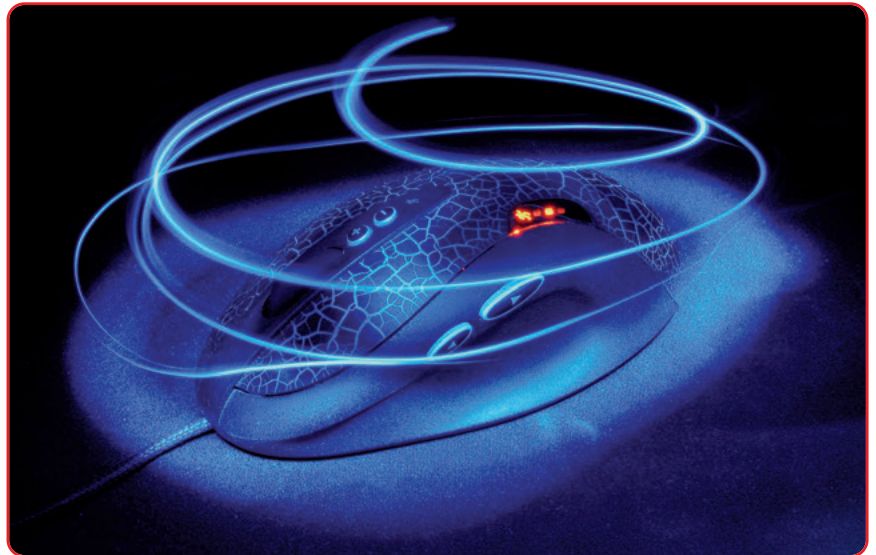


Nada puede con
el **gaming**

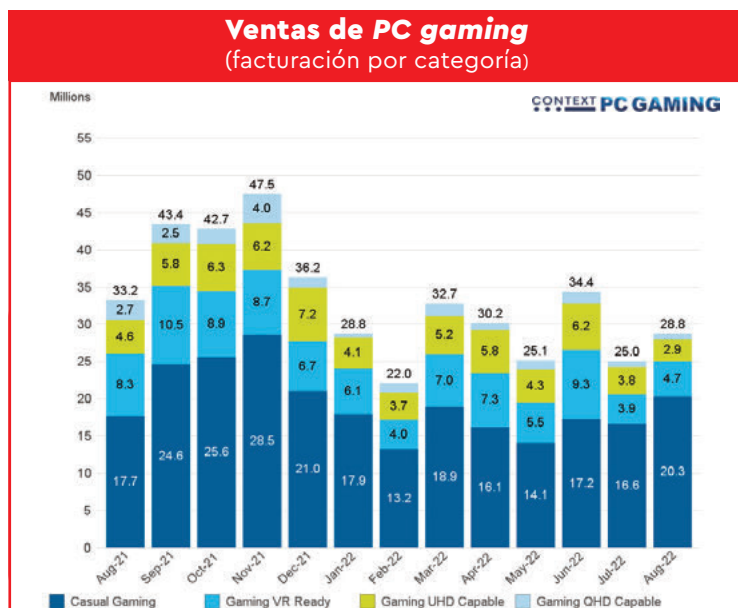
El mercado remonta en el tercer trimestre tras un inicio de año flojo

El sector *gaming* resiste a la inestabilidad que comanda el mundo

2022 está marcado por la invasión de Rusia a Ucrania. La guerra entre ambos países dura ya varios meses y está provocando una gran inestabilidad en los mercados mundiales. Unos mercados que están haciendo frente a la escasez de productos y al incremento de sus precios. El sector *gaming* también se ha visto afectado por esta inestabilidad política. En febrero de 2022, coincidiendo con el inicio de la invasión rusa, el mercado *gaming* registró la facturación más baja desde agosto de 2021 hasta el mismo mes del presente año. Según datos de Context, las ventas de *PC gaming*, en los que se incluyen ordenadores de sobremesa y portátiles, generaron un total de 22 millones de euros. Cifra que suponía un descenso de casi siete millones de euros con respecto a la facturación de enero. Sin embargo, las ventas de estos PC se incrementaron en marzo. Durante el segundo trimestre del año se ha observado cierta estabilidad, a pesar de un ligero retroceso en el mes de mayo, que se remontó al comienzo del tercer trimestre.



 Olga Romero



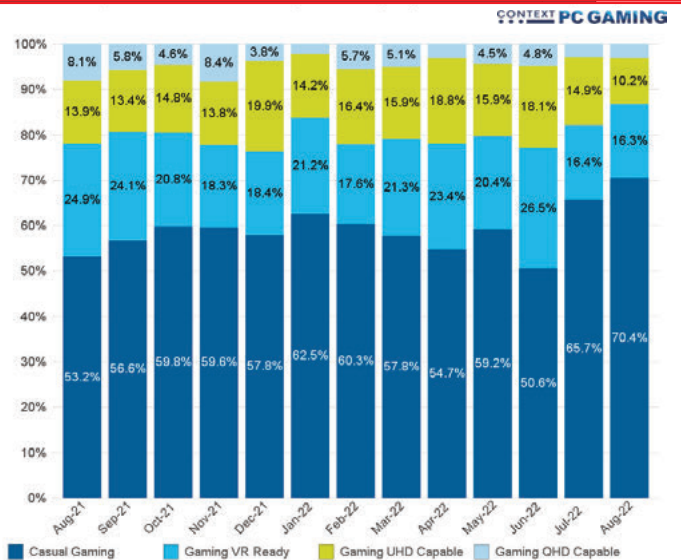
Por categorías* la "casual gaming" es la que ha estado a la cabeza de la facturación durante el año analizado por Context. Como muestra el gráfico esta categoría llegó a facturar 28,5 millones de euros de los 47,5 millones de euros que facturó el sector en noviembre de 2021. El "gaming VR ready" se ha mantenido siempre como la segunda categoría de PC más vendida, mientras que los "gaming UHD" y los "gaming QHD", han sido los PC menos vendidos en este tiempo.

