

»Empresas & sectores.

El PC se resiste al 'low cost'

La industria busca sustituir el exitoso 'netbook' por modelos más rentables

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Si estaba barajando comprarse uno de esos ordenadores diminutos y baratísimos llamados *netbooks*, que apenas cuestan 300 euros, no se lo piense dos veces. Tal vez dentro de unos meses le sea difícil encontrar uno en las tiendas. Presionados por la recesión y los márgenes decrecientes, los fabricantes de PC se han empeñado ahora en suavizar el furor que ellos mismos han desatado: el de la informática *low cost* (de bajo coste).

Los *netbooks*, diseñados inicialmente para países en vías de desarrollo, han resultado ser un enorme éxito comercial en Europa, Asia y Estados Unidos. En 2008 se vendieron 12 millones de unidades en todo el mundo, el 8% del total de portátiles. Este año las ventas se dispararán a 26,4 millones, según la consultora IDC, con un 120% de crecimiento. Pero la cuestión es qué ocurrirá en 2010. Y las primeras estimaciones de la misma firma apuntan a un crecimiento plano o mucho más moderado, entre el 10% y el 15% respecto a 2009. ¿Se agota el fenómeno *netbook*?

"Hay cierta ansiedad en el sector respecto a los precios. La industria es reacia a seguir soportando un modelo de bajo coste porque los márgenes son muy escasos", explica John Hwang, directivo de Nokia y responsable del lanzamiento del *Booklet 3G*, el miniportátil con el que la finlandesa acaba de aterrizar en el negocio del PC para competir con Acer, Asus, HP o Dell. El or-

En 2008, el 8% de los portátiles vendidos en el mundo fueron unidades 'netbooks'

denador de Nokia es algo más grande (pantalla de 10,1 pulgadas), tiene más funcionalidades (autonomía de 12 horas y módem 3G integrado) y, por supuesto, es más caro: 699 euros frente a los 300 o 350 a los que estábamos acostumbrados. Es más, ni siquiera lo llaman *netbook*. "Es un *minilaptop*", puntualizan.

La apuesta de Nokia es un síntoma de lo que está ocurriendo en el sector. Surgen nuevos modelos, y cada fabricante utiliza un nombre y una definición diferente. Ultraligeros, miniportátiles, ultrafinos... Todos tienen algo en común: son un poco más completos y más caros que los *netbooks*, entre 100 y 200 euros adicionales. Lo justo para subir un peldaño y operar con márgenes más holgados.

La tendencia se cumple a rajatabla a pie de tienda. Se puede

comprar un *ultrafino* de Sony Vaio por 470 euros, un Samsung por 500, un Asus de pantalla táctil por 499, un Packard Bell (subsidiaria de Acer) por 400 euros... "Son híbridos que se pueden adquirir desde 399 euros", explica el responsable en España de una gran superficie comercial de informática. "Harán que los *netbooks* desaparezcan en unos años".

La taiwanesa Asus, pionera en la comercialización del ordenador de bajo coste con su EeePC, lanzado a finales de 2007, cree que sí existe solape entre categorías, pero la clave será la movilidad. "El *netbook* es ligero y barato. Menos de un kilo de peso, autonomía de batería de ocho horas y precio de 300 euros", explica Sara Vila, jefa de producto de Asus en España. "Si al final será un mercado de nicho o no, nadie lo sabe, pero creemos que seguirá creciendo". La compañía, número uno en España en este segmento, espera vender 200.000 unidades en 2009, el 33% más que el año pasado, aunque con un trimestre de ventaja (el EeePC se estrenó aquí en marzo de 2008).

La salud del mercado del PC al completo dependerá de lo que ocurra con la demanda de *netbooks* y los nuevos modelos más caros. Mientras los PC de sobremesa y los portátiles tradicionales se desploman en ven-



Alumnos del Instituto Beatriz Galindo de Madrid. / LUIS SEVILLANO

tas, los de bajo coste mantienen el sector a flote. Según la consultora GfK, hoy suponen el 23% del total de ventas de portátiles en España (el 17% incluyendo PC de sobremesa). Fermín Santos, responsable de la unidad de *netbooks* de Acer Ibérica, cree que la cuota se mantendrá en el 20%. Pero advierte: "Traspasar la barrera de 399 euros implica riesgo de canibalizar ventas de portátiles de 499 o 699".

Es el callejón de difícil salida ante el que se encuentran los fabricantes. Hasta ahora los *netbooks* suponían una venta adicional, no sustitutiva. Es decir, el consumidor se compraba un

portátil de 800 o 900 euros, pero acababa adquiriendo también uno de 300 como segundo equipo. Con la llegada de híbridos intermedios, entre 400 y 600 euros, la opción de muchos consumidores podría ser comprar sólo uno en lugar de dos.

