

JULIO 2020

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

ISSN 2340-2512
Nº 201

Fecha de cierre del informe: 24 de julio 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 cada vez más competitiva en el uso de dispositivos tecnológicos*
- *Smartphones: los dispositivos favoritos de los europeos*
- *Las tecnologías móviles en Latinoamérica avanzan sin pausa*
- *COVID-19: Caída de las ventas globales de dispositivos electrónicos en 2020*

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
Teléfono móvil (de cualquier tipo)	92,6	95,0	2,5%
Ordenador portátil	25,3	31,9	20,7%
Tablet	18,8	23,9	21,3%
Otros dispositivos (consola de videojuegos, lector de libros electrónicos, smart watch, ...)	5,3	12,9	58,9%

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 (95%), 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 portátil con un uso del 31,9% en 2019, mientras que la utilización de tablets y otros dispositivos es del 23,9% y el 12,9%, respectivamente.

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

2015	2016	2017	2018	2019
59,3%	59,6%	60,1%	60,1%	60,4%

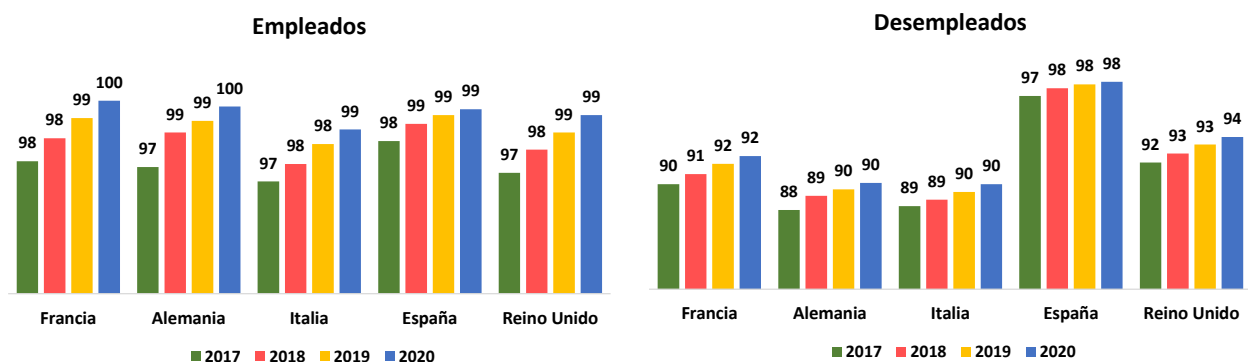
Fuente: Elaboración propia a partir de INE

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 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 se han impuesto revolucionando nuestras vidas**, 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 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 o Italia, 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 9 puntos porcentuales. Reseñable y curioso es el caso de España, en el que apenas existe diferencia entre ambas categorías (empleados o desempleados).

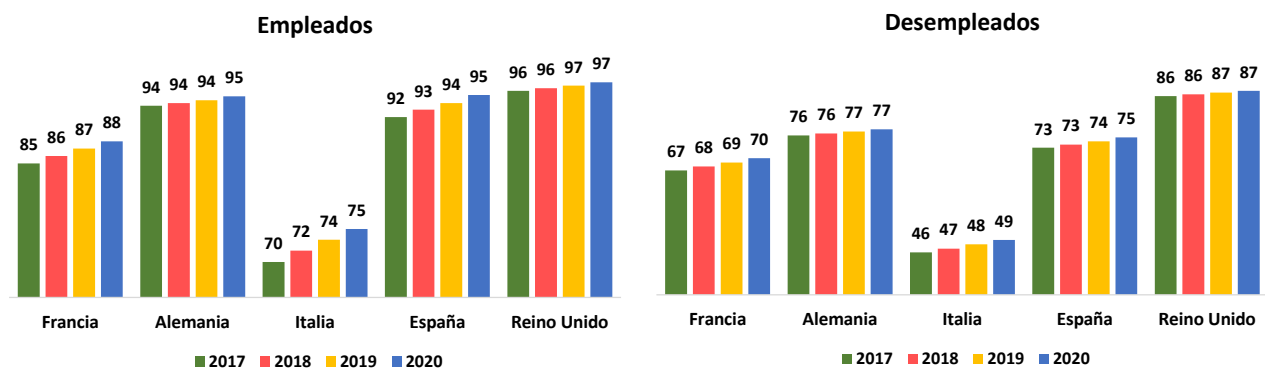
La principal conclusión que puede extraerse es que, **en Europa, la gran mayoría de los hogares disponen de teléfono móvil**, e incluso en aquellos con la "cabeza de familia" desempleada, registrándose valores que se mueven del 90% al 98% de penetración en 2020, por lo que, podemos afirmar que el continente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



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.