La facturación de los PC "casual gaming" ha permitido a esta categoría tener una cuota de mercado siempre por encima del 50 %, llegando a representar el 70,4 % del mercado en agosto de 2022. Le sigue, pero con gran diferencia, la categoría "gaming VR ready", cuya máxima cuota de mercado ha sido el 26,5 % alcanzado en junio del presente año.

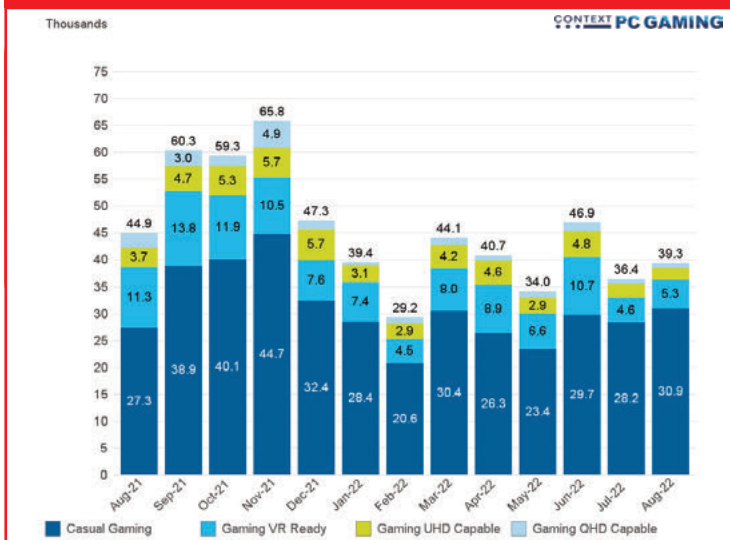
La categoría de PC "gaming UHC" nunca ha llegado a suponer el 20 % de la cuota de mercado, mientras que los PC "gaming QHD" siempre han mantenido una cuota de mercado inferior al 10 %.

* La categorización se realiza en base al rendimiento de su tarjeta gráfica. **Casual gaming:** equipos cuya tarjeta gráfica soporta resoluciones desde 1.300 hasta 5.599. **Gaming VR Ready** integra a los equipos cuya tarjeta soporta desde 6.000 hasta 9.499. **Gaming QHD** soporta desde 9.500 hasta 12.499. Y **gaming UHD** soporta resoluciones a partir de las 12.500 y más.

Ventas de PC gaming (cuota de mercado por facturación)



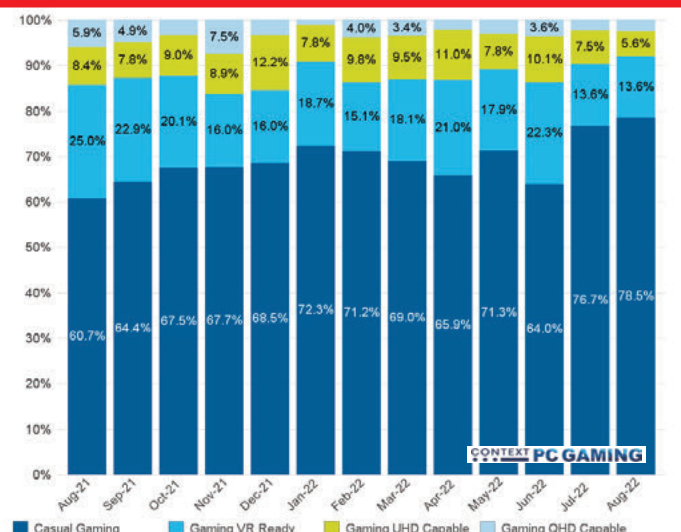
Ventas de PC gaming (por unidades vendidas)



En los últimos meses de 2021 las unidades vendidas de PC gaming no bajaron de los 44,9 millones, siendo los PC de categoría "casual gaming" los más vendidos. Desde que comenzase el año 2022 las unidades vendidas han descendido y el mayor volumen se alcanzó en junio con un total de 46,9 millones. En este 2022 los equipos "gaming QHD" son los que más han disminuidos sus ventas.

