



\$1 TRILLION MARKET VALUE

Apple, los riesgos (y desafíos) que enfrenta la empresa del billón de dólares

Texto José Luis G. Ochoa

Se ha consagrado como la primera corporación estadounidense en tumbar la barrera del billón de dólares de capitalización bursátil.

El nuevo logro de **Apple**, que se consagró este jueves como la primera y **única compañía de Estados Unidos en alcanzar el billón de dólares** de valor en Bolsa, no merma su ambición y ya explora nuevos horizontes para expandir su negocio.

Con unas **ventas de iPhone** que se quedan ligeramente por **debajo de las previsiones** (aunque a un precio medio muy superior al de la competencia con 724 dólares), y de un crecimiento limitado que ya ha sido **sobrepasado en unidades por la firma china Huawei**, la empresa de la manzana se mueve en busca de nuevos hitos que le permitan reinventarse y no depender de su producto estrella.

En el segundo trimestre del año, **las ventas del smartphone de Apple** alcanzaron los **41,3 millones de unidades, tan solo 300.000 más** (un 0,4%) que en el mismo período en 2017; mientras que las de Huawei se dispararon desde los 38,4 a los 54,2 millones de unidades, un incremento del 41% que le ha llevado a desbancar a la firma americana de la segunda posición en el ránking mundial (solo por detrás de Samsung).

Este aspecto no supone, por ahora, un problema ya que **Apple disfruta de un presente brillante**: ha acumulado grandes ganancias -9.863 millones de dólares de beneficio solo en el último trimestre- mediante la comercialización de artículos con un margen mucho más saneado que sus competidores, y el *sorpasso* de Huawei no es preocupante, ya que **su estrategia se centra en ganar el máximo posible por cada terminal vendido** y no en la cantidad.

Accionistas felices

En opinión de **Enrique Dans**, profesor de innovación del IE Business School, la empresa en estos momentos **"no depende prácticamente de nadie"**, ya que tiene tanta liquidez que puede permitirse repartir dividendos a sus accionistas e, incluso, recomprar sus propias acciones y modificar la cotización bursátil a su antojo.

En declaraciones a EL ESPAÑOL, Dans asegura que **"los accionistas están felices**: los valores -de Apple- son líquidos y se les remunera de manera regular". Y es que **los títulos** de la tecnológica **se han revalorizado más de un 20%** en lo que llevamos de año (desde los 172 dólares hasta los 208 actuales) y ha aprobado **un dividendo de 0,73 dólares por acción** el próximo 16 de agosto.

Pese a ello, Apple no se instala en la autocomplacencia y en la actualidad dedica importantes recursos financieros y humanos a la investigación con el objetivo lograr **un nuevo hito que revolucione el mercado**, como en su día hizo el iPhone.

¿Seguirá subiendo en Bolsa?

Hasta que ese día llegue -o no-, Eduardo Bolinches, director de la EscueladeTradingyForex.com se pregunta si seguirá existiendo la **demanda necesaria en los próximos años** para que Apple pueda comercializar sus productos a **precios tan elevados**. "La cotización responde que sí", ha explicado a EL ESPAÑOL, aunque pone matices a esa afirmación.

Bolinches reconoce que, a nivel técnico, **la evolución de la acción es impecable y su crecimiento es sólido**, pero pone en duda que en el medio plazo continúen existiendo suficientes compradores "dispuestos a gastarse más de 1.000 euros cada 18 meses para adquirir un iPhone nuevo".

Por ello, entiende que es difícil que el sector siga desarrollándose al mismo ritmo, ya que va a dejar a muchos usuarios atrás que **no estarán dispuestos a hacer un esfuerzo económico extra** para adquirir los nuevos modelos, y que preferirán mantener teléfonos inteligentes "nada obsoletos (como los iPhone 6 y 7) pero no recientes".

Apple no es Amazon

Más allá de esta idea, el director de la escuela de inversión subraya que **Apple** cuenta con un gran equipo y capacidad de innovación y **ha sabido salvar la muerte de su fundador, Steve Jobs**. Así, explica que por el momento, "lo difícil está hecho, y -la marca- cuenta con un 'batallón' de compradores" incondicionales listos a adquirir sus productos.

Mientras estos **clientes sean fieles** y sigan dispuestos a asumir los cuantiosos costes de los artículos de Apple, **el valor de la compañía seguirá aumentando**; pero "si estos fallan, la cotización se caerá". Lo que significa que su techo lo definirán sus compradores y no los inversores.

Bolinches concluye, en consecuencia, que **"Apple tiene un techo más bajo que Amazon** (que es un estupendo plan de pensiones)", ya que entiende que el gigante del comercio electrónico cuenta con excelentes oportunidades de negocio para el futuro, mientras que el crecimiento de la empresa fundada por Jobs **está condicionado por esa fidelidad de los usuarios**.

Apple y los coches autónomos

Esta última opinión, contrasta con el pensamiento de Enrique Dans, quien está convencido de que **es cuestión de tiempo que Apple encuentre la siguiente categoría** que reinventar y revolucione un nuevo mercado.

Y señala al vehículo autónomo como esa probable nueva innovación estelar. Sostiene que la tecnológica ya realiza importantes inversiones con este objetivo y que, aunque va por detrás de otras compañías, **"nunca es la primera que llega, es la primera que reinventa".-**