"Se está produciendo una enorme fragmentación según las necesidades de los consumidores. Los fabricantes no deberían huir del bajo coste, sino equilibrar su abanico de productos", explica desde Londres Ranjit Atwal, analista de Gartner. Santos coincide: "Necesitamos un equilibrio. Si los *netbooks* son la parte principal de la factura-

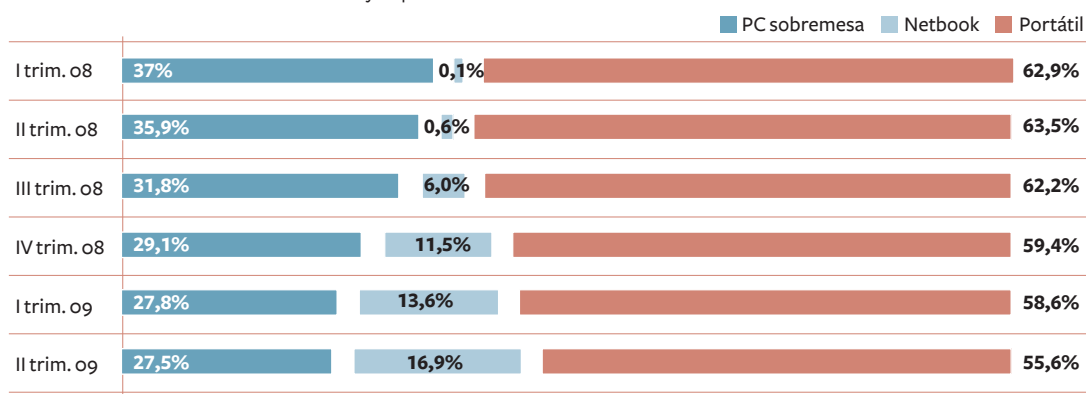
ción de un fabricante, el negocio no es sostenible".

Muchos miran a los operadores de telefonía como la pieza fundamental que seguirá dando alas a la informática *low cost*. Telefónica, Vodafone y Orange ya subsidian en España *netbooks* con planes de conectividad 3G asociados. Por 299 euros, más 39 mensuales en consumo de datos, Telefónica vende un HP. Por 50 euros al mes de tarifa de datos, Vodafone ofrece gratis un Dell.

Sin embargo, los precios son todavía elevados y las ofertas enfocadas a empresas y no al consumidor. "Los operadores en España están siendo tímidos, pero estamos al inicio del negocio, su intención es apostar fuerte", dice Sara Vila, quien avanza que Asus presentará antes de Navi-

Cuota de mercado del PC en España

En % sobre unidades vendidas a consumidores y empresas



Fuente: GfK

EL PAÍS

Windows 7, la clave de los 'netbooks'

El pasado 22 de octubre se estrenó oficialmente Windows 7, el nuevo sistema operativo de Microsoft. Es la primera vez que la compañía de Redmond lanza una versión pensada sólo para *netbooks*, Windows 7 Starter, el sucesor de XP, que hoy domina en el 96% de portátiles de bajo coste frente a Linux.

El futuro de los *netbooks* dependerá en buena parte del éxito de Starter, que limita la gama disponible de equipos. Sólo podrán utilizarlo aquellos con pantalla de 10,2 pulgadas como máximo, y memoria RAM de

un gigabyte. Muchos de los nuevos diseños ya superan estas especificaciones, aunque Microsoft no ve inconveniente. "Windows 7 favorecerá que sigan entrando modelos de gama baja", asegura Luis Martín, responsable del lanzamiento de Windows 7 para empresas en España. "Queremos ampliar la gama de portátiles hacia arriba y hacia abajo".

El precio del *software* será el otro factor decisivo. Los fabricantes tendrán que pagar más a Microsoft por Windows 7 Starter que por XP. El gran secreto es cuánto más. Lo que sí está claro es quién acabará cubriendo la cuenta: el consumidor. Y a juzgar por lo último en aterrizar, como el flamante *Booklet 3G* de Nokia, de 699 euros, la diferencia puede ser significativa. ■

Muchos esperan que las telefónicas sigan dando alas a la informática 'low-cost'

dad una nueva oferta con un operador. José Ignacio Gafo, directivo de Vodafone, recuerda que el *netbook* por sí sólo no vale para nada. "El rol del operador será fundamental para añadir la capa de conectividad y banda ancha móvil".

De funcionar, los miniportátiles podrían acabar siendo comercializados con fuertes subsidios por parte de los operadores, como ocurre hoy con los móviles. Algunas estimaciones apuntan a que el 85% de las ventas podría venir por este canal. La duda es el precio final que pagaremos. Y, sobre todo, si el concepto *netbook*, entendido como equipo barato con el que podemos hacer justo lo que necesitamos, sobrevivirá. "Difícil responder...", piensan en Acer. "Es una pregunta de largo recorrido". ■