

# La telefonía doméstica busca reinventarse



**La facturación baja de los más de 1.800 millones de euros obtenidos en 2019. Aunque se reducen sus ventas, los smartphones siguen siendo los reyes de la industria, recaudando algo más de mil millones de euros. Objetos estrella fueron módems, auriculares para móviles y los wearables, que por segundo año consecutivo siguen creciendo y son la gran apuesta del sector.**

No ha sido el año de la telefonía doméstica. Con una caída del 3% en su facturación, bajó de la barrera de los 1.800 millones de euros y, en 2020, obtuvo unos ingresos de 1.790 millones. En términos totales, suponen 60 millones de euros menos entre un año y otro. Y una de las causas tiene que ver con la pandemia y los confinamientos declarados a nivel global a causa del Covid-19. A pesar del parón en el consumo de productos del sector, el rey sigue siendo el Smartphone, que engrosa una cuota del 95,7% del total, facturando hasta 1.103 millones y un total de 12 millones de unidades vendidas. Es casi la mitad de la

facturación del sector, que ascendió hasta los 1.790 millones de euros y los 25,2 millones de unidades.

La tendencia descubre además que el consumidor prefiere los terminales libres, cuyo valor en 2020 se redujo tan solo un 3%, la venta de este tipo de unidades cayó exactamente la misma cifra y, con todo, su precio se mantuvo intacto entre 2019 y 2020.

Los que reducen cuota de mercado de manera significativa son los smartphones de contrato. Pierden el 24% del valor que tenían, se vende un 33% menos de sus unidades y su precio cae hasta un 11%. Por último, en este apartado, los smartphones de prepago mantienen el tipo al revisar

su precio a la baja solo un 1%; de igual manera, pierden un 17% de su valor y la venta de sus unidades disminuye hasta en un 18%.

En vista de que las joyas de la corona se han visto afectadas por el parón global, el sector redirige sus esfuerzos hacia otro objeto que cada vez se hace con más cuota de mercado: el de los wearables. Estos productos aumentaron su valor un 7%, la venta de sus unidades subió un 21% y su precio sigue escalando, hasta pasar a ser un 8% mayor de 2019 a 2020.

Ya lo avisaron los fabricantes de telefonía en el último Mobile World Congress 2021, celebrado a finales de junio y principios de

julio. Las grandes del sector van a buscar la conectividad total entre dispositivos, dando especial importancia a la mejora del diseño de los wearables para que sean objetos dignos de lucir y eficaces en su utilidad.

**El teletrabajo salva al módem**

Así se explica que aparatos como el módem fijo hayan aumentado en un 51% su valor, y que la venta de sus unidades se disparase hasta ser un 49% superior en 2020, respecto al año anterior. El precio cae ligeramente (-1%), lo que demuestra que se mantuvo en buena forma aun con el consumo casi paralizado.

Otra señal de que el teletrabajo ha marcado las tendencias de consumo de los ciudadanos ha sido la venta de auriculares para móviles: su precio creció un 8% a causa de la revisión al alza de su valor (18%) y la venta de un 26% más de unidades.

Y, aunque aún son objetos que ocupan una muy reducida porción del pastel de la industria, los drones fueron otro de los productos dentro del sector de la telefonía doméstica que salieron favorecidos. Se vendió un 53% más de unidades, disparando su precio hasta un 52% y aumentando su valor en un 1%.

**Se sigue eligiendo a expertos**

En base a los datos obtenidos tras analizar resultados de diferentes consultoras, se extrae que el consumidor sigue apostando por adquirir sus terminales a expertos. Hasta el 41% del total adquirieron un dispositivo en tiendas especializadas. Le siguen las compras en grandes superficies (23%) y en cadenas (20%); mientras que grupos de compra de telefonía doméstica (15%) y otras vías para comprar (1%), siguen siendo opciones minoritarias dentro del mercado. Si bien, la pandemia ha dejado en evidencia cambios en los hábitos de consumo. La prueba es que el comprador de hoy en día tiene un perfil más digital y ecológico, según la encuesta 'Global Consumer Insights Pulse Survey 2021', elaborada por PwC. Aunque las compras en establecimientos físicos siguen siendo la primera opción (y ha quedado demostrado en cuanto se han ido levantando los confinamientos en todo el planeta), hasta el 50% de los 8.600 encuestados de 22 países afirmaron haberse vuelto más digitales en su consumo en el último medio año.

