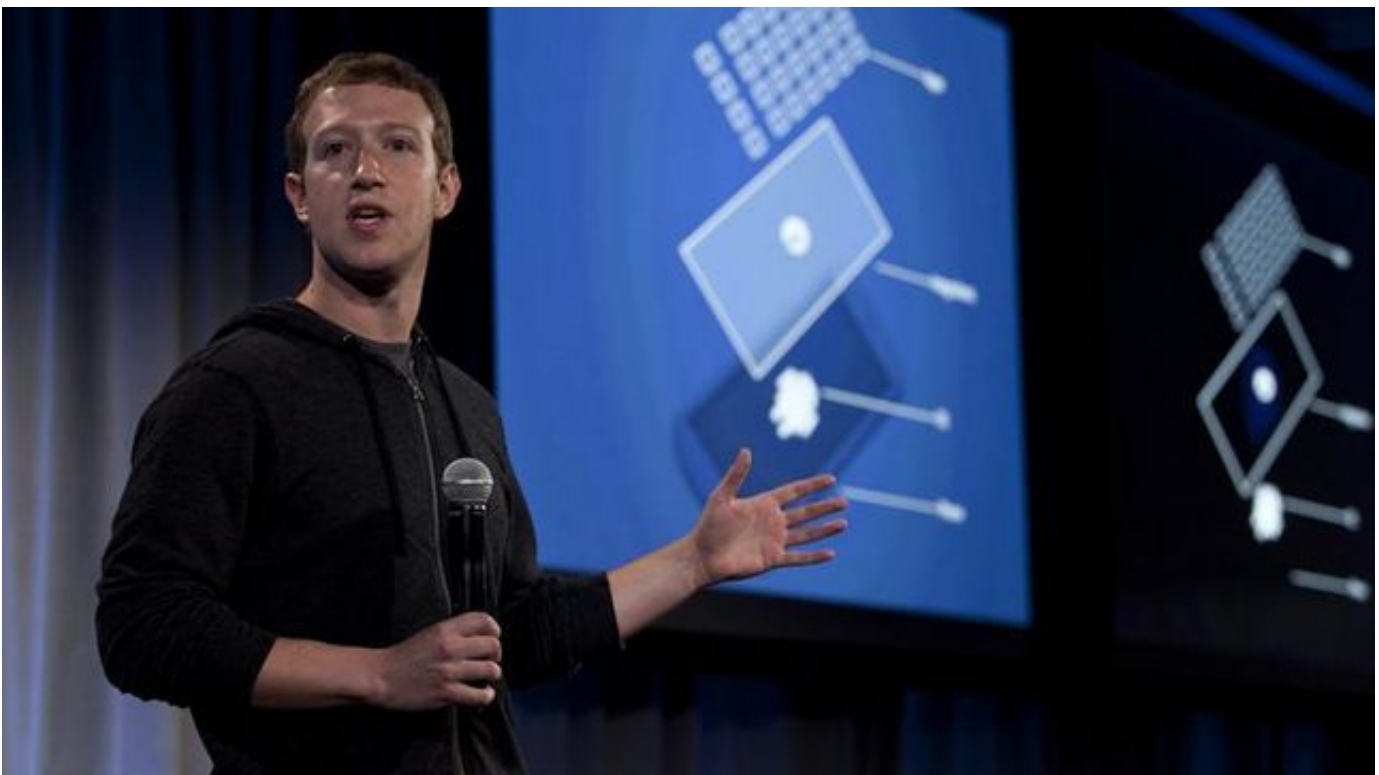


¿Se agota el modelo de Silicon Valley? Apple y Twitter pierden fuelle frente a Google y Facebook

- ▶ Las compañías realizan movimientos para seguir creciendo, algo que en muchos casos solo es posible mediante compras dentro del propio sector para aumentar su cuota de mercado y usuarios
- ▶ Twitter es la compañía con mayores problemas a día de hoy y es la que tiene más visible el cartel de "se vende"
- ▶ Las ventas de iPhone crecen al menor ritmo de su historia mientras las de iPad caen desde los 21,4 millones de hace un año a 16,1 millones

Marta Garijo (/autores/marta_garijo/)