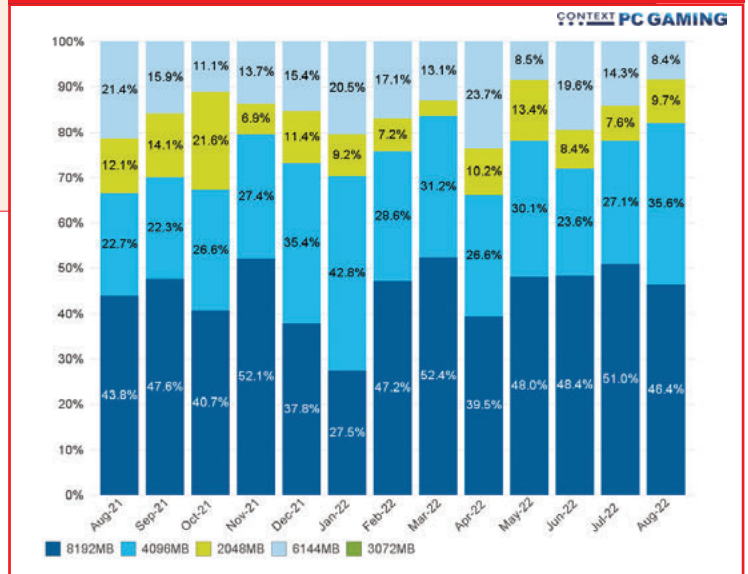
Los PC de la categoría "casual gaming" son los que, en el periodo analizado por Context, han representado la mayor cuota de mercado por unidades vendidas. Estos equipos han acaparado siempre más del 60 % de la cuota de mercado seguidos, con gran diferencia, por los PC "gaming VR ready", mientras que los PC "gaming QHD" son los que representan menor cuota de mercado, nunca superando el 8,4 %.

Ventas de PC gaming (cuota de mercado por unidades vendidas)

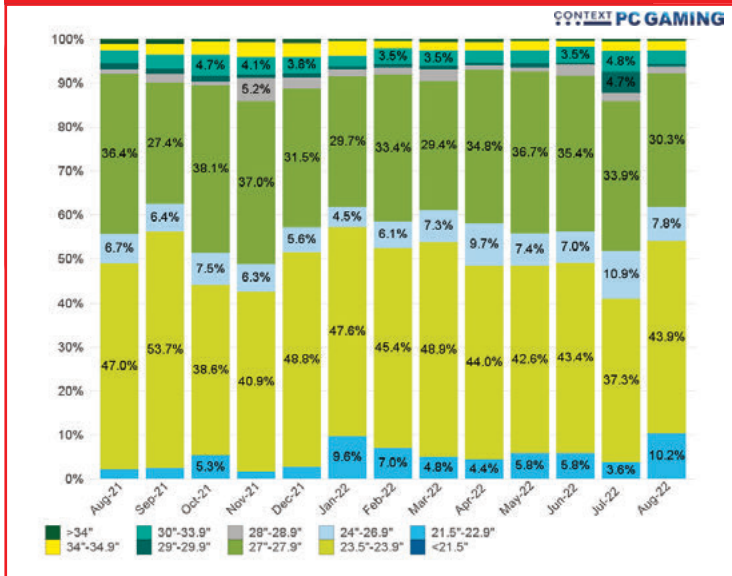


Los PC gaming con tarjetas gráficas de 8192 MB han sido los más vendidos con una media de cuota de mercado del 48,53 %. Durante los 12 meses analizados por la consultora estos equipos fueron los que mayor cuota de mercado acapararon. Únicamente en enero los dispositivos con tarjetas gráficas de 4096 MB, con el 42,8 %, obtuvieron la mayor cuota de mercado.

Ventas de PC gaming (por tipo de tarjeta gráfica)

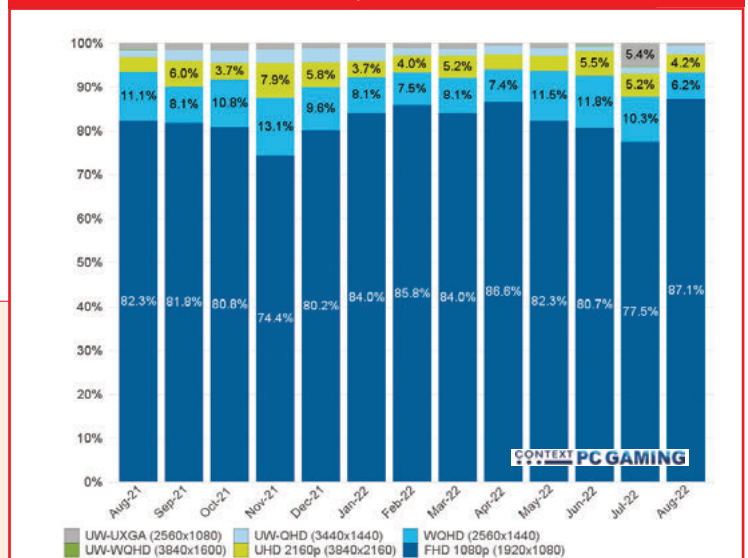


Ventas de PC gaming según tamaño de la pantalla (cuota de mercado por unidades vendidas)



Los PC con pantallas de entre 23,5" y 23,9" han sido los más vendidos en estos 12 meses con una cuota de mercado siempre superior al 37,3 % y llegando a superar el 53 % en septiembre de 2021. Estos dispositivos están seguidos por los equipos con pantallas de entre 27" y 27,9", cuyo peso en el mercado ha superado siempre el 27 % llegando a acaparar el 37 % en noviembre del pasado año.

Ventas de PC gaming según la resolución de la pantalla (cuota de mercado por unidades vendidas)



Por resolución de la pantalla los PC de FHD 1080p son, con gran diferencia, los que más unidades venden y por consiguiente mayor cuota de mercado representan. Estos equipos siempre han acaparado más del 80 % de las ventas totales menos en los meses de noviembre de 2021 y en junio de 2022, cuando se quedaron en el 74,4 % y en el 77,5 %, respectivamente.

