

ENERO 2021

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

ISSN 2340-2512
 N.º 206

Fecha de cierre del informe: 22 de enero del 2021

Temática: **Dispositivos Electrónicos**



Contenidos

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

Titulares destacados del mes:

- *Prácticamente el 100% de la población española dispone de móvil*
- *Los smartphones son los dispositivos de preferencia para los europeos*
- *El uso de telefonía móvil en Latinoamérica se aproxima al 100%*
- *COVID-19: La recuperación del sector de dispositivos móviles pelagra ante la tercera ola*

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 %)

	2019	2020	Crecimiento 20/19
Ordenador (cualquier tipo: incluidos netbooks, de mano, etc.)	80,9	81,4	0,6%
Teléfono móvil	98,5	99,5	1,0%
Tablet	56,8	58,4	2,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de INE

Estos datos certifican como **la gran mayoría de españoles dispone de un teléfono móvil para acceder a Internet** (99,5%), aunque es de los dispositivos 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 hallan los ordenadores de cualquier tipo con un uso del 81,4% en 2020 y la utilización de tablets es del 58,4%.

Personal que dispone de PCs con acceso a Internet para fines empresariales (%)

2015	2016	2017	2018	2019	1T-2020
59,3	59,6	60,1	60,1	60,4	64,7

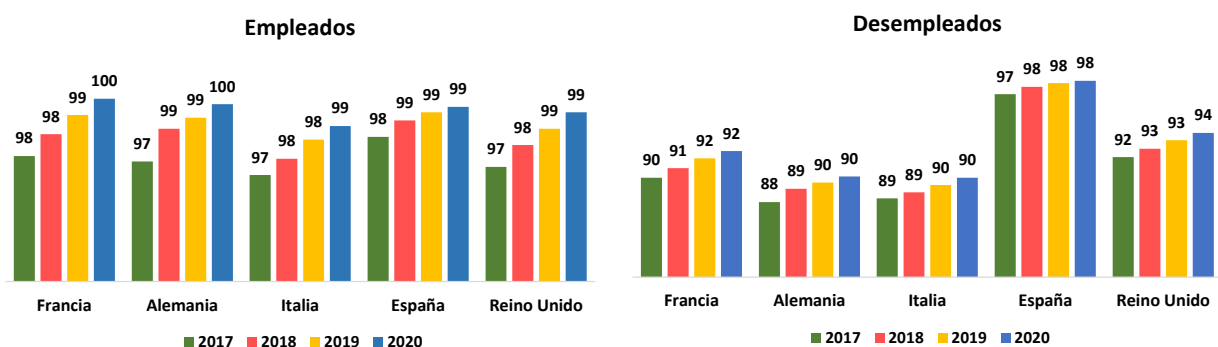
Fuente: Elaboración propia a partir de INE

Los resultados reflejan, la evidencia de que los ordenadores son dispositivos fundamentales para el óptimo y pleno desarrollo de la actividad empresarial. **Más de la mitad de la plantilla de empleados en 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 se han impuesto revolucionando nuestras vidas**, como 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, alcanzando el 100% como es el caso de Francia y Alemania. Seguidos muy de cerca por España, Italia y Reino Unido.

Estos datos se desglosan en hogares cuyos "cabezas de familia" se encuentran empleados 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 99% y el 100%**, sin que puedan apreciarse apenas diferencias entre países.

En países como Alemania, Italia o Francia, en el año 2020, **los hogares cuyas "cabezas de familia" estaban desempleados, los porcentajes de disponibilidad de teléfono móvil están considerablemente por debajo de las "cabezas de familia" con un empleo**, con una diferencia en torno a los 10 puntos porcentuales. Reseñable y curioso es el caso de España, en el que apenas existe diferencia entre ambas categorías (empleados o desempleados).

