



*Logitech reconocido por*

**2021**

**Premio al liderazgo de mercado**

Sector global de dispositivos  
de videoconferencia

*Excelencia en prácticas recomendadas*

## Crterios de prcticas recomendadas para un rendimiento de primer nivel

Frost & Sullivan aplica un riguroso proceso analtico para evaluar a varios nominados para cada categora antes de determinar el galardono. El proceso implica una evaluacin detallada de los criterios de prcticas recomendadas en dos dimensiones para cada empresa nominada. Logitech sobresale en muchos de los criterios en el espacio de las videoconferencias.

CRITERIOS DE CONCESIÓN	
Excelencia en la estrategia de crecimiento	Aprovechamiento de la tecnología
Excelencia en la implementación	Relación calidad-precio
Fuerza de la marca	Experiencia de compra del cliente
Calidad del producto	Experiencia de propiedad del cliente
Diferenciación de producto	Experiencia de servicio de atención al cliente

### Un paso por delante en un entorno en constante cambio

Empresas de todos los tamaos estn adoptando el trabajo hbrido para permitir al personal la posibilidad y la flexibilidad de trabajar desde cualquier ubicacin. La consiguiente adopcin masiva de herramientas modernas de comunicacin y colaboracin ha redefinido el futuro del trabajo. Los servicios de videoconferencia y en la nube se encuentran entre las principales tecnologas que han acelerado estas tendencias transformadoras que permiten a los usuarios mantenerse conectados, a la vez que permiten la continuidad del negocio a travs de nuevas formas ágiles de trabajo.

La investigacin de Frost & Sullivan estima que el nmero de teletrabajadores despus de la pandemia ser entre 6 y 7 veces mayor, segn revelan los principales resultados de una encuesta global realizada por Frost & Sullivan a ms de 3200 responsables de la toma de decisiones de TI:

- El 93 % espera que una cuarta parte o ms de los empleados teletrabaje
- El 31 % pasar a una organizacin ms distribuida y dispersa
- El 36 % invertir en la creacin de ms espacios de reunin
- El 88 % implementar videoconferencias en toda su organizacin para respaldar un nuevo estilo de trabajo

«En el primer trimestre de 2021, Logitech superó a sus competidores más cercanos y se convirtió en el proveedor número uno en cuota de mercado de ingresos en el mercado de dispositivos de videoconferencia para uso profesional. Fue la primera vez que el gigante de la comunicación alcanzó ese hito. Logitech domina desde hace tiempo el mercado de dispositivos de videoconferencia en cuanto a envíos de unidades. Su reciente posición de liderazgo en ingresos es una prueba más de su exclusiva estrategia basada en el diseño, que se centra en la creación de productos trascendentes con una finalidad clara y ventajas evidentes para los usuarios al ofrecer experiencias de comunicación sencillas y fluidas».

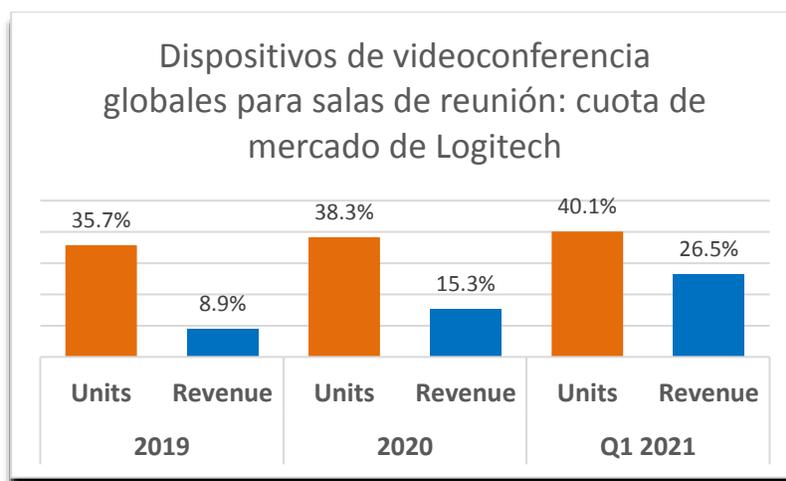
**- Roopam Jain, directora sénior del sector, Connected Work**

A medida que la tecnología continúa remodelando el trabajo, Logitech, una de las empresas de hardware más grandes del mundo, se encuentra en una posición única para beneficiarse de las nuevas tendencias de trabajo híbrido. En constante expansión, la extensa cartera de dispositivos de audio, vídeo e intercambio de contenido de alta calidad de Logitech permite a los usuarios comunicarse y colaborar mejor desde cualquier lugar: en casa, en la oficina o en ubicaciones remotas.