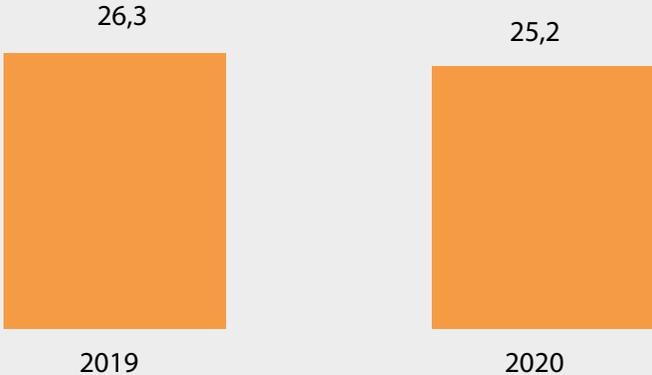
El lugar desde el que se compra de manera predominante es el Smartphone. El 39% de los encuestados, y el 35% de los encuestados en España, utilizan este objeto para

**Mercado español de Telefonía Doméstica 2019-2020**

Millones de euros

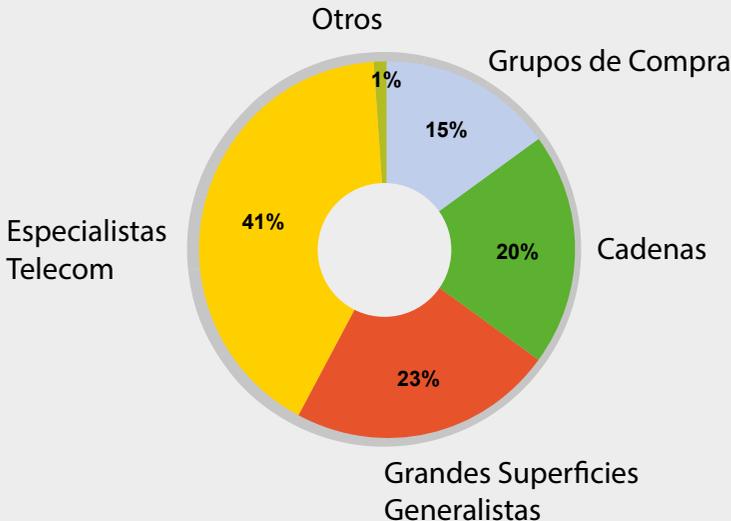


Millones de unidades



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

**Cuota de mercado por canales 2020**



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.

## Evolución interanual de las ventas 2019-2020

Telefonía Hogar	Unidades	-5%
	Valor	-5%
	Precio	1%
Móviles Contrato	Unidades	-56%
	Valor	-27%
	Precio	-39%
Móviles Prepago	Unidades	-19%
	Valor	-40%
	Precio	34%
Móviles Libres	Unidades	-7%
	Valor	-11%
	Precio	4%
Smartphone Contrato	Unidades	-33%
	Valor	-24%
	Precio	-11%
Smartphone Prepago	Unidades	-18%
	Valor	-17%
	Precio	-1%
Smartphone Libre	Unidades	-3%
	Valor	-3%
	Precio	0%
Módem Portátil	Unidades	-10%
	Valor	-20%
	Precio	14%
Módem Fijo	Unidades	49%
	Valor	51%
	Precio	-1%
Accesorios Móviles	Unidades	-32%
	Valor	-29%
	Precio	-4%
Auriculares Móviles	Unidades	26%
	Valor	18%
	Precio	8%
Tarjetas Prepago	Unidades	-40%
	Valor	-31%
	Precio	-10%
Core wearables	Unidades	21%
	Valor	7%
	Precio	13%
Drones	Unidades	53%
	Valor	1%
	Precio	52%

comprar online. Le siguen el PC (un 29% en España) y en último lugar, la tablet (17% en nuestro país).

