

ENERO 2020

AUTOR: ANA LÓPEZ POLINARIO
CONSEJO DE REDACCIÓN: JUAN JOSÉ MÉNDEZ
JUAN PARDO

ISSN 2340-2512
Nº 195

Fecha de cierre del informe: 23 de enero del 2020

Temática: **Dispositivos Electrónicos**



Contenidos

	Página
1. ESPAÑA	2
2. EUROPA	3
3. AMÉRICA LATINA	5
4. MUNDO	7

Titulares destacados del mes:

- *España escala posiciones en el uso de dispositivos tecnológicos*
- *Los europeos optan por el pragmatismo de los smartphones*
- *Avance progresivo de las tecnologías móviles en Latinoamérica*
- *Lenovo conquista la cima del mercado tecnológico*

España

Internet es una herramienta tecnológica de comunicación profundamente enraizada en nuestras vidas privadas y profesionales. Por ello, el INE (Instituto Nacional de Estadística) publica, anualmente, estadísticas que nos permiten estudiar como en este caso, el uso de Internet y la dinamización, tanto en los hogares, como en el mercado. A continuación, se muestran los dispositivos más utilizados para acceder a Internet en los hogares españoles:

Dispositivos de Acceso a Internet en los hogares (en %)

	2018	2019	Crecimiento 19/18
Ordenador (cualquier tipo: incluidos netbooks, tablets, de mano, etc.)	79,5	80,9	1,7%
Teléfono móvil	98,0	98,5	0,5%
Lector de libros electrónicos (e-book)	24,0	25,0	4,0%
Tablet	54,5	56,8	4,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de INE

Estos datos muestran como **la gran mayoría de los españoles utilizan su teléfono móvil para acceder a Internet** (98,5%), aunque es el dispositivo que menor crecimiento experimenta al estar cerca de su cénit, es decir, al haber alcanzado como producto su etapa de madurez.

En segundo lugar, se halla el ordenador con un uso del 80,9% en 2019, mientras que la utilización de las tablets y los e-books es del 25% y el 56,8%, respectivamente.

Empresas que disponen de PCs con acceso a Internet para fines empresariales (%)

2016	2017	2018	2019
99,1	99,6	99,2	99,3

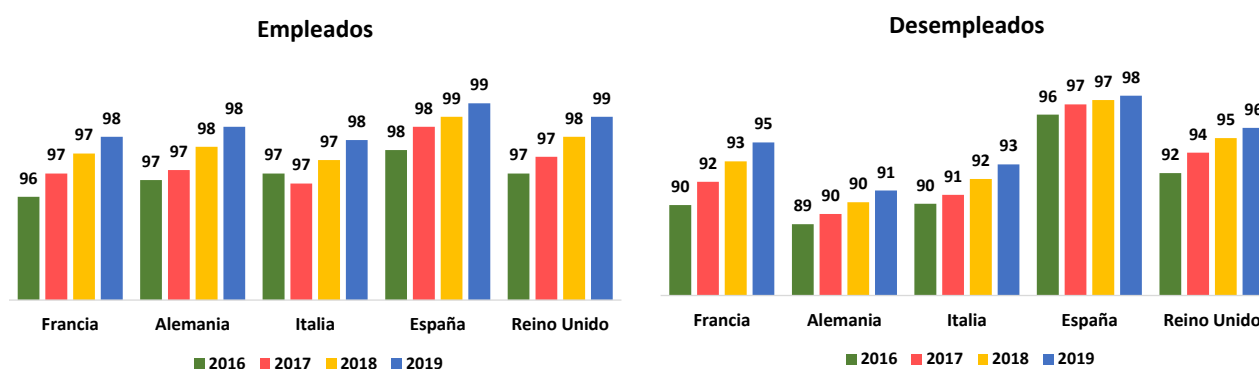
Fuente: Elaboración propia a partir de INE

Los resultados reflejan, la evidencia de que los ordenadores son dispositivos fundamentales para el óptimo y pleno desarrollo de la actividad empresarial. **Prácticamente el 100% de las empresas españolas disponen de este tipo de equipos**, habiéndose alcanzado cierto estatus tecnológico que pone de manifiesto una España, cuyo tejido empresarial, se halla inmerso en un proceso de interiorización de la transformación digital y tecnológica.