Procesadores Intel® Core™ de 13ª generación para equipos de sobremesa

Más allá del rendimiento.



Haz streaming, crea y compite al máximo nivel con las características líderes del sector y la arquitectura híbrida más reciente.

ELDEN RING™ & © Bandai Namco Entertainment Inc. / © 2022 FromSoftware, Inc. © Intel Corporation.

Esprinet exhibe buenos números en el apartado del *gaming*

"El PC sigue siendo el rey de la productividad y del *gaming*"

E

l negocio del *gaming* en Esprinet exhibe buenos números en este 2022. "La lectura es positiva y se lee en números de color verde". Un balance positivo que no es ajeno a la necesaria y compleja gestión de los inventarios. "Es más crítica que nunca", reconoce. "Ha habido mucha entrega de equipos en un momento en el que el mercado se ha contraído, de forma natural, tras un periodo en el que ha existido un enorme reemplazo del parque". Las categorías que mejor se han comportado han sido monitores, ratones y teclados. Mora explica que al monitor no se le reconoce el valor que tiene. "Está muy infravalorado", insiste. "En esencia, el monitor determina qué componentes deben integrar el equipo". Mora recuerda que no es lo mismo jugar a 1440p a 120Hz o a FullHD a 60. "El usuario puede caer en el error de pagar más por el uso de determinados componentes de los que no va a poder disfrutar por contar con un monitor que no tiene suficiente calidad". A día de hoy, la resolución más extendida sigue siendo 1080p. "Aunque poco a poco van ganando terreno resoluciones más altas, especialmente 1440p. Esto, junto con la tasa de refresco, condiciona absolutamente el resto de componentes".

Subida del precio medio

A pesar del descenso de las ventas de los PC, el precio medio de los equipos de *gaming* sigue siendo muy alto. Según un estudio de Intel, éste se ha elevado en los últimos 12 meses, alcanzando un precio medio de 1.500 euros. "En el *gaming* hablamos de componentes de primerísima calidad, lo que conduce a un precio mayor".



Tras unos años de explosiva expansión en este 2022 se está asistiendo a una ralentización del mercado del *gaming* en España. Una situación que Alejandro Mora, *B.U. manager* de Esprinet Ibérica, analiza con suma lógica. "Ha sido un mercado que ha estado en constante desarrollo y crecimiento, por lo que este retroceso era previsible". Un panorama que no resta ni un ápice de protagonismo al PC. "Sigue siendo el rey de la productividad y del *gaming*. Es, junto a los *smartphones*, el dispositivo tecnológico de preferencia en el hogar. El PC y el portátil son los formatos preferidos tanto para la creación de contenido como para la actividad del juego".

 Marilés de Pedro

Además, cuando hay mucha demanda, como ha sido en los últimos años, el precio se eleva. "Por último, el actual contexto macroeconómico, en el que se observa un crecimiento del coste de las

materias primas y de la energía, condiciona también el mantenimiento de estos precios".

En el caso de las tarjetas gráficas, por ejemplo, a lo largo de los años el incremento de precio

"El *gaming* lidera la innovación de la industria y en Esprinet vamos a seguir apostando por aprovechar las oportunidades que se siguen generando"

ha sido muy notable. "Hoy en día el precio de las tarjetas gráficas estándar es el que tenían las gamas entusiastas de hace 2 generaciones; lo que puede resultar un problema".

"Batalla" en el entorno del procesador

La innovación en torno a los procesadores específicos para el *gaming* es enorme. En el caso de Intel, la marca ha lanzado en los últimos 12 meses diferentes generaciones (11ª, 12ª y, la última, la 13ª, recientemente presentada) con procesadores específicos para este apartado. Mora señala que la 12ª generación (Alder Lake) supuso una catarsis para Intel. "Después de algunas generaciones en las que se habían quedado atrás, volvieron a reinar en el *gaming* con una arquitectura diferencial, más inteligente y eficiente; que permite diferenciar entre los núcleos de potencia y los de eficiencia; lo que da como resultado procesadores mucho más potentes pero también más eficientes". A su juicio la recientemente presentada 13ª generación (Raptor Lake) se siente como una puesta a punto, un refinamiento de la anterior. "Intel quiere continuar reinando en el *gaming* puro", analiza. Tampoco ha cesado la innovación en AMD. "La marca Ryzen es reconocida y valorada por los usuarios, con excelentes procesadores". Sin embargo, Mora reconoce que la nueva generación de procesadores de sobremesa ha te-



Alejandro Mora,
B.U. manager de Esprinet Ibérica

"El PC y el portátil son los formatos preferidos tanto para la creación de contenido como para la actividad del juego"

nido una acogida más tibia de la esperada. "Probablemente se unan varios factores como es el caso de la necesidad de dar el salto a DDR5 o del precio más elevado de las placas base compatibles, lo que ha incrementado el precio de los procesadores", explica. El futuro se torna también innovador. "Seguro que AMD tiene algún "as" en la manga en forma

de versión 3D para poder seguir plantando cara a Intel en *gaming*. Desde luego en el terreno de la creación de contenido y de la productividad su valor está intacto". La competencia entre ambas marcas arroja mucha calidad al mercado. "Compiten de tú a tú, lo que ha ayudado a ambas para entregar al mercado procesadores mucho mejores que, al fin y al cabo, es lo que quiere el usuario".

