

Informe Mercado Peruano de Cómputo 2,008 y Perspectivas 2,009

Este informe es el resultado del análisis que realiza Dominio del mercado de tecnologías de la información de Perú. El objetivo de este informe es mostrar la situación del mercado, en cifras agregadas, al cierre del año 2008 y las perspectivas y proyecciones del mismo para el periodo anual próximo.

Para elaborar este informe, se emplea toda la información recopilada por Dominio durante el año en curso, a saber todos los estudios de mercado en los diversos segmentos, todos los informes, cada análisis realizado y la apreciación de mercado del conjunto de analistas de la empresa.

Es importante resaltar que el informe consta de dos ediciones similares. La primera, la editamos y publicamos en Noviembre para ayudar al planeamiento del próximo año para las empresas. Esta edición contiene las cifras en base a como nuestra consultora estima que terminará el año. La segunda edición se publica las primeras semanas de Febrero, siempre y cuando al final del año, las cifras reales muestre cambios significativos (más o menos 5%), que puedan alterar las metas trazadas por nuestros clientes, basadas en las mostradas en la primera edición. El precio del informe incluye ambas ediciones.

La certeza en los datos de nuestra información se basa en nuestras fuentes primarias y secundarias, tales como usuarios, fabricantes, y canal de distribución. A continuación, mostramos la síntesis de los puntos que son materia de este informe.

Opinión de los consultores

Muestra en forma de resumen ejecutivo el análisis y la opinión del equipo de consultores acerca de la realidad y perspectivas del mercado. Se indican las principales fortalezas y debilidades del mercado, así como las oportunidades y riesgos.

Breve descripción de la economía peruana

Muestra en forma de resumen ejecutivo los principales indicadores de la economía peruana. En esta oportunidad además, planteamos los retos de la industria frente a los posibles efectos de la crisis internacional para con nuestro país.

Tamaño del mercado de tecnologías de la información

Muestra el tamaño del mercado expresado como el valor (en US\$) de los productos y servicios adquiridos por los usuarios finales, sin incluir impuestos. La información está subdividida en tres categorías generales: hardware, software y servicios.

La categoría hardware incluye los siguientes componentes desagregados

Cómputo	Desktops, Portátiles, Terminales, PDA, PDT, POS, Servidores PC (Intel / x86), Servidores No PC(No Intel / No x86 / Unix), Smartphones.
Impresión	Matriciales, Inyección, Láser, POS/Térmicas, Multifuncionales, Plotters.

Networking	Routers, Switches, Hubs, NIC, otros.
Almacenamiento	DAS, NAS, SAN
Otros periféricos	Monitores, scanners, audio y vídeo, otros dispositivos input (teclados, mouses).
Interfases	Vídeo, sonido.
Componentes	Cases, Fuentes de poder, Memorias, Procesadores, Discos duros, Mainboards, Barebones, CD/DVD drivers/ readers/ burners
Otros	Otros dispositivos de hardware.

La categoría software incluye las siguientes categorías desagregadas:

Software de base	Sistemas operativos, aplicaciones de oficina, aplicaciones de desarrollo y reporte, aplicaciones de comunicación y colaboración, servidores de aplicaciones, herramientas de business intelligence, RDBMS/DBMS, aplicativos de gestión.
Aplicaciones	ERP/gestión de negocios, CRM, SCM/Logística /MRP/Operaciones, seguridad, almacenamiento, portales, comercio electrónico, workflow, knowledge management, document management, content management, otras.

La categoría servicios incluye las siguientes categorías desagregadas:

Servicios	Consultoría y planeamiento IT, integración de sistemas, desarrollo de aplicaciones, instalación e implementación de software nuevo, mantenimiento/soporte/servicio técnico, arrendamiento, data centre, comunicaciones, administración, seguridad, disaster recovery / business continuity, procesamiento, digitalización /document / content management.
-----------	---

Análisis por segmentos de mercado

Análisis y perspectivas en cada uno de los seis segmentos de mercado que Dominio analiza sistemáticamente, por volumen de facturación: corporativo (ingresos de más de US\$ 100 M), grandes organizaciones (ingresos entre US\$ 40 y 100 M), medianas (ingresos entre US\$ 1 y 40 M), pequeñas (ingresos entre US\$ 0.2 y 1 M), Gobierno y Hogares.

Análisis por industrias

A pesar de que Perú no tiene aún industrias verticales que agrupen un importante número de empresas, este análisis se realiza para que sirva de referencia al lector de cuales son aquellas que se encuentran en mejor crecimiento y según el caso permitir comparar la tendencia con la de otros países.

Mercado de computadoras

Incluye la base instalada, importaciones y venta de desktops (de marca y ensambladas), portátiles, PDA, PDT, Servidores PC (Intel / x86), Servidores No PC (No Intel / No x86 / Unix) en cuanto al mercado total, medido en unidades. Asimismo la participación de mercado para cada una de dichas categorías.

Mercado de impresoras

Incluye la base instalada, importaciones y venta de matriciales, inyección, láser, POS/Térmicas, multifuncionales en cuanto al mercado total, medido en unidades. Asimismo la participación de mercado para cada una de dichas categorías.

Mercado de networking

Incluye la base instalada, importaciones y venta de routers, switches y wireless access point en cuanto al mercado total, medido en unidades. Asimismo la participación de mercado para cada una de dichas categorías.

Tendencias globales de la industria de cómputo

Análisis de las principales tendencias que están cambiando en el mundo y que pueden afectar el desenvolvimiento de la industria en nuestro país.

Perspectivas acerca del desenvolvimiento del mercado peruano y la adopción de tecnologías

Análisis de las principales tendencias que están cambiando la dinámica del mercado peruano de tecnologías de la información y que tendrán impacto futuro a nivel de todas las categorías.

Comercio Electrónico

Proyección del número de usuarios de Internet en Perú, de la penetración poblacional de Internet y de la infraestructura de conectividad a Internet en Perú. Cabinas públicas. Accesos a Internet.

Canal de Distribución

Análisis de los aspectos favorables y desfavorables relacionados con el canal de distribución, descripción y análisis del canal mayorista y evolución de las ventas para cada mayorista, descripción y análisis del canal minorista y análisis de las principales. Asimismo se hará un análisis por cada categoría de agente dentro del canal minorista y las perspectivas de cada tipo de empresa (Integrador/VAR, Consultores, Dealers, Retails, Ensambladores).

Vendors que operan en Perú

Descripción y análisis de los vendors que operan en Perú, de los mercados que atienden, de sus estrategias y de la efectividad de las mismas en función a la opinión de nuestros analistas.

Glosario

Definiciones utilizadas y aplicadas para la realización de este informe.