Europa

Los teléfonos móviles y su variante más tecnológica, **los llamados smartphones, son dispositivos tecnológicos que han llegado y revolucionado nuestra vida**, consecuencia de la elevada conectividad que proporcionan, además de otras ventajas como el acceso a Internet, las aplicaciones de entretenimiento o las de productividad.

Posesión de móviles en hogares según la situación laboral del "cabeza de familia" (%)



Fuente: elaboración propia a partir de Euromonitor

Ello ha determinado que este tipo de dispositivos tengan un éxito rotundo socialmente hablando, tal y como reflejan las cifras en Europa, y es que de acuerdo con Euromonitor, las principales economías del continente poseen porcentajes de penetración muy elevados, incluso rozando el 100% como es el caso concreto de España.

Estos datos se desglosan en hogares cuyas "cabezas de familia" se encuentran empleadas y en hogares donde se dan situaciones de desempleo. En estos últimos, los porcentajes se reducen, respecto a los primeros, y hay más heterogeneidad entre los países. En cambio, **en los hogares con el cabeza de familia trabajando, los valores oscilan entre el 98% y el 99%**, sin que pueda apreciarse diferencias entre países.

Esta circunstancia se observa, claramente, en países como Alemania o Italia, donde en el 2019, **en los hogares cuyas "cabezas de familia" estaban desempleados, los porcentajes de disponibilidad de teléfono móvil caían considerablemente**, en torno 7 puntos porcentuales. Reseñable y curioso es el caso de España, en el que apenas existe diferencia entre ambas categorías (empleados o desempleados).

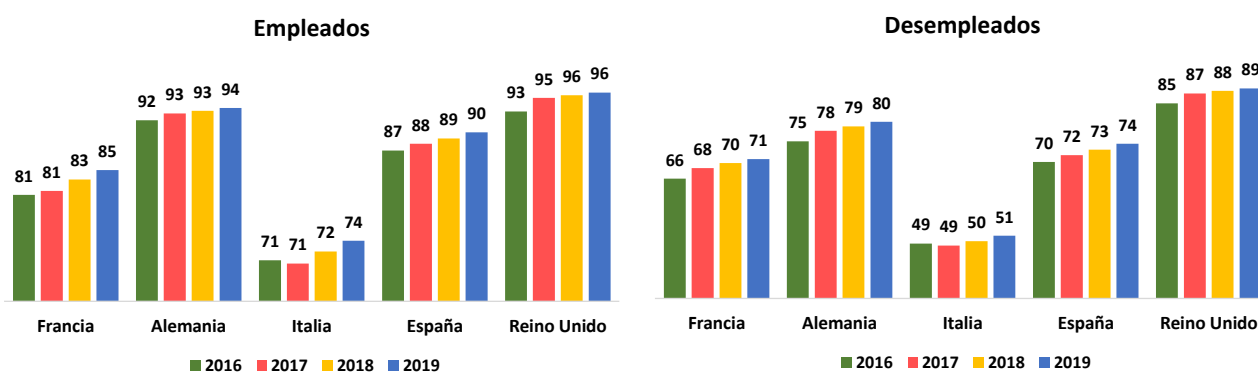
La principal conclusión que puede extraerse es que, **en Europa, la gran mayoría de los hogares disponen de teléfono móvil**, e incluso en los hogares con la "cabeza de familia" desempleada, en los que se registran valores que se mueven del 89% al 98% de penetración, por lo que, podemos afirmar que la zona **está altamente comunicada**.

Europa

En cuanto a la posesión de ordenadores personales, estos dispositivos **han ido perdiendo importancia con el paso de los años**, sobre todo a nivel particular, no tanto a nivel empresarial.

Esto es así, en parte por **la entrada de nuevos tipos de dispositivos portátiles y más adaptativos**, tales como smartphones o tablets, los cuales son **capaces de satisfacer las mismas necesidades**, pero agregando un valor añadido, consistente en una mejor flexibilidad e integración en muchos casos.