Esprinet
esprinet.com

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/canal/el-pc-siguiendo-el-rey-de-la-productividad-y-del-gaming-2022110298268.htm>

Vistazo a 2023

La enorme renovación del parque del PC en los años anteriores juega en contra de las expectativas para este año y para 2023. "Hay que ser cauto con las estimaciones. Se ha renovado mucho parque y en 2023 posiblemente se seguirá notando esta renovación". El ciclo de vida de un PC se alarga tres o cuatro años; lo que unido a la subida de precios generalizada y a la menor capacidad de ahorro de la población, plantea "un 2023 muy desafiante".

"Sin embargo, aunque suena paradójico", continúa Mora, "probablemente estamos viviendo uno de los momentos con mayor competencia de la última década y, sin embargo, es cuando más oportunidades están surgiendo". En un mercado con ciertas dosis de madurez, la creación de contenido, la realidad virtual, el metaverso o la necesidad de acceder a la información están generando miles de oportunidades. "Este mercado lidera la innovación de la industria y en Esprinet vamos a seguir apostando por aprovecharlas".

ACER



Acer Nitro 5

Potente portátil con pantalla de 15,6". El procesador es Intel Core i7 (11800H) y cuenta con una gráfica GeForce RTX 3050, totalmente

optimizadas para MGP, que cuenta con la arquitectura RTX Ampere de 2ª generación de NVIDIA para ofrecer los gráficos con trazado de rayos más realistas y funciones de inteligencia artificial como NVIDIA DLSS. El disco duro cuenta con 512 GB y hasta 16 GB de RAM. El sistema operativo es Windows 11 Home.

ASUS



Asus ROG Strix

Se trata de un portátil, con una excelente relación entre su calidad y su precio, apto tanto para jugadores como para usuarios que quie-

ren contar con un equipo, tanto para jugar como para trabajar con niveles de exigencia elevados. Exhibe diseño robusto y funcional, con una pantalla Full HD de micro borde de 15,6" con un procesador AMD Ryzen 7 6800HS y gráfica dedicada GeForce RTX 3060. El disco duro cuenta con 512 GB y hasta 16 GB de RAM. Dispone de un cómodo teclado retroiluminado.

Legion Y25-30

LENOVO



Monitor FHD de 24,5" (1920 x 1080) que mejora visualmente los detalles del marco. Una arquitectura que se complementa con un panel de frecuencia de actualización de 240 Hz que brinda una experiencia de juego fluida. Con un panel de conmutación en el mismo plano, 120 % de espacio de color sRGB y compatibilidad con HDR, el usuario puede experimentar imágenes reales con colores vívidos, precisos y dinámicos desde cualquier ángulo. Integra el software Lenovo Artery que permite tanto administrar el rendimiento de la pantalla como contar con herramientas que permiten mostrar la velocidad de cuadros.

HP



HP OMEN by Laptop 16

Con una pantalla de 16,1", con hasta 165 Hz de frecuencia de actualización en QHD y resolución de 1920 x 1080

pixeles, este potente portátil de HP está pensado para el juego. Integra un procesador Ryzen7 5800H y tarjeta gráfica GeForce RTX 3050 Ti. Dispone de un disco duro SSD de 512 GB y 16 GB RAM. Su sistema operativo es Windows 11 Home. Cuenta con control de temperatura gracias a OMEN Tempest Cooling.

HP

HP OMEN 40L Desktop GT21

Se trata de un equipo de sobremesa, en formato de micro torre, con procesador Intel Core i7 12700KF con

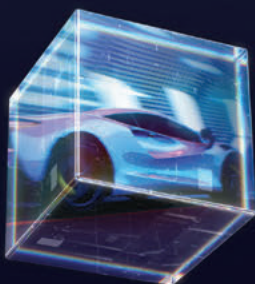
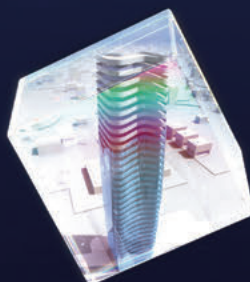
gráficos NVIDIA GeForce RTX 3060Ti. Su sistema operativo es Windows 11 Home. El disco duro SSD es de 1 TB SSD y cuenta con RAM HyperX hasta 64 GB DDR4-3733 MHz XMP RGB con disipador de calor. Gracias a OMEN Gaming Hub el usuario disfruta de overlocking inteligente, puede controlar los ventiladores mediante software y acceso a frecuencia de BIOS y RAM.



Pasa al siguiente nivel de juego.

Disfruta de un mayor rendimiento y saca el máximo partido a tus FPS mientras haces streaming. Con los procesadores Intel® Core™ de 13ª generación, te sumergirás en tus juegos con una alta resolución fluida y realista.

[intel.es/13thgen](https://www.intel.es/13thgen)



Nuevos procesadores Intel® Core™ de 13ª generación.

El rendimiento varía según el uso, la configuración y otros factores. Es posible que las tecnologías Intel® requieran la activación de hardware, software o de servicios. Ningún producto o componente es completamente seguro. Sus costes y resultados pueden variar. © Intel Corporation.

