

Tirada: 47.519	CincoDías	Superficie: 1.034,00 cm²	Ocupación: 91.74%	Valor: 9.688,43	Página: 6
Difusión: 31.337					
(O.J.D)	Economico	Diaria			
Audiencia: 109.679	Economía				
Ref: 4543152	2ª Edición	17/12/2012			



Dell se rinde ante Apple y Samsung en 'smartphones'

Los dos líderes se reparten el 87% de los beneficios operativos del sector

MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Dell, uno de los fabricantes de ordenadores líderes en el mundo, ha tirado la toalla en el negocio de los smartphones, tras probar suerte con escaso éxito. El director de la división de consumo de la compañía, Jeff Clarke, explicó a finales de la semana pasada que salían del negocio porque "para ser exitoso en él se necesita una gran inversión".

La decisión puede sorprender si se tiene en cuenta que los analistas estiman que el mercado de smartphones moverá 150.000 millones de dólares en 2014. Pero otro dato pone el dedo en la llaga. Según Citi Research, Apple y Samsung se repartieron en 2011 el 87% de los beneficios operativos generados por esta industria (la primera, un 71% y la segunda, un 16%) y este año, si no hay sorpresas, la cifra podría elevarse al 100% (Apple, el 70% y la surcoreana, el 30%).

Citi Research no puede ser más clara en una nota a sus clientes recogida por *Fortune*: "El panorama es sombrío para todos los fabricantes de smartphones excepto para Apple y Samsung en cuanto a rentabilidad en el mercado de los teléfonos inteligentes". En la nota añade que esta industria encara importantes cambios estructurales que hacen prever que en la gama alta las dos firmas líderes seguirán dominando el mercado y las compañías chinas y de marca blanca encabezarán el segmento de gama baja.

"Dado que la competencia está aumentando, pensamos que muchos fabricantes que se mueven con productos entre 200 y 500 dólares desaparecerán en los próximos años (...) teniendo poco futuro las compañías que no tengan presencia en la gama alta", sostiene Citi.

No es extraño en estas circunstancias que Dell se haya apeado del negocio. Pero ¿por qué es tan difícil para empresas líderes en PC (Dell, HP, Toshiba) triunfar

en los smartphones, cuando Apple lo logró? "No es que sea difícil, lo que sucede es que el negocio de smartphones, por su estructura, la competencia existente (que está diluyendo enormemente la diferenciación entre dispositivos, aunque los sistemas operativos existen-

tes estén claramente caracterizados) y los márgenes tan asociados a volúmenes no hace interesante para cualquier compañía tecnológica, por potente que sea, introducirse en él", sostiene José María López, director de análisis de Pen-
teo.

LA CIFRA

428

millones de móviles se vendieron en el tercer trimestre, un 39,6% fueron smartphones. Samsung y Apple sumaron el 46,5%.

Para el profesor del Instituto de Empresa Enrique Dans, competir en smartphones supone habilidades que no son en absoluto sencillas. "El caso de Apple es el de una empresa que reinventa drásticamente un concepto y se apropia en gran medida el espacio que ella misma ha creado, el de Google es un dominio que se lleva a cabo a través del software mediante código abierto y el de RIM en su momento fue un éxito derivado de otra re-



Michael Dell, fundador y consejero delegado del fabricante de ordenadores Dell. BLOOMBERG

Un mercado de difícil equilibrio

El profesor del Instituto de Empresa cree que el negocio de smartphone no puede analizarse solo según la óptica de los fabricantes, porque es en realidad un ecosistema en el que está el software, los sistemas operativos y las apps. "Apple y Samsung ganan dinero, y HTC, según el trimestre, lo gana o lo pierde, pero hay más dinero en juego si tenemos en cuenta las ganancias de otras empresas relacionadas".

Claramente es así, pero hay un fabricante, Samsung, que ha sabido sacar provecho como nadie de un software como Android. La compañía, que ha pasado en dos años de apenas vender smartphones a comercializar unos 50 millones al trimestre, registró unos beneficios operativos procedentes del negocio móvil superiores a 5.000 millones de dólares en el tercer trimestre del 2012. Una cifra que se sitúa por enci-

ma incluso del beneficio operativo de Google, impulsor de Android, tal y como apunta el analista Horace Dediu en su blog. Con todo, el mercado deja claro que nadie puede confiarse del éxito, como demuestran los ejemplos de Nokia o RIM. Y que pueden surgir nuevos y fuertes rivales, como las chinas Huawei y ZTE. En esta línea de no dormirse en los laureles, el director de análisis de Pentoe ad-

vierte por ejemplo que, aunque Apple es el fabricante de smartphones que trabaja con los mayores márgenes del sector, "su tradicionalmente eficiente cadena de aprovisionamiento está últimamente empujando a dar muestras de debilidad [se refiere a los problemas que ha tenido para cubrir los pedidos del iPhone 5], lo que podría arrastrar algo el margen si se deben tomar decisiones al respecto.

Samsung celebró hace unos días la venta de cinco millones de su nuevo Galaxy Note II, uno de sus grandes éxitos junto al Galaxy S III. REUTERS

invención conceptual. Los casos de fabricantes son diferentes". Y continúa: "Generalmente utilizan estrategias basadas en su excelencia en fabricación o ensamblaje, pero carecen de un valor diferencial que vaya más allá. Y en ausencia de estas estrategias, la posibilidad de convertirse en un actor importante está sumamente comprometida".

En cualquier caso, visto el reparto de poder en los smartphones, la pregunta que surge es si hay un oligopolio y si lo hay, cómo y quién podría romper-

lo. "El segmento smartphone es todavía inmaduro, queda aún tiempo para que veamos procesos de consolidación que le den una fisonomía más estable", opina Dans. Este experto cree que este mercado terminará por parecerse bastante a lo que era el segmento de los PC: "Un oligopolio y muchos competidores que asuman otras estrategias más modestas". En su opinión, las rupturas pueden venir de cambios bruscos en el concepto, "como desarmar el smartphone, dotarlo de funciones especialmente novedosas, etcétera".

Para López no hay oligopolio, "aunque es cierto que llevamos camino de que, si hablamos de sistemas operativos, todo quede en un juego entre tres (Android, iOS, Windows Phone 8), a la espera (escéptica por mi parte) de noticias de Blackberry OS". Este experto resume así su visión del mercado: "Hay dos jugadores relevantes [Samsung y Apple] que juegan en diferentes bandos, mientras que el bando de Android, a pesar del indiscutible dominio de la coreana, aún tiene cierta atomización, y todo el mundo espera que se consoliden diferentes fabricantes en el lado de WP8. En esta industria se puede hablar cada vez más de estándares tecnológicos dominantes, pero no de oligopolio de fabricantes.