Poseción de ordenador personal en los hogares según la situación laboral del "cabeza de familia" (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor

Si analizamos la penetración en Europa de estos dispositivos, a diferencia de los teléfonos móviles, **existen disparidades significativas entre los distintos países**, tal y como revelan los gráficos.

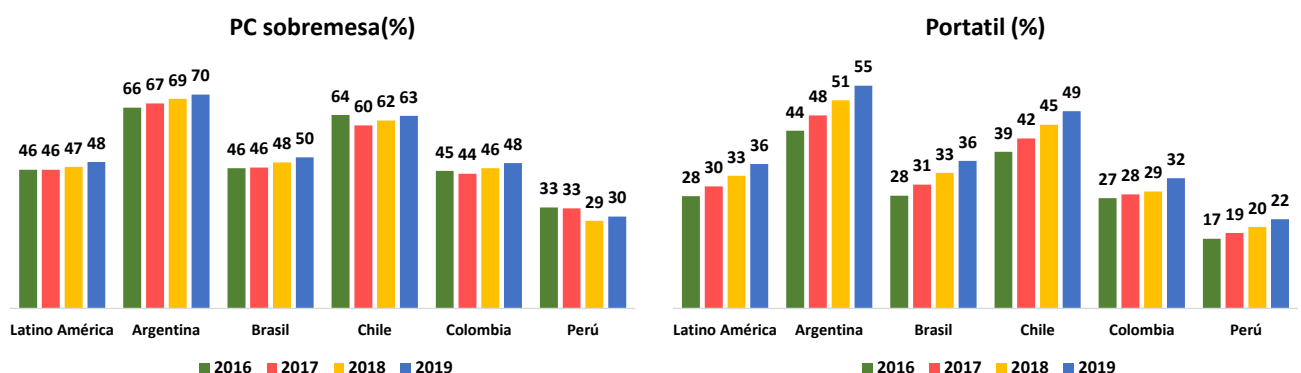
Los datos correspondientes a Italia, en hogares cuyas "cabezas de familia" se encuentran empleadas, son muy llamativos, pues este país ostenta un porcentaje de penetración del 74%, frente a sus socios europeos, los cuales poseen porcentajes mucho más elevados, como Reino Unido, donde el 96% de la población posee un ordenador. A continuación, le siguen Francia y España, con una cifra de penetración del 85% y el 90%, respectivamente.

En cuanto a la situación de **los hogares cuya "cabeza de familia" se encuentra desempleada, los porcentajes se ven afectados** por dicha condición, en mayor medida de lo que sucedía en el mercado de los smartphones, lo que da lugar a que las ratios disminuyan, como ocurre en el caso de Reino Unido, que pasa de un 96% a un 89%, o Italia, que al igual que en el caso anterior, nuevamente se encuentra por detrás de sus vecinos, y experimenta un mayor descenso, al pasar de un 74% a un 51%, lo que se traduce como una brecha de 23 puntos porcentuales, consecuencia de la situación laboral del principal sustentador de la familia.

América Latina

Las preferencias en América Latina sobre los dispositivos que se utilizan para conectarse a Internet, se concentran en dos categorías principalmente; ordenadores y móviles. Después les siguen las tablets, aunque su uso sigue siendo reducido respecto a estos dos medios dominantes.

Acceso a Internet por tipo de dispositivo en América Latina



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor

En el gráfico se muestra la distribución del uso de ordenadores de sobremesa y portátiles para acceder a Internet. En él, podemos ver como en los países más importantes de la zona, **el PC de sobremesa es el dispositivo dominante para conectarse a Internet**, frente a la alternativa de los portátiles. Situándose el porcentaje de uso, en el caso de los PC de sobremesa, en una horquilla que comprende desde un 30% de uso hasta un 70% y en el caso de los portátiles, del 22% al 55%, lo que indica **importantes diferencias dentro del mercado latinoamericano**.