El fabricante maneja buenas perspectivas para el último tramo del año en España



El gaming, pieza esencial

en el camino de liderazgo tecnológico de Intel

Dar cumplida respuesta a las necesidades de los *jugones* siempre ha sido uno de los objetivos que Intel ha perseguido en su camino de innovación. La relevante industria del juego, y sus exigentes usuarios, se mantiene como punta de lanza del desarrollo del PC. La vertiginosa carrera de innovación de Intel, acelerada aún más en los últimos tiempos, asegura a los "jugones" disfrutar de procesadores específicamente pensados para su afición. Una senda que tiene en el Intel Core i9-13900K, integrado en la 13ª generación de Intel Core, como "el procesador más rápido del mundo para jugar", asegura Ignacio Jiménez, responsable del negocio del *gaming* y de grandes cuentas en Intel España.

 Marilés de Pedro



xcelente evolución en los últimos años

La evolución que ha tenido el mercado del *gaming* en España ha sido enorme. Según los datos aportados por la consultora Gfk, ha pasado de los 90 millones de euros generados en 2015 a los 400 millones logrados en 2021. El mayor salto se produjo entre 2020 y 2021 gracias a un crecimiento del 45 % (más de 110 millones de euros entre un año y otro). "El *gaming* ha ganado relevancia", valora Jiménez. A medida que los usuarios han utilizado más su PC, han incrementado la actividad en torno al juego. "El crecimiento ha sido enorme".

En este 2022, sin embargo, llegó una ralentización, con un decrecimiento del 6 % entre enero y mayo; aunque las previsiones de Gfk para el último tramo del año apuntan al crecimiento. Jiménez hace una lectura optimista. "Hay que tener en cuenta que lo estamos comparando con los enormes crecimientos de años anteriores; por lo que mantener esta dinámica, aunque sea de ligero decrecimiento, es muy interesante". Aunque hay que esperar a la evolución

de la complicada situación macroeconómica, recuerda que la intención de compra del consumidor es alta y que las promociones en torno al PC para las potentes campañas de consumo que tienen lugar en el último tramo del año son mayores que las de años anteriores. "La intención de compra del PC, por parte de los jugadores, es extraordinariamente grande".

Perfil del jugador

La asociación española de videojuegos (AEVI) desvelaba en un estudio del pasado mes de agosto que en España hay una población "*jugona*" de 18,1 millones de usuarios, de los que 8,6 millones (el 48 %) son mujeres. "El juego es una

"La 12ª generación de Intel Core representa un salto enorme respecto a las tecnologías anteriores. Es una arquitectura que nos va a permitir escalar hacia nuevas generaciones"

actividad muy transversal y tiene un carácter multiplataforma: teléfono móvil, tableta, PC, consola, etc."

Asimismo, los españoles dedican una media de 8,1 horas a la semana a los videojuegos y el 50 % de los usuarios tiene más de 35 años. La edad, explica, está más asociada al uso de la tecnología que al juego. "La edad media de un jugador de PC está un poco por encima de los 38 años", desvela. "No sólo son los niños los que juegan", valora.

En el cómputo del número de horas de juego hay que valorar la plataforma. Según el estudio de intención de compra que realiza Intel, en este último año, a pesar de que las circunstancias son mucho más favorables a realizar otro tipo de actividades, ha aumentado el número de jugadores de PC que juegan 10 horas a la semana; sin embargo, disminuyen los que juegan más de ese tiempo. Un descenso que obedece a una razón lógica: no tienen tiempo. "Si no se juega más es porque se carece de tiempo para hacerlo, lo que conduce a la reflexión de que la industria del *gaming* está compitiendo directamente con plataformas de *streaming* como Netflix o Amazon Prime Video".

En este mismo estudio, quedaba claro que el *gaming* es un segmento al alza. El 47,2 % de los encuestados indicaba que comprará un nuevo equipo y, además, valoraba especialmente la CPU basada en Intel Core i9. El precio medio de esta intención de compra se situaba en 1.500 euros.

Jiménez explica que estos datos identifican al juego como una afición aspiracional. "A medida que se genera más afición, se incrementa el número de jugadores que dedican más tiempo a jugar en un formato multiplataforma. Y a medida que van evolucionando, juegan más tiempo y quieren disfrutar de una mejor experiencia". Cuando una actividad se torna aspiracional, "el usuario busca más información, quiere más y aspira a tener lo mejor". Esto explica que la intención de compra desee lo mejor. "Los *jugones* desvelan que aspiran a comprar un Intel Core i9 aunque la realidad es que, aunque es el que más desean, no es el más vendido". También sucede con el precio medio. "Aunque no se alcanzará, la intención es gastarlo". Un precio que no solo compete al pro-

Los eSports

Tokio School, que forma parte de Northius, una gran plataforma multinacional de educación digital, publicó hace unos meses un estudio sobre los *eSports* en el que aseguraba que su audiencia global alcanza los 198 millones de usuarios. Casi 3 millones suma el público en España, que se posiciona como el decimosegundo país con más audiencia a nivel mundial y como el país europeo con una mayor penetración entre la audiencia femenina. Intel lleva más de 15 años siendo parte activa del apartado de los *eSports*, tanto en el ámbito mundial como en el local. Jiménez recuerda que en España colaboran con todas las ligas que existen (amateur, profesionales, universitarias, etc.). "Somos una parte fundamental del desarrollo de los *eSports*".

cesador sino que alcanza a accesorios y componentes. E incluso al gasto que pretenden destinar a los eventos presenciales.