En el primer trimestre de 2021, Logitech superó a sus competidores más cercanos y se convirtió en el proveedor número uno en cuota de mercado de ingresos en el mercado de dispositivos de videoconferencia para uso profesional. Fue la primera vez que el gigante de la comunicación

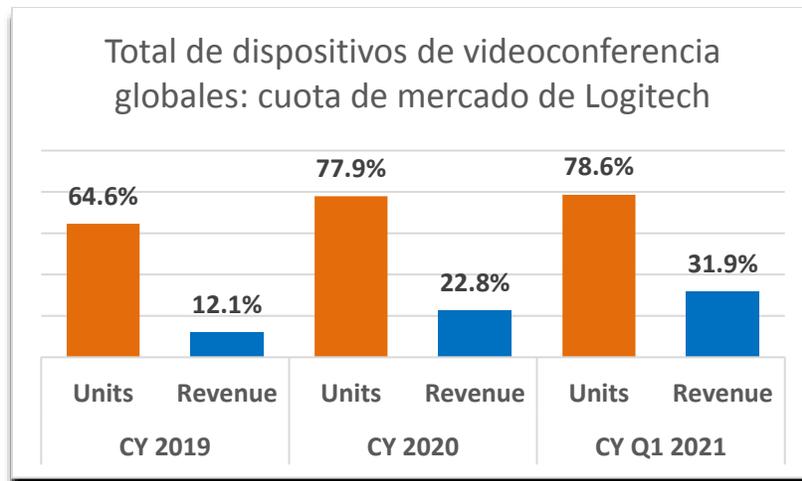
alcanzó ese hito. Logitech domina desde hace tiempo el mercado de dispositivos de videoconferencia en cuanto a envíos de unidades. Su reciente posición de liderazgo en ingresos es una prueba más de su exclusiva estrategia basada en el diseño, que se centra en la creación de productos trascendentes con una finalidad clara y ventajas evidentes para los usuarios al ofrecer experiencias de comunicación sencillas y fluidas.

Hoy en día, la videocolaboración se ha convertido en una arrolladora historia de éxito y una gran oportunidad de crecimiento para Logitech. En 2020, Logitech tuvo el mejor año de su historia de ventas de dispositivos de videoconferencia.



Fuente: Frost & Sullivan

Nota: excluye las webcams de consumo de Logitech. También se excluyen las webcams para uso profesional, como Logitech Brio, C930e y C925e.



Fuente: Frost & Sullivan

Nota: excluye las *webcams* de consumo de Logitech. Se incluyen las *webcams* para uso profesional, como Logitech Brio, C930e, C925e y la línea de cámaras para conferencias de Logitech.

El meteórico ascenso de Logitech en dispositivos de videoconferencia la ha colocado en la cima en términos de cuota de mercado. La empresa ha informado de que los ingresos de su segmento de videocolaboración casi se han triplicado en el año fiscal 2021, cuando han llegado a superar los mil millones de dólares por primera vez. Solo en el cuarto trimestre fiscal de 2021, las ventas de dispositivos de videocolaboración fueron superiores a las de la empresa en todo el año fiscal de 2020. Logitech se ha convertido en un claro líder en un mercado que tiene un enorme potencial de crecimiento y representa una oportunidad de crecimiento secular determinada por la demanda sostenible a largo plazo de videoreuniones para conectar a los teletrabajadores y los equipos dispersos.

- En el primer trimestre de 2021, Logitech fue líder en cuota de mercado en ingresos y envíos de unidades en el mercado de dispositivos para salas de reunión, así como en dispositivos personales de videocolaboración para uso profesional.
- En términos de unidades, la empresa vende el doble de dispositivos para salas de reunión y 15 veces más dispositivos de videoconferencia para colaboración personal de calidad profesional que su competidor más cercano.
- Los ingresos por dispositivos de videoconferencia para salas de reunión casi se duplicaron en 2020, hasta alcanzar los 407,10 millones de dólares, mientras que las unidades crecieron a un impresionante 67,4 %.
- Las ventas del total de dispositivos de videoconferencia (*webcams* empresariales y cámaras para salas de conferencias) aumentaron un extraordinario 151,2 % en unidades y un 128,9 % en ingresos.

### ***Aprovechamiento superior de la tecnología y diferenciación competitiva***

La misión de Logitech de poner el vídeo en todos los espacios y al alcance de todos los usuarios ha guiado su estrategia de desarrollo de productos y su liderazgo en la relación calidad-precio. Hoy en día, Logitech ocupa una posición única en el mercado, con una cartera completa de dispositivos que capturan

plenamente las oportunidades de crecimiento exponencial para la colaboración en salas de reunión y las comunicaciones personales.

Desde sus inicios, Logitech se ha centrado en cambiar el *statu quo* en las videoconferencias. El uso de videoconferencias en el pasado dependía de infraestructuras y terminales costosos y complejos, así como de múltiples materiales de instalación. Como resultado, la adopción se limitaba a un número selecto de salas de juntas y espacios de reunión. Los dispositivos ligeros y de alta calidad de Logitech y una amplia línea de cámaras para conferencias y barras de colaboración que funcionan a través de servicios conectados en la nube han abierto las comunicaciones por vídeo al público general. Los productos Logitech se han convertido en un sello distintivo para experiencias de usuario fluidas y asequibles para implementar en todos los espacios de reunión: cabinas para reuniones, espacios de reunión reducidos, salas pequeñas y salas de conferencias medianas y grandes.