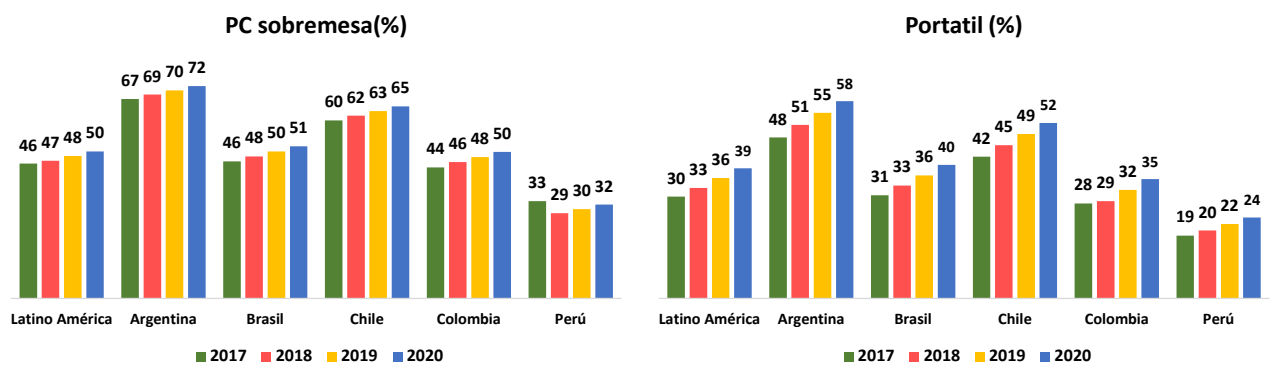
Los datos correspondientes a Italia, en hogares cuyos “cabezas de familia” se encuentran empleados, son muy llamativos, pues este país ostenta un porcentaje de penetración del 75%, frente a sus socios europeos, los cuales poseen porcentajes mucho más elevados, como Reino Unido, donde el 97% de la población 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 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 2020, en el caso de los PC de sobremesa, en una horquilla que comprende desde un 32% de uso hasta un 72% y en el caso de los portátiles, del 24% al 58%, lo que indica **importantes diferencias dentro del mercado latinoamericano**.

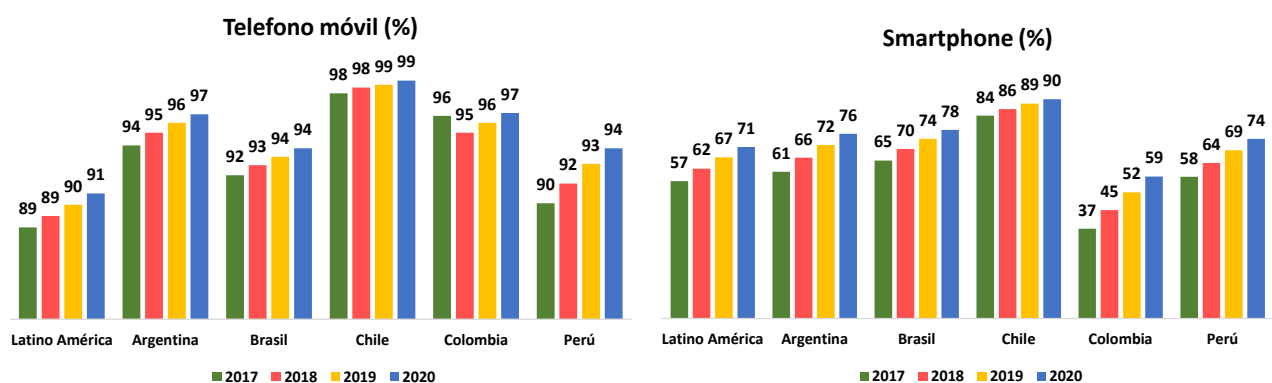
Estas desigualdades son, claramente, visibles, ya que todos los países que figuran en el gráfico, muestran valores mayores en la utilización de los PC de sobremesa, tal es el caso de Argentina con un 72% frente a un 58%, o Chile con un 65%, frente al 52% del uso de los portátiles.