Ignacio Jiménez, responsable del negocio del *gaming* y de grandes cuentas en Intel España

Hoja de ruta innovadora

La hoja de ruta de Intel en el terreno de la innovación se ha acelerado, más si cabe, en los últimos tiempos. Hace un año se presentaba, dentro de la 11ª generación de Intel Core, la serie H, específicamente recomendada para los entusiastas del juego. Y, en la duodécima, se anunciaba el Intel Core 9 12.900K como el mejor procesador para *gaming* del mundo (con tecnología de sobremesa). Jiménez recuerda que esta generación supuso el lanzamiento de una arquitectura completamente distinta. Se introdujeron dos núcleos diferentes dentro del procesador: unos destinados al rendimiento y otros a la

eficiencia. "Representa un salto enorme respecto a las tecnologías anteriores. Es una arquitectura que nos va a permitir escalar hacia nuevas generaciones".

El pasado mes de septiembre llegaba la familia de procesadores Intel Core de 13ª generación con el procesador de sobremesa Intel Core i9-13900K como buque insignia de la misma. "Se ha aumentado el rendimiento de los núcleos destinados a esta funcionalidad y se ha duplicado el número de núcleos de eficiencia; lo que sitúa al Intel Core i9-13900K como el procesador más rápido del mundo para jugar. Hace unas semanas se batió con él el récord mundial de *overclocking*", relata. "Supone un paso adelante en nuestro camino de liderazgo tecnológico".

Jiménez cree que el *jugón* absorbe muy bien este tsunami de innovación.

"De hecho, lo pide", puntualiza. Un tsunami que "genera innovación que, a su vez, ofrece una mejor experiencia, lo que desemboca en una mayor afición. Es el paso natural de la tecnología y debemos acostumbrarnos porque la aceleración en el desarrollo de la innovación va a ser cada vez mayor".

Intel
intel.es

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/el-gaming-pieza-esencial-en-el-camino-de-liderazgo-tecnologico-de-intel-2022110298271.htm>



Espera la recuperación de las ventas en el tramo final del año

MCR sigue apostando por llevar el negocio del *gaming* al canal

MCR lleva más de un lustro impulsando el negocio del *gaming* en el canal, aunque fue en 2017 cuando celebró su primer evento centrado en este negocio. Esta trayectoria le convierte en uno de los mayoristas de referencia en nuestro país en este terreno. Eduardo Moreno señala que este mercado, tan dinámico, es muy atractivo para el canal. Por este motivo, su misión es poner a su disposición una oferta completa de productos de *gaming* que impulse su negocio. "Nuestros clientes crecen con nuestras marcas", recalca.

MCR ofrece un catálogo completo de productos, stock y rapidez en las entregas para que cualquier *partner* pueda encontrar todo lo necesario para entrar en este negocio, aunque Moreno reconoce que las ventas se han concentrado en el canal *etail* y *retail* porque al canal de distribución tradicional le cuesta más trabajar en este ámbito. "Es un mercado con muchísimas referencias, con un nivel de precio muy alto, lo que hace que a la tienda tradicional le cueste o le dé miedo introducirse en este mercado". A su juicio, la combinación de oferta y servicio que les ofrece es la mejor garantía para que puedan atender las necesidades de sus clientes en *gaming*.

Evolución del negocio

Este *expertise* le ha permitido aprovechar el crecimiento de este negocio en los últimos



MCR ha sido uno de los pioneros en el negocio del *gaming* en el canal. Hace más de un lustro apostó por este mercado, lo que le ha dado una amplia experiencia y conocimiento para guiar a todos los distribuidores que todavía no se han adentrado en este terreno. Eduardo Moreno, director general de MCR, confirma que su apuesta por el *gaming* es firme, a pesar de la ralentización del mercado durante el primer semestre, y avanza que su intención es seguir extendiendo este negocio entre los distribuidores.

 Rosa Martín

años. El año pasado, a pesar de los problemas logísticos y de abastecimiento, logró que sus resultados fueran positivos. "Fue bastante bueno tanto en términos generales como en el mercado del *gaming*", señala el directivo. Sin embargo, el primer semestre de este año ha estado marcado por la inestabilidad provocada por la guerra de Ucrania y la subida de los precios, lo que ha provocado una ralentización del negocio enfocado al juego. "Somos conscien-

tes de que venimos de dos años muy buenos, pero eran excepcionales. Deberíamos compararnos con 2019, que fue un año un poco más normal".

MCR ha notado el descenso del negocio que GfK cifraba en un 6% en los primeros cinco meses de este año. Sin embargo, según apunta el responsable, este descenso ha sido menor que el de otras categorías de producto que no forman parte del *gaming*.

"Los primeros seis meses han sido duros. Ha habido algunos componentes del mercado de *gaming* que se han visto más afectados como pueden ser las placas base y las sillas, pero se han compensado con otros que han crecido", comenta Moreno.

Al comenzar el tercer trimestre, la inestabilidad ha ido disminuyendo y el mercado ha ido remontando. "Septiembre ha sido un mes bastante aceptable, incluso podríamos decir que ha sido bueno y octubre también. Estamos viendo una tendencia bastante positiva".