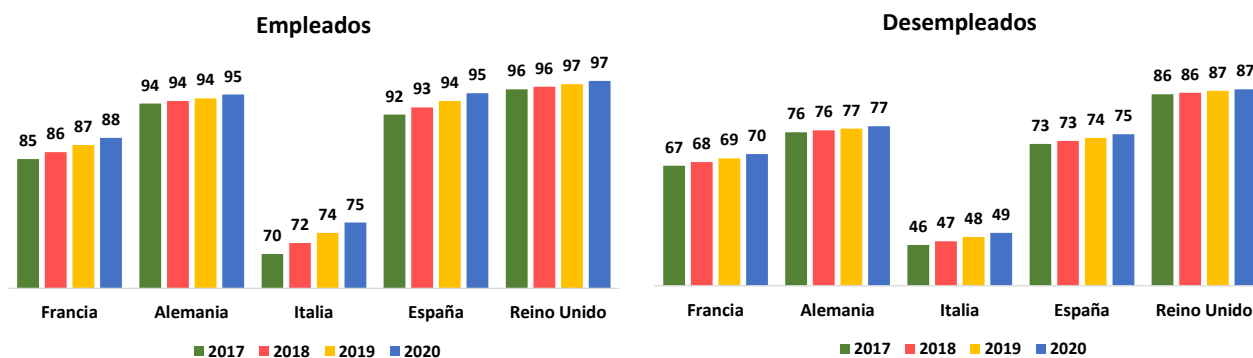
La principal conclusión que puede extraerse es que, **en Europa, la gran mayoría de los hogares disponen de teléfono móvil**, e incluso en aquellos con la "cabeza de familia" desempleada, registrándose valores que se mueven del 90% al 98% de penetración en 2020, por lo que, podemos afirmar que el continente **está altamente comunicado**.

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.

Posesión 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 algunos países**, tal y como revelan los gráficos.

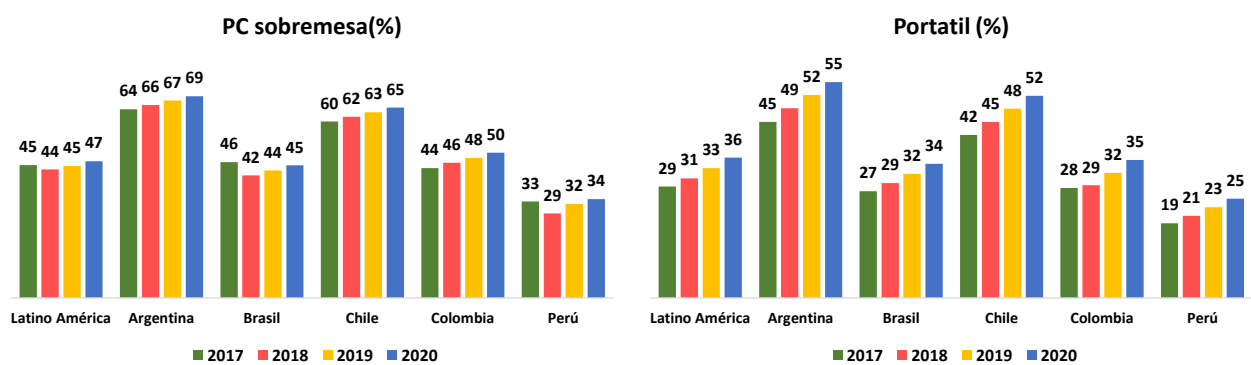
Los datos correspondientes a Italia, en hogares cuyos "cabezas de familia" se encuentran empleados, son muy llamativos, pues este país ostenta un porcentaje de penetración del 75%, frente a sus socios europeos, los cuales poseen porcentajes mucho más elevados, como Reino Unido, donde el 97% de la población posee un ordenador. A continuación, le siguen España y Alemania, ambos con una cifra de penetración del 95%.