27/01/2016 - 20:40h



Mark Zuckerberg, fundador de Facebook. EFE



Este es el fondo oculto con el que Apple gestiona sus multimillonarias inversiones
([/economia/Braenburn-Capital-Apple-gestiona-inversiones_0_453904608.html](#))

Se viven tiempos turbulentos en el sector tecnológico estadounidense y los grandes de Silicon Valley tratan de capearlos con desigual resultado. Las grandes tecnológicas se enfrentan a un escenario global marcado por la ralentización de China, los bajos precios del crudo y la depreciación de divisas que afecta, sobre todo, a un posible descenso de ventas de aquellas compañías más enfocadas al desarrollo de productos. A ello se añaden los grandes retos de su segmento, que cambia a una velocidad vertiginosa y exige un alto nivel de recursos para obtener desarrollos innovadores, aún a riesgo de que después no tengan aceptación del público. ¿El fin de un modelo de negocio? Las compañías realizan movimientos para seguir creciendo, algo que en muchos casos solo es posible mediante compras dentro del propio sector para aumentar su cuota de mercado y usuarios.

La presentación de resultados trimestrales de Apple del pasado martes al cierre de mercado en Estados Unidos dejó un sabor amargo, con el menor aumento de ventas de iPhone de su historia, aunque las cifras globales siguen mostrando beneficios millonarios y su caja (el dinero que tiene en efectivo) supera la valoración de empresas como [Intel](#) o [Amazon](#)

(<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/apple-has-enough-cash-to-buy-to-buy-most-of-the-world-s-biggest-companies-with-change-to-spare-10007993.html>)

. Unos resultados que se presentaron en un momento convulso para otra de las empresas más observadas, Twitter. La empresa del pajarito sufre cambios internos -con [la marcha de parte de su equipo directivo](#)

(http://www.eldiario.es/economia/ejecutivos-Twitter-abandonan-compania_0_477352936.html) tras el cambio de CEO- como externos, con la cotización de la compañía viviendo repuntes y caídas al son de los rumores sobre su posible compra. Por su parte, Facebook que presentó unos muy buenos resultados al día siguiente de Apple, trata de no perder el paso por la vía de las adquisiciones y Google afianza su papel bajo el paraguas corporativo de Alphabet, donde incluye, por ejemplo, a Google Ventures, el brazo de capital de riesgo de Google, y Google Capital, una división que invierte en las fases finales de financiación de empresas emergentes.

De todas estas icónicas empresas Twitter es [la compañía con mayores problemas a día de hoy](#) (http://www.eldiario.es/economia/Reinventarse-Twitter-busca-solucion-problemas_0_472453096.html) y la que tiene más visible el cartel de "se vende". La semana pasada, la acción de la empresa llegó a subir un 20% después de los rumores de una posible compra

(http://www.eldiario.es/economia/fuertes-rumores-Twitter-disparan-compania_0_475952497.html) por parte de

News Corporation, posteriormente negada por la compañía de Rupert Murdoch. Lo que está claro es que la compañía (cuya cotización acumula una caída del 24% en lo que va de año) atraviesa un mal momento, con un número de usuarios que ha ralentizado su crecimiento y una fórmula que no termina de monetizar de forma eficiente su modelo. Los rumores de compra no son nuevos y el pasado verano la publicación especializada Recode aseguraba que estaba en el radar de Google.

Los problemas de la empresa de micromensajes llegan desde varios frentes. "Tiene un problema de tasa de conversión de usuarios", explica Celso Otero, gestor de fondos de Renta 4, al hablar de los problemas de la compañía del pájaro azul. También señala el problema de la segmentación de usuarios, mucho más sencilla en Facebook, que dispone de un mayor número de datos sobre el usuario. "Otro riesgo es el del agotamiento de los usuarios", añade, y apunta que lo importante no es el número de usuarios totales, sino cuántos están activos.

Frente a Facebook, que ha conseguido que sus usuarios vean la plataforma como un lugar de ocio, a Twitter le falta explicar al usuario medio para qué sirve esta red, apunta Enrique Dans, profesor del IE Business School. "Le han cambiado la idea de que tiene que contar 'lo que estoy haciendo' a 'lo que está pasando' y si eso lo rodeas de tormentas tuiteras, haces que la gente no tenga claro para qué es Twitter", añade. Su rival, la compañía de Mark Zuckerberg ha apostado por las compras, entre las que destaca la de Whatsapp. "Facebook es una empresa muy paranoica y ha visto lo que pasaba con Myspace, que desapareció en unos pocos meses, por lo que intenta comprar cuando ve que el tráfico va hacia un lado", apunta.

