

Apple, uno de los líderes de la revolución mobile

Se trata de una revolución basada en la movilidad, en el desecho del ordenador de escritorio tradicional y, sobre todo, en la universalización de la tecnología. Los Mac de escritorio quedan en un segundo plano. Todo el foco está sobre los iPhone, iPad y MacBook.

Desde la introducción del iPhone en 2007, Apple ha liderado —junto a otros fabricantes— la revolución mobile. Una revolución basada en la movilidad, en el desecho del ordenador de escritorio tradicional y, sobre todo, en la universalización de la tecnología.

Durante los últimos años de Apple, este foco en lo móvil ha quedado demostrado en múltiples ocasiones. Los ciclos de renovación, por ejemplo, delatan cómo la compañía posiciona más esfuerzo en los productos más móviles: iPhone, iPad y MacBook. Estas tres categorías reciben actualizaciones de producto de forma regular, un dinamismo que contrasta con el estancamiento de productos como el Mac mini y el Mac Pro, abandonados en una cuneta desde hace más de dos años.

La sociedad reclama productos más delgados, versátiles y móviles. El ordenador de escritorio no cumple con ninguna de esas características.

Las razones que llevan a la compañía a virar hacia la movilidad son obvias y evidentes: la sociedad lo demanda. En el ámbito profesional, cada vez son más las personas que optan por portátiles —en múltiples casos, conectados a monitores externos—, iPad y iPhone. El ordenador de escritorio clásico queda relegado a un nicho muy reducido del mercado profesional.

Más allá del ámbito profesional, los ordenadores de escritorio son ya una pieza de decoración más. La mayoría de los productos adquiridos para este tipo de entornos son tablets y ordenadores portátiles (especialmente ultrabooks). Más cómodos, igual de válidos para las tareas más comunes e similares en precio.

iPad, iPhone y MacBook representan la mayor parte de los ingresos de Apple. Todos ellos, productos pensados en la movilidad.

Estos reclamos por parte de la sociedad también se ven reflejados en los resultados financieros de la compañía. El iPad, el iPhone y la línea MacBook representan la mayor parte de los beneficios de la compañía. Los ordenadores de escritorio más clásicos, en cambio, quedan relegados a un segundo lugar.

Durante los dos últimos eventos de la compañía, este viraje ha sido especialmente notable. Los Mac

Pro, iMac y Mac mini continúan sin recibir novedades —en parte por la ineficiencia de Intel—, los iPhone, iPad y MacBook, en cambio, no. Y es que Apple es más mobile que nunca.

La noticia "Apple es más mobile que nunca" fue publicada originalmente en Hipertextual.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>