En cuanto a la situación de **los hogares cuyo "cabeza de familia" se encuentra desempleado, 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 97% a un 87%, 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 75% a un 49%, lo que se traduce como una brecha de 26 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 el mismo, podemos apreciar 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 2020, en el caso de los PC de sobremesa, en una horquilla que comprende desde un 34% de uso hasta un 69% y en el caso de los portátiles, del 25% al 55%, lo que indica **importantes diferencias dentro del mercado latinoamericano**.

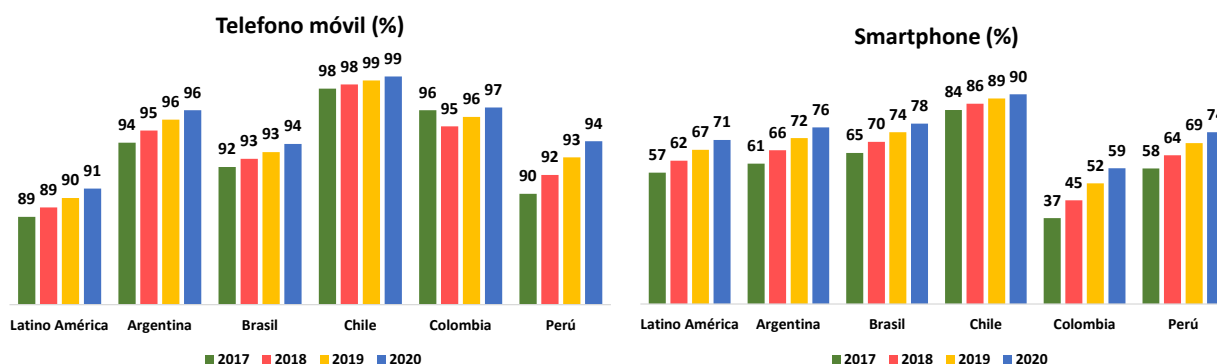
Estas desigualdades son, claramente, visibles, ya que todos los países que figuran en el gráfico, muestran valores mayores en la utilización de los PC de sobremesa, tal es el caso de Argentina con un 69% frente a un 55%, o Chile con un 65%, frente al 52% del uso de los portátiles.

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 2017 y 2020. Es destacable, como **Perú**, a pesar de la caída que experimentó, en 2018, en su mercado de PCs de sobremesa, se ha ido recuperando paulatinamente. En el mercado de los portátiles, los países que **han registrado un mayor crecimiento son Argentina y Chile**, con un incremento de 10 puntos porcentuales en cuatro años, desde 2017 a 2020.

América Latina

La evolución del mercado de los teléfonos móviles dentro de los hogares latinoamericanos, recogida en el siguiente gráfico, revela 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 superado la barrera del 90% en 2020**.

Dentro del mercado de los smartphones, se pueden apreciar diferencias entre países, como es el caso de Chile y Colombia. El primero presenta un porcentaje de uso del 90%, frente al 59% que ha registrado el segundo, lo cual se traduce en una brecha sustancial, entre ambos países, de 31 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 incrementado sus porcentajes de penetración en 22 puntos, pasando del 37% al 59%, 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

Las **ventas mundiales de Smartphones** a usuarios, de acuerdo con los datos de Gartner, **alcanzaron la cifra de 366,7 millones de dispositivos** en el tercer trimestre del 2020, un **-5,7%** menos respecto al mismo trimestre del año anterior. Samsung se sitúa a la cabeza, con un total de 80,8 millones de teléfonos vendidos, representando un 22% del mercado.

Evolución del Mercado de teléfonos inteligentes (miles de unidades)

Empresa	3T-20		3T-19		3T20/3T19
	Ventas (miles de unidades)	Cuota de mercado	Ventas (miles de unidades)	Cuota de mercado	Crecimiento
Samsung	80.816	22,0%	79.057	20,3%	2,2%
Huawei	51.831	14,1%	65.822	16,9%	-21,3%
Xiaomi	44.405	12,1%	32.928	8,5%	34,9%
Apple	40.598	11,1%	40.833	10,5%	-0,6%
OPPO	29.890	8,2%	30.581	7,9%	-2,3%
Others	119.117	32,5%	139.587	35,9%	-14,7%
Total	366.659	100%	388.808	100%	-5,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner

Las compañías más relevantes del sector, en función del número de teléfonos inteligentes vendidos, durante el tercer trimestre de 2020, son **Samsung, Huawei, Xiaomi y Apple**. Las tres últimas empresas comprenden el 14,1%, el 12,1% y el 11,1% de la cuota del mercado, respectivamente. Solamente estas cuatro empresas **aglutinan el 59,3% de la cuota de mercado mundial**. Cabe señalar la **caída considerable en las ventas que ha experimentado Huawei, de un -21,3%**, probablemente consecuencia de las sanciones y restricciones de los gobiernos occidentales por las presiones de EEUU. Por otra parte, llama la atención cómo **Xiaomi ha escalado una posición respecto al tercer trimestre de 2019, situándose por encima de Apple**.

A continuación, **encontramos a OPPO, compañía china**, pionera en la innovación de cámara móvil, **que registra un descenso de las ventas y, consecuentemente, de su cuota de mercado**, la cual representa un 8,2% del mercado, 0,3 puntos menos respecto al tercer trimestre de 2019. La evolución de otras empresas del sector ha experimentado, en conjunto, un desplome del **-14,7%**.

En vista de los resultados, en el tercer trimestre de 2020, es evidente el imparable ascenso de las compañías chinas (Huawei y Xiaomi), que se han convertido prácticamente en los mayores vendedores de Smartphones en el mundo. **El mercado de los dispositivos móviles presentó una leve recuperación, pero la actual tercera ola de Covid 19 puede retrasar ese conato de recuperación**.

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 un trimestre más sus ventas, bastante 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 27,1% del mercado, es decir, 1 de cada 4 ordenadores vendidos en el mundo fueron de la marca Lenovo.

Evolución distribución de PCs en el mundo (en %)

Empresa	4T-20		4T-19		Crecimiento
	Ventas	Cuota de mercado	Ventas	Cuota de mercado	
Lenovo	21.491	27,1%	17.713	24,7%	21,3%
Hp	15.683	19,8%	16.155	22,5%	-2,9%
Dell	13.199	16,6%	12.127	16,9%	8,8%
Apple	6.893	8,7%	5.250	7,3%	31,3%
Grupo Acer	4.741	6,0%	4.035	5,6%	17,5%
Asus	4.570	5,8%	3.975	5,5%	15,0%
Otros	12.813	16,1%	12.493	17,4%	2,6%
Total	79.392	100%	71.749	100%	10,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner

Las tres compañías más importantes del sector, en función del número de ordenadores vendidos, durante el cuarto trimestre de 2020, son **Lenovo, HP y Dell**. Las dos últimas empresas comprenden el 19,8% y el 16,6% de la cuota del mercado, respectivamente. Solamente estas tres empresas **aúnan el 63,5% de la cuota de mercado mundial**. Cabe destacar la ligera caída en las ventas que ha experimentado HP, de un -2,9%.

Seguidamente, nos encontramos con **Apple, compañía que ha visto incrementar levemente sus ventas y, consecuentemente, su cuota de mercado**, la cual registra 1,4 puntos porcentuales más, respecto al cuarto trimestre de 2019. La evolución de otras empresas del sector ha experimentado, en conjunto, un incremento del 2,6%. **Asus, por su parte, presenta una cierta mejora en sus ventas**, cerrando el cuarto trimestre de 2020 con un crecimiento del 15%.

A tenor de los resultados, en el último trimestre de 2020, se observa **cierta recuperación tras los estragos de la Covid-19 en el mercado de PCs**, que han resurgido como un **dispositivo esencial para trabajar, para impartir y recibir clases y otras actividades** que se han visto alteradas durante la pandemia. No obstante, estos datos no expresan ciertamente una idea de la situación actual, pues no recogen los efectos de la tercera ola de Covid.