Hoy, el consumidor busca otros aspectos que le complementen y mejoren su calidad de vida. De ahí que un 46% señale que está más concienciado con la salud, tendencia que se ha visto incrementada en los últimos seis meses. También miran más el precio: hasta el 59% ha decidido si se compraba algo o no en función de su coste. A su vez, un 52% ha mirado más el ahorro en sus compras. Adquisiciones que también se han vuelto más locales, comprando en tiendas de proximidad hasta un 37% de los encuestados por PwC.

### La esperanza de 2021

Un análisis de mercado realizado por la consultora Counterpoint estimó que, en el primer trimestre de 2021, el mercado de los smartphones a nivel mundial ingresó unos 93.243 millones de euros. Es un 35% más que el mismo periodo de 2020. Estos datos pueden ser la señal que la industria necesite para recuperarse justo cuando estaba lanzada hasta que se declaró la pandemia. En Europa, las ventas de este tipo de teléfonos inteligentes subieron un 6% en los tres primeros meses del año. No obstante, sigue arrojando cifras más bajas que las de 2019.

Teniendo en cuenta que, según señala otra encuesta realizada por la firma GfK en colaboración con IAB Spain y patrocinada por Adevinta Spain, un 96% de personas mayores de 16 años tiene un Smartphone, todas las previsiones indican a que el mer-

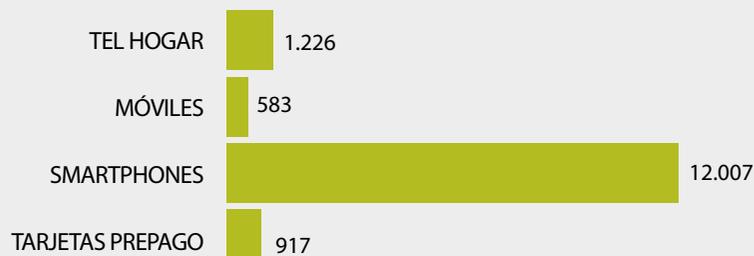
**Los wearables aumentaron su valor un 7%, la venta de sus unidades subió un 21% y su precio sigue escalando, hasta pasar a ser un 8% mayor de 2019 a 2020**

cado seguirá activo y con un dinamismo aún mayor. Las tecnologías para potenciar la conectividad entre dispositivos dan aún más aire al mercado, que deposita sus esperanzas también sobre wearables. La misma encuesta de GfK incide en que 2 de cada 3 minutos que navegamos por internet lo hacemos desde el móvil.

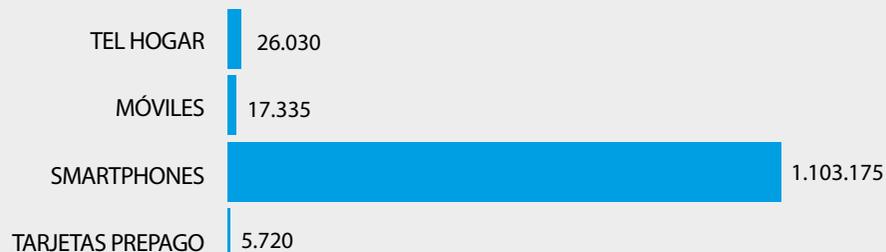
La segunda pantalla, habitualmente una Tablet, está más extendida en perfiles de edades comprendidas entre los 35 a los 54 años. ■

## Facturación por categorías 2019-2020

### Miles de unidades



### Miles de euros



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.