Publicidad ¿Cómo ver esta información? Centenario del Armisticio Pedro Sánchez Donald Trump El Chapo GH VIP Leonardo DiCaprio Real Madrid Día del soltero Pocahontas Publicidad

Publicidad

Apple insiste en hincarle el diente al cliente premium

- Afronta la competencia china y un mercado ralentizado sin competir en precios y reafirmando su condición de «central de servicios»

Carlos Manso Chicote
@carlos_manso
Seguir

J. M. SÁNCHEZ

Actualizado: 11/11/2018 02:43h

NOTICIAS RELACIONADAS

Samsung prepara la inminente llegada de un móvil plegable

El primer teléfono flexible del mundo ya es una realidad (pero no la que se esperaba)

La adopción masiva de teléfonos móviles inteligentes ha pasado a mejor vida. Ya se ha posicionado como un elemento más en la jungla de aparatos electrónicos cotidianos. Pese a que en la actualidad existen muchos más modelos en el mercado que hace una década, la inmensa mayoría de consumidores han extendido a tres años los ciclos de renovación. Las marcas por su parte se debaten en dos frentes: **ofrecer más por menos o incrementar los precios para mejorar sus márgenes ante una posible caída.**

Apple y Samsung son las dos mayores vendedoras de dispositivos móviles, pero ante el temor de reducir el interés entre los usuarios por culpa de la irrupción de marcas chinas, por lo general con productos más asequibles, se han decantado por romper el umbral de los mil euros en sus últimos lanzamientos. Una estrategia comercial que, por ahora, solo ha favorecido a la firma de la manzana; pese a vender en el último trimestre prácticamente los mismos iPhones que el anterior, ha logrado una mejora en su facturación.

«La razón más lógica podría obedecer a la saturación de mercados emergentes donde estaba el principal crecimiento de Apple o a un movimiento estratégico para no dar visibilidad a sus competidores inmediatos (sobre todo Huawei y Samsung), y o**tros nuevos fabricantes que están compitiendo en el mercado con dispositivos que ofrecen grandes características técnicas con unos precios muy competitivos»,** explica a este diario **José Cano,** director de análisis y consultoría de IDC España.

«Central de servicios»

Sobre la decisión de Apple de dejar de aportar datos sobre ciertas unidades de negocio, **Enrique Dans,** profesor de innovación del Instituto de Empresa, apunta que el gigante tecnológico «busca educar a los analistas en que hay más cosas además de las ventas». Como ejemplo, menciona que el margen por unidad es mayor que el de sus rivales coreano y chino. **«Apple estaría muy feliz con tasas del 15% del mercado»,** apunta el profesor del IE, quien recuerda que el 80% de los smartphones tienen como sistema operativo el de Android.

En una línea similar a Dans se pronuncia Jesús Hernández Ruiz, profesor de Digital Business y Estrategia en el Instituto de la Economía Digital (ICEMD) de ESIC, para quien Apple «no es un fabricante de móviles sino una central de servicios». En su opinión, **«lo interesante es lo que pueden aportar de valor añadido a sus accionistas,** por lo que no sería enriquecedor que dentro de la comunicación se incluyera un fracaso en la venta de móviles». No cree, sin embargo, que los mercados tengan que interpretar que las cosas no van bien si hay un descenso en las ventas.

Hasta hace unos años era prácticamente impensable ver en el ranking principal de vendedores a varias firmas de procedencia china. En los últimos tiempos es inevitable. Con Huawei como tercero en discordia y la única firma en condiciones de romper el binomio Apple-Samsung, los smartphones de marcas como Oppo, Vivo, OnePlus o Xiaomi han tomado el testigo de HTC, LG o Sony que se habían hecho un hueco en el mercado.

Preguntado por el resto de marcas, para Dans éstas siguen «el planteamiento clásico de abarcar una gama amplia de productos» aunque la verdadera batalla estaría en el segmento premium. «Apple se dirige a un solo segmento, en el resto hace pocos esfuerzos», constata este experto quien considera, frente a algunos estudios, que al mercado de venta de móviles «le quedan fronteras importantes» en toda la tecnología relacionada con las baterías. En su opinión, la diferenciación debe armarse de nuevos argumentos e innovaciones para que el consumidor quiera cambiar de móvil.

Las previsiones no son halagüeñas para este año, en el que se estima que el mercado global del móvil caerá un 1%. **«El mercado de consumo es lógico que caiga levemente al estar fuertemente saturado,** tanto en España como en toda Europa. Sin embargo, en el acumulado a 2021 y considerando la parte empresarial, los dispositivos móviles crecerán un 1,6% en parte porque es el área más alineada con la transformación del puesto de trabajo y movilidad del mercado corporativo», añade Cano.

Un plazo de dos años

Una de las razones que esgrimen los expertos para justificar esta ralentización del mercado se encuentra en que los compradores optan cada vez más por cambiarse de móvil pasados los dos años. «El consumidor ha cambiado el hábito en parte porque los avances tecnológicos en los propios terminales no son tan disruptivos», recalca Cano.

Sin embargo, a medio plazo se prevé que se retomen los niveles de facturación del pasado. En este sentido, Hernández Ruíz sostiene que muchos inversores de la compañía han adelantado la venta de sus títulos al no haber una comunicación suficiente, y que las caídas de más del 6% de la semana pasada vendrían a dar «un toque de atención» por la falta de transparencia sobre el modelo de negocio de los próximos años.

«Todo el mundo sabe que Apple y el resto de los fabricantes están en fase de reconversión de sus catálogos y que, en nuestras manos, se encuentran las últimas unidades de móviles tal y como los hemos conocido», apunta este Hernández Ruíz. A su juicio, en cuestión de dos años, todo va a virar hacia aparatos electrónicos más inteligentes y con una interactividad más natural gracias a los comandos de voz.

+ Comentarios

Publicidad

Entradas Enrique San Francisco - La Penúltima Madrid
Teatro Cofidis Alcazar
LLÉVATELO CON Oferplan

11.11 光棍节
Ofertas 11 del 11
Día del soltero
VER DESCUENTOS ABC

Publicidad

Publicidad

pisos.com El piso de tu vida ya está buscando
COMPRAR ALQUILAR OBRA NUEVA
Provincia, Población, Barrio
ENCUÉNTRALO

Publicidad

LO MÁS LEÍDO EN ABC

Economía ABC

1 «No es bueno mezclar el Presupuesto con cosas que no tienen nada que ver», dice Calviño

2 Black Friday 2018 y otras fechas con grandes ofertas

3 Si tienes una de estas monedas de peseta puedes venderla por 20.000 euros

4 El esfuerzo de los hogares para comprar vivienda toca máximos desde 2014

5 El puente más largo del mundo, construido con acero inoxidable de Ponferrada

AHORA EN PORTADA

LaLiga Santander (J12): Resumen y goles del Rayo Vallecano 2-2 Villarreal

LaLiga Santander (J12): Resumen y goles del Sevilla 2-1 Espanyol

Ir a la portada

Publicidad

Copyright © DIARIO ABC, S.L.