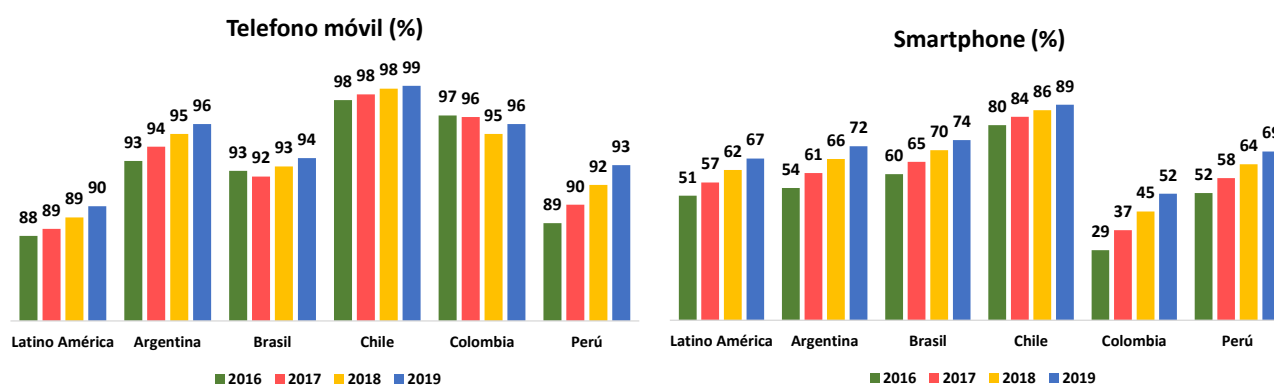
Estas desigualdades son, claramente, visibles, ya que todos los países que figuran en el gráfico, muestran valores mayores en la utilización de los PC de sobremesa, tal es el caso de Argentina con un 70% frente a un 55%, o Chile con un 63%, frente al 49% del uso de los portátiles.

En cuanto a la dinámica que han sufrido ambos mercados en los últimos años, observamos que, sin ninguna duda, en todos los países **se ha experimentado un incremento de la penetración de ambos dispositivos**, en el periodo comprendido entre 2016 y 2019. Es destacable, como **Chile**, a pesar de la caída que experimentó, en 2017, en su mercado de PCs de sobremesa, se ha ido recuperando paulatinamente y en el mercado de los portátiles, es el país que **ha registrado un mayor crecimiento**, con un total de 10 puntos porcentuales en cuatro años, desde 2016 a 2019.

América Latina

La evolución del mercado de los teléfonos móviles dentro de los hogares latinoamericanos, recogida en el siguiente gráfico, muestra cómo **la penetración de los teléfonos móviles que utilizan redes analógicas de banda estrecha es claramente mayor**, al integrarse también dentro: la categoría del smartphone.

Dispositivos móviles con acceso a Internet en los hogares de América Latina



Fuente: Elaboración propia a partir de Euromonitor

El gráfico elaborado a partir de los datos de Euromonitor, nos permite observar nítidamente que **los porcentajes de disponibilidad de la tecnología móvil, en los hogares de América Latina, son muy elevados**, al encontrarse **muy cerca del 100%** dentro de la muestra seleccionada, mientras que **la media global ha alcanzado la barrera del 90% en el 2019**.

Dentro del mercado de los smartphones, se pueden apreciar mayores diferencias entre países, como es el caso de Chile y Colombia. El primero presenta unos porcentajes de uso del 89%, frente al 52% que ha registrado el segundo, lo cual se traduce en una enorme brecha, entre ambos países, de 37 puntos porcentuales.

Otra cuestión a destacar es la **aceleración en la adopción de la tecnología móvil que se está viviendo en aquellos países subdesarrollados** de la zona, como es el caso de Colombia, que si bien, es de los más rezagados, en apenas cuatro años ha casi duplicado sus porcentajes de penetración registrados, pasando del 29% al 52%, lo que revela que se está produciendo una buena dinámica de convergencia dentro de Latinoamérica, en lo que se refiere al acceso de este tipo de bienes.

Mundo

La consultora Gartner pronostica un **crecimiento del 1,2% para las ventas globales de dispositivos electrónicos en 2020**. Sin embargo, a partir de 2021, la previsión no es tan favorable, pues se espera una caída de las mismas.