Los dispositivos de vídeo Logitech funcionan con prácticamente cualquier servicio de UC o videocolaboración en la nube que ofrezca una funcionalidad *Plug and Play*. Aunque muchos competidores de Logitech se han centrado en terminales de videoconferencia específicos, la estrategia de Logitech se basa en permitir a las empresas elegir entre una amplia cartera de soluciones certificadas para los principales servicios en la nube que se adaptan a cada usuario y situación, tanto si los empleados trabajan en casa, en la oficina o en un espacio de trabajo compartido:

- Colaboración personal robusta: el conjunto de soluciones para espacios de trabajo personal de rápido crecimiento de Logitech permite teletrabajar de forma fluida. Una amplia selección de auriculares con micrófono y *webcams* profesionales garantiza que los empleados puedan trabajar con flexibilidad en cualquier parte del mundo, sin comprometer su experiencia de comunicación.
- Salas BYOD (Bring Your Own Device): la completa línea de cámaras para conferencias independientes de Logitech permite a los usuarios iniciar una videoreunión a través de su portátil/dispositivo móvil utilizando el cliente de *software* que prefieran. Esta opción se ajusta a la creciente consumerización de las TI.
- Salas basadas en PC optimizadas para reuniones grupales: Logitech reconoce que, si bien el enfoque BYOD es eficaz en muchos casos, hay varios elementos tecnológicos que deben tenerse en cuenta, incluidos el procesamiento, el cableado, la logística y el diseño de la sala. Logitech ha reconocido este desafío y ha colaborado con varios *partners* tecnológicos para crear los *bundles* de salas de conferencias óptimos para salas de reunión de diferentes tamaños.
- Dispositivos todo en uno: las barras de vídeo de Logitech son dispositivos de videoconferencia específicos con procesamiento integrado y un sólido conjunto de funciones y capacidades para simplificar y gestionar todo en uno.

### ***Innovación que sigue el ritmo de las necesidades cambiantes de los usuarios***

En los últimos años, a medida que el negocio de videocolaboración de Logitech se ha ido fortaleciendo, no se ha dormido en los laureles. La empresa sigue consolidando su cartera de productos y ha invertido en muchas áreas de innovación de *hardware* y *software*. Además, sus décadas de experiencia en

disciplinas de ingeniería clave como sensores, acústica, componentes ópticos, tecnología inalámbrica y administración de energía es una ventaja competitiva clave. En los últimos años, Logitech ha ampliado sus capacidades de ingeniería a tecnologías más avanzadas como *software*, aplicaciones, nube, análisis de datos, inteligencia artificial y aprendizaje automático.

Entre sus productos más recientes que han cambiado el mercado se encuentran:

- Rally Bar y Rally Bar Mini: una nueva cartera de soluciones que marca la entrada de Logitech en el espacio de los aparatos. Integradas de forma nativa con los principales servicios de videoconferencia actuales, como Microsoft Teams y Zoom, estas barras de vídeo todo en uno ofrecen una experiencia optimizada para la adquisición, la capacidad de administración y la facilidad de uso. Al consolidar todos los componentes en un solo dispositivo, este enfoque integral aporta una nueva elegancia y potencia a las salas de reunión para permitir una mayor inteligencia, análisis y controles de administración, al mismo tiempo que elimina los costes adicionales asociados a la instalación compleja y el soporte para múltiples componentes, lo que lleva a un ROI significativamente mejor. La nueva Logitech Rally Bar se ha diseñado específicamente para salas medianas, mientras que la Logitech Rally Bar Mini es ideal para salas pequeñas.
- Logitech RoomMate: diseñado para las salas de reunión grandes, RoomMate es un *appliance* informático que permite que los clientes ejecuten servicios de videoconferencias en cámaras para conferencias de Logitech como Rally Plus o MeetUp sin PC ni Mac.
- Logitech Scribe: una cámara de pizarra con tecnología de inteligencia artificial, Scribe aborda la creciente necesidad de experiencias de reunión más equitativas para los participantes remotos que desean una visión nítida y clara del contenido de la pizarra durante las lluvias de ideas, las clases y las reuniones de equipo. Con un diseño sencillo e integraciones mejoradas con Microsoft Teams Rooms y Zoom Rooms, Scribe nivela el campo de juego para los equipos distribuidos y ofrece a todos, en la sala o de forma remota, una vista perfecta de la pizarra.

Todos los dispositivos de video colaboración de Logitech están optimizados con cámaras Ultra HD 4K que ofrecen calidad de vídeo *premium*, altavoces