envolver al jugador en una atmósfera inmersiva para que los juegos parezcan más reales.

ción en los mayores eventos mundiales de *gaming* y colabora con varios *gamers* para mejorar sus monitores. Está presente en las mejores competiciones de *eSports* a través del patrocinio de equipos y en breve tiene previsto patrocinar un equipo español.

Su objetivo es mantenerse en los primeros puestos del mercado de monitores también

en *gaming*. "Ganar cuota es nuestro *leit motiv*. Nuestro objetivo es crecer innovando y aportando soluciones de valor que beneficien a todo el canal", recalca Agustín de los Frailes.

"Un monitor AGON es un dispositivo preparado para los jugadores"

Mayoristas autorizados:

ASEUROPA
DISTRIBUIDORA EUROPEA

Comercial IV
SIMPLY IT DISTRIBUTION

Depau
www.depau.com

esprinet

IN-CRAM

KINYO
CORPORATION, LTD.

PRYCOMP
Precision Components S.L.

TechData

Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/videos/nuestro-objetivo-es-crecer-innovando-2017112763023.htm>



"El canal debe **apostar** por el **producto gaming**: representa **calidad y rentabilidad** para el negocio"

La apuesta de MCR por el gaming es absolutamente transparente. El mayorista fue pionero en detectar que lo que hace unos años era un territorio nicho, con el tiempo iba a convertirse en un segmento de crecimiento espectacular. El mayorista ha conformado una potente oferta, con más de 25 líneas de producto, que cuenta con un equipo dedicado. "Es obligatorio que cualquier distribuidor dedique un hueco al desarrollo de este negocio", recomienda Pedro Quiroga, CEO del mayorista. "Representa calidad excepcional y rentabilidad para el negocio".

El precio que exhiben los productos centrados en el *gaming* es sensiblemente superior al que está acostumbrado el canal. Comercializar ratones con un precio que puede rondar los 150 euros o teclados a 250, no deja de ser sorprendente cuando el precio habitual de estos dos productos se sitúa por debajo de los 10 dólares. "Es increíble", proclama Quiroga. "El juego ha llegado a España de manera definitiva y ha dinamizado el negocio en torno a la tecnología". Un mayor precio que, por el momento, no conoce lo que es la agresividad en los márgenes. "El canal se puede ganar la vida de manera muy correcta", analiza.

"La tecnología que se ha desarrollado en torno al juego es espectacular"

Pero no solo es precio. El CEO insiste en la calidad que exhiben estos productos. "Ha mejorado mucho la tecnología", asegura. Una calidad que también alcanza a los desarrolladores de los juegos, pieza vital de todo. "Ofrecen un software muy potente, que atrae mucho a los usuarios; lo que se ha acompañado de unos gráficos potentes y una experiencia visual que ha creado una atracción para todos los usuarios; sin duda, la tecnología que se ha desarrollado en torno al juego es espectacular".



Potente oferta

MCR ha configurado una oferta en la que conviven desde los PC hasta los accesorios con un ramillete completo de marcas. En el área de los accesorios, Razer y SteelSeries son marcas de referencia. También Corsair, que incluye memorias y fuentes de alimentación.

Tendencias **GAMING** 2017

Página web dedicada

MCR cuenta con una página web, manejada por el equipo de marketing, que incluye contenidos específicos sobre este mercado, noticias y espacios como la "Comunidad Experto". En ella se resaltan los productos más importantes y el mensaje que las marcas quieren transmitir al mercado. "Se ha creado un entorno muy agradable y útil para el distribuidor. Se trata de estar a la última en noticias, novedades, etc."

La tarjeta gráfica es esencial: MCR cuenta con las opciones de Nvidia o ATI. Y marcas con una oferta mucho más diversificada como Gigabyte o MSI.

Quiroga no olvida el entorno del monitor, donde están instaladas marcas como LG, Benq o Samsung. "Ha evolucionado muchísimo, con pantallas específicas y opciones mucho más grandes, 21:9, que incluso permiten unir varias para disfrutar de una multipantalla".

Quiroga asegura que la oferta se va a extender. Una de sus últimas incorporaciones ha sido Medion, con la marca Erazzer para señalar sus opciones en portátiles y en equipos de sobremesa. "Siempre estamos estudiando la evolución de las marcas y observar qué fabricantes pueden ofrecer un complemento".

Desarrollo de mercado

El mercado relacionado con el *gaming* arrancó hace una década como un segmento de nicho. Al área mayorista llegó un poco más tarde de la mano, sobre todo, de las marcas generalistas que ya empezaban a explorar este apartado. "En nuestro caso", explica, "de-

tectamos que era un mercado que iba a llegar a España y así ha sido". Fiel a su personalidad, el mayorista ha desarrollado una especialización en este rentable mercado. Quiroga muestra una cierta sorpresa, a pesar de este vaticinio, ante la velocidad de crecimiento que ha alcanzado este apartado. En el caso concreto del mayorista español, su peso es cada vez mayor en el negocio y aunque hay que diferenciar entre la parte de sistemas (portátiles y PC de marca) y los accesorios (teclados, ratones, auriculares, etc.); en lo que coinciden es en el alto crecimiento. "Hay una enorme diversificación de productos, con un montón de opciones, lo que abre mucho más el mercado", explica.

A través del canal tradicional

MCR, fiel a su filosofía, está desarrollando este negocio a través del canal tradicional al que está acercando una oferta completa, con productos de todo tipo. Quiroga recuerda que el precursor de este negocio fue el distribuidor *online*, tanto aquellas empresas que contaban con su tienda *online* como compañías con su negocio 100 % *online*. "Entendieron mejor el negocio, eran entusiastas y pudieron desarrollarlo con facilidad", recuerda. A la tienda tradicional le costó un poco más entrar en este apartado. "Pero poco a poco va entrando", asegura. Ya hay tiendas que cuentan en el punto de venta con espacios específicos para este mercado.

Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/canal/el-canal-debe-apostar-por-el-producto-gaming-representatividad-y-rentabilidad-para-el-negocio-2017113063110.htm>



Marcas de *gaming* distribuidas por MCR:



**PRIMER MAYORISTA
NACIONAL LÍDER EN
EL SECTOR GAMING.**

number
one
in gaming

MEDION[®]

erazer



**#NXT DESARROLLADOS PARA
#LVL LOS MÁS EXIGENTES**

ENCUENTRA LOS PRODUCTOS DE MEDION ERAZER EN MCR



MCR Info Electronic, S.L. C/ Gutenberg, 12. 28906 Getafe, MADRID
Tel: 91 440 07 00 • info@mcr.com.es • www.mcr.com.es