Oferta y campañas de fin de año

MCR cuenta con una completa oferta para aprovechar la tendencia positiva que se observa en el mercado del *gaming*. Su catálogo se compone de más de 2.000 referencias de 47 marcas. Ahora, como indica el director general de MCR, están creciendo las ventas de los procesadores de gama alta y de las tarjetas gráficas VGA. Este incremento se debe a que han sido dos de las categorías que más sufrieron por la escasez de *chips* y ahora se están alcanzando los niveles habituales de venta.

A pesar de que el resto de categorías de productos no están creciendo, MCR se muestra optimista con su recuperación sobre todo en esta última parte



Eduardo Moreno,
director general de MCR

"Nuestros clientes crecen con nuestras marcas"

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/canal/mcr-sigue-apostando-por-llevar-el-negocio-del-gaming-al-canal-2022110298257.htm>



del año, ya que el *gaming* tradicionalmente ha sido un producto estacional del segundo semestre, una situación que cambió con la pandemia, pero que con la vuelta a la normalidad se está recuperando.

"Somos optimistas. Por ejemplo, la categoría de monitores de *gaming* y los portátiles en esta última parte del año van a tener un buen rendimiento", anuncia el directivo.

MCR está preparando las campañas del Black Friday y de Navidad con "toda la ilusión del mundo", según señala Moreno, aunque es consciente que la ralentización del consumo ha hecho que a lo largo del año se multipliquen las acciones promocionales. Sin embargo, este hecho no cree que empañe las dos campañas más fuertes del año.

El mayorista continuará trabajando para llevar el producto de *gaming* al canal y de cara al próximo año seguirá la misma línea de trabajo que ha desarrollado hasta ahora para consolidar este producto entre sus *partners*. "Seguiremos muy atentos a las tendencias,

trabajando muy de la mano del fabricante para completar y dar un *portfolio* de producto excepcional", concluye Moreno.

MCR
mcr.com.es

Consumidor *gamer*

Su mejor resistencia a la inestabilidad de los últimos meses y la rentabilidad del *gaming* demuestran que es un negocio atractivo para el canal. Un factor que impulsa esta rentabili-

dad es el propio *gamer* que busca un producto de alta gama y no mira tanto el precio. "Es un consumidor *premium*, muy bien informado, sabe lo que quiere, lo busca y está incluso dis-

puesto a pagar un precio más alto", explica Moreno. Este consumidor *gamer* también renueva antes sus equipos. Los datos de Gfk así lo indican. El 31 % de los consumidores de

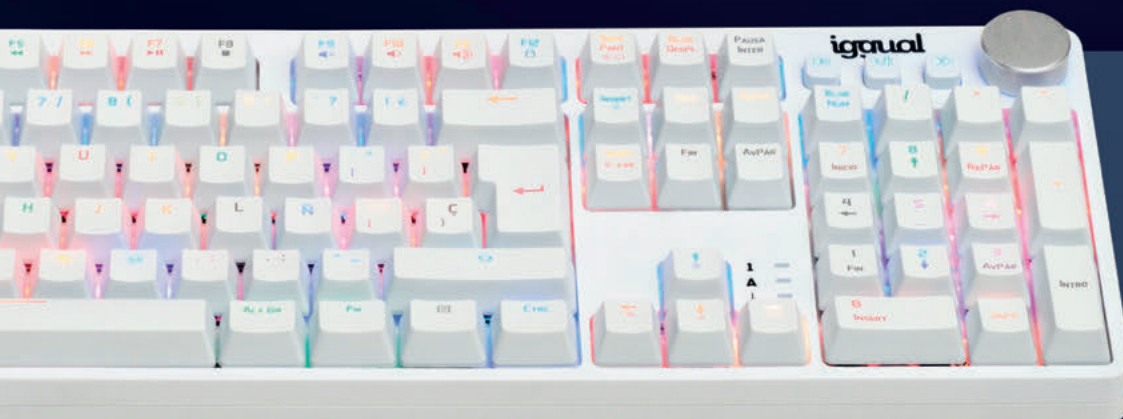
gaming cambia sus equipos antes para mejorarlos, frente al 24 % de los consumidores que no son *gamers*, que cuando los sustituyen lo hacen por otros de similares características.

igqual
gaming

QUE NADA TE PARE

TECLADOS MECÁNICOS RGB

VELOCIDAD Y PRECISIÓN PARA GAMERS EXIGENTES



TECLADO COMPLETO
105 TECLAS

RUEDA DE CONTROL
REGULA VOLUMEN / ILUMINACIÓN
EN 3 SEGUNDOS

TECLADO COMPACTO
88 TECLAS

BOTONES RGB
REGULA EL MODO Y COLOR
DE LAS TECLAS



SWITCHES OUTEMU
AZULES

80 MILLONES DE PULSACIONES
POR TECLA

100% ANTIGHOSTING

FUNCIONES MULTIMEDIA
FN + F1 A F12

CONEXIÓN USB
CON RANURAS/GUÍA CABLE

MODO SUSPENSIÓN INTELIGENTE

www.infortisa.com

GAMING

SIN LÍMITES

igqual
gaming

RATONES ÓPTICOS RGB



800 - 7200 DPI

CONEXIÓN USB

ILUMINACIÓN LED RGB
MULTI-ZONA

7 BOTONES PERSONALIZABLES



www.infortisa.com