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 alcanzado la barrera del 95% 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 unos porcentajes de uso del 90%, frente al 59% que ha registrado el segundo, lo cual se traduce en una enorme brecha, entre ambos países, de 31 puntos porcentuales.

Otra cuestión a destacar es la **aceleración en la adopción de la tecnología móvil que se está viendo 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

La consultora Gartner pronostica, para lo que queda de año 2020, una **caída del 15,7% de las ventas globales de dispositivos electrónicos, respecto a 2019, consecuencia de las medidas de confinamiento llevadas a cabo durante la pandemia de la COVID-19**. Sin embargo, esta misma razón explica que la previsión para 2021 contemple una considerable mejora, pues se espera un crecimiento del 13,3% de las ventas, ante la posibilidad de volver a una situación similar y por la creciente tendencia del asentamiento del teletrabajo, que harán que las empresas cambien los equipos de mesa por tablets y portátiles para facilitar esta modalidad de trabajo.

Evolución del Mercado de Dispositivos Electrónicos

Dispositivos	2019	2020	2021	2022	Crecimiento 20/19	Crecimiento 21/20	Crecimiento 22/21
PC tradicionales	193,1	169,7	169,9	161,7	-13,8%	0,1%	-5,1%
Ultrabooks	69,6	65,5	76,8	80,0	-6,3%	14,7%	4,0%
Mercado de PCs	262,7	235,2	246,7	241,7	-11,7%	4,7%	-2,1%
Dispositivos portátiles básicos y de utilidad (tablets, portátiles, etc.)	144,0	133,3	134,3	132,5	-8,0%	0,7%	-1,4%
Mercado de dispositivos informáticos	406,7	368,4	380,9	374,2	-10,4%	3,3%	-1,8%
Smartphones	1.743,9	1.498,5	1.771,2	1.756,9	-16,4%	15,4%	-0,8%
Mercado total de dispositivos	2.160,6	1.867,0	2.152,2	2.131,1	-15,7%	13,3%	-1,0%

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 11,7%**. De acuerdo con los datos, **las ventas de PCs tradicionales registrarán un crecimiento en 2021, pero volverán a caer en 2022**. Lo mismo sucede con los dispositivos portátiles de los que se vaticina una caída de su uso en 2020, en torno al 10,4%, un leve incremento en 2021, para volver a caer en 2022. 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 a partir de 2021, aunque tienen todavía un bajo peso en el mercado de PCs, en torno a un 27%.

En cuanto a **las ventas globales de smartphones**, tal y como se puede apreciar en la tabla, se atisba una caída en 2020, recuperándose en 2021 y comenzará a contraerse su demanda ligeramente a partir de 2022.

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, 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 25% 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	2T-20		2T-19		2T20/2T19
	Ventas	Cuota de mercado	Ventas	Cuota de mercado	Crecimiento
Lenovo	16.197	25,0%	15.541	24,7%	4,2%
Hp	16.165	24,9%	13.810	21,9%	17,1%
Dell	10.648	16,4%	10.680	16,9%	-0,3%
Apple	4.368	6,7%	4.157	6,6%	5,1%
Grupo Acer	4.007	6,2%	3.241	5,1%	23,6%
Asus	3.593	5,5%	2.960	4,7%	21,4%
Otros	9.829	15,2%	12.658	20,1%	-22,4%
Total	64.808	100%	63.047	100%	2,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de Gartner

Las tres compañías más importantes del sector, en función del número de ordenadores vendidos, durante el segundo trimestre de 2020, son **Lenovo, HP y Dell**, estas dos últimas empresas comprenden el 24,9% y el 16,4% de la cuota del mercado, respectivamente, por lo que solamente estas tres empresas **aúnan el 66,3% de la cuota de mercado mundial**.

Seguidamente, nos encontramos con **Apple, compañía que ha visto levemente incrementar sus ventas y, consecuentemente, su cuota de mercado**, la cual registra 0,1 puntos porcentuales, respecto al segundo trimestre de 2019. 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 20,1% a un 15,2%. **Asus, por su parte, experimenta una cierta mejora en sus ventas**, abandonando una dinámica negativa y cerrando el segundo trimestre de 2020 con un crecimiento del 5,5%.