Evolución del Mercado de Dispositivos Electrónicos

Dispositivos	2019	2020	2021	2022	Crecimiento 20/19	Crecimiento 21/20	Crecimiento 22/21
PC tradicionales	188,4	178,3	171,2	161,7	-5,7%	-4,1%	-5,9%
Ultrabooks	67,3	72,5	81,4	80,0	7,2%	10,9%	-1,7%
Mercado de PCs	255,7	250,8	252,6	241,7	-2,0%	0,7%	-4,5%
Dispositivos portátiles básicos y de utilidad (tablets, portátiles, etc.)	140,9	138,7	142,4	132,3	-1,6%	2,6%	-7,7%
Mercado de dispositivos informáticos	396,6	389,5	395,0	374,2	-1,8%	1,4%	-5,6%
Smartphones	1.743,1	1.776,8	1.762,6	1.756,9	1,9%	-0,8%	-0,3%
Mercado total de dispositivos	2.139,7	2.166,3	2.157,6	2.131,1	1,2%	-0,4%	-1,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner

Atendiendo al tipo de dispositivo, podemos comprobar que **el mercado de los PCs mantendrá su dinámica volátil y con tasas negativas durante 2020**, al preverse una **contracción de las ventas del 2%**.

De acuerdo con los datos, **las ventas de PCs tradicionales caerán significativamente hasta 2022, así como, los dispositivos portátiles** de los que se vaticina una notable caída en su uso, en torno 5% y 6% menos. Sin embargo, **los Ultrabooks se postulan como los dispositivos capaces de revertir la situación** dentro de este mercado, al atribuírseles la esperanza de un mayor crecimiento, aunque tienen un peso todavía bajo en el mercado de PCs, en torno a un 25%.

En cuanto a **las ventas globales de smartphones, poseen una dinámica estable**, tal y como se puede apreciar en la tabla, ya que se prevé un contenido crecimiento para el año 2020 y se estima que comenzará al contraerse su demanda ligeramente a partir de 2021.

Mundo

En lo que respecta a las ventas de ordenadores por parte de las principales empresas en todo el Mundo, la consultora Gartner, nos revela en su informe que **Lenovo mantiene sus ventas, levemente, por encima de Hewlett Packard**, posicionándose como la empresa que realiza más envíos a nivel mundial, una dinámica que le ha llevado a representar el 24,8% del mercado, es decir, prácticamente, 1 de cada 4 ordenadores vendidos en el mundo fueron marca Lenovo.

Evolución distribución de PCs en el mundo (en %)

Empresa	4T-19		4T-18		4T19/4T18
	Ventas	Cuota de mercado	Ventas	Cuota de mercado	Crecimiento
Lenovo	17.498	24,8%	16.418	23,8%	6,6%
Hp	16.129	22,8%	15.301	22,2%	5,4%
Dell	12.114	17,2%	10.805	15,7%	12,1%
Apple	5.262	7,5%	5.425	7,9%	-3,0%
Grupo Acer	4.062	5,8%	4.100	5,9%	-0,9%
Asus	3.994	5,7%	3.861	5,6%	3,5%
Otros	11.553	16,4%	13.104	19,0%	-11,8%
Total	70.612	100%	69.014	100%	2,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner

Las tres compañías más importantes del sector, en función del número de ordenadores vendidos, durante el último trimestre del 2019, son **Lenovo, HP y Dell**, estas dos últimas empresas comprenden el 22,8% y el 17,2% de la cuota del mercado, respectivamente, por lo que solamente estas tres empresas **suman casi el 65% de la cuota de mercado Mundial**.

Seguidamente, nos encontramos con **Apple, compañía que ha visto mermaidas ligeramente sus ventas y, consecuentemente, su cuota de mercado**, se ha reducido 0,4 puntos porcentuales, respecto al cuarto trimestre de 2018. Una evolución menos negativa que la que se está detectando en otras empresas del sector, que han pasado, en conjunto, de una cuota de mercado del 19% a un 16,4%. **Asus, por su parte, experimenta una cierta mejora en sus ventas**, abandonando su dinámica negativa y cerrando el último trimestre de 2019 con un crecimiento del 3,5%.