Los resultados de Facebook han sido apabullantes. Donde Apple se ha topado con un mercado maduro y Twitter con incapacidad de generar beneficios, Facebook ha logrado alcanzar los 1.000 millones de usuarios, con un importante incremento de los ingresos por publicidad (57%) en su gran mayoría procedente de móviles. Una vez más, los resultados han superado las expectativas de los analistas. El libro de las caras aún tiene tirón para largo si hacemos caso a las cifras.

¿Qué pasa con Apple?

En su presentación a los analistas del martes, el consejero delegado de la compañía, [Tim Cook](#), repitió hasta la saciedad lo complicado del mercado mundial

<http://www.imore.com/tim-apples-ceo-q1-2016>) y cómo la compañía había conseguido unos resultados "particularmente impresionantes dado el desafiante entorno macroeconómico". Sin embargo, el mercado no vio estas cuentas de forma tan positiva y la acción de la compañía de la manzana inició la sesión de bolsa al día siguiente con caídas de alrededor del 3%.

La cuentas de Apple reflejan unos ingresos en su primer trimestre fiscal (finalizado el pasado 26 de diciembre) de 75.900 millones de dólares y unos beneficios de 18.400 millones de dólares. A pesar de las cifras millonarias, los expertos se fijaron en las ventas de iPhone, que vivieron el menor aumento de su historia. La compañía vendió 74,77 millones de unidades, ligeramente por encima de las 74,5 millones de un año antes y por debajo de las previsiones de los analistas, que esperaban 76,54 millones. Apple también vio una caída de ventas de iPad. Se vendieron 16,1 millones de unidades frente a los 21,4 millones del mismo periodo de hace un año. Las cifras evidencian que a la empresa de Cook le falta un producto disruptivo (<http://www.businessinsider.com/apple-needs-a-hit-2016-1>) , según apuntan varios expertos, algo que vuelva a posicionarla como lo hicieron primero el Mac y posteriormente el iPhone.

Carlos Fernández, analista de XTB, asegura que existe "cierto agotamiento" en Apple porque la diversificación no está funcionando muy bien. Frente a esto, las posibilidades de la compañía pasan o por una creación de algo nuevo o por la compra de alguna compañía tecnológica. La caja de la multinacional, que según las últimas cuentas asciende a 178.000 millones de dólares, permitiría la compra de empresas del sector como IBM, valorada en 152.000 millones de dólares, o Amazon, en 142.700 millones de dólares. También estarían dentro de las posibilidades monetarias empresas de entretenimiento como Netflix (<http://money.cnn.com/2015/01/28/investing/apple-cash-178-billion/>) , valorada en 27.100 millones. Incluso se rumoreó que pudiera comprar Time Warner para relanzar su Apple TV.

Apple vs. Google market cap pic.twitter.com/mUWhyJxMxB (<https://t.co/mUWhyJxMxB>)

— Joseph Weisenthal (@TheStalwart) enero 27, 2016
(<https://twitter.com/TheStalwart/status/692382217247539200>)

La empresa que sí ha conseguido una mayor diversificación es Google, que decidió este verano reorganizarse como Alphabet para incluir en su organigrama las diferentes áreas de negocio. "El esfuerzo por la diversificación es enorme", apunta Fernández, que explica que, tras empezar como un buscador, ahora Google ya tiene desde los terminales de Android hasta las aplicaciones. "No se limitan, como Apple, a venta de teléfonos, y hacen un esfuerzo muy fuerte por cambiar", añade.

A la espera de los resultados de 2016, las primeras cuentas de Google como Alphabet batieron las previsiones e hicieron a la compañía dispararse en Bolsa. Los ingresos superaron en 100 millones las estimaciones de los analistas de Thomson Reuters hasta alcanzar 18.680 millones de dólares (unos 16.800 millones de euros) en el tercer trimestre, un 13% más. La compañía del popular buscador parece partir con un modelo que aventaja a sus competidores, aunque en un sector donde la innovación se desarrolla -o se compra- de manera vertiginosa, todo puede cambiar.