

Apple defiende su liderazgo global del móvil con una cuota de mercado del 20%

Apple ha defendido en 2024 el liderazgo global en el negocio de smartphones, con una cuota de mercado del 18,7%, con más de 232,1 millones de iPhones vendidos a lo largo de los doce últimos meses. El porcentaje de participación en el conjunto de la industria ofrece un descenso de 1,4 puntos porcentuales, respecto a la cuota del 20,1% de finales de 2023, lo que equivale a una caída de apenas 0,9%. Peor suerte ha experimentado Samsung, número dos del mercado, con una cuota del 18%, lo que supone un descenso del 1,4%, hasta 1,5 puntos porcentuales. En total, el fabricante surcoreano vendió 223,4 millones de Galaxy durante el pasado 2024.

Al contrario que los anteriores fabricantes, Xiaomi saldó el curso pasado con crecimiento en sus ventas, para escalar hasta una cuota de mercado del 13,6%, tras despachar 168,5 millones de sus móviles, con un crecimiento interanual del 15,4%. La sorpresa de 2024 la protagonizó Transsion, el cuarto fabricante del ránking mundial, con una cuota del 8,6% y más de 106.9 millones de smartphones comercializados, muy cerca de la también china Oppo, con una cuota del 8,5% y más de 104,8 millones de móviles vendidos, un 1,4% más que el dato de doce meses atrás.

Francisco Jerónimo, vicepresidente de EMEA Client Devices, IDC, ha explicado que «el pasado trimestre fue especialmente notable para los mayores vendedores chinos de smartphones: Xiaomi, Oppo, Vivo, Honor, Huawei, Lenovo, realme, Transsion, TCL y ZTE. Lograron un hito histórico al enviar el mayor volumen combinado jamás alcanzado en un trimestre, representando el 56% de los envíos mundiales de smartphones en el cuarto trimestre». En su opinión, «aunque sus mercados principales siguen siendo China y Asia, estas marcas están expandiendo rápidamente su huella por Europa y África, impulsadas por el buen rendimiento de sus dispositivos de gama baja y media. En particular, Huawei se desmarca, con la mayoría de sus envíos en los segmentos de gama alta y premium, lo que subraya su claro posicionamiento de mercado en China».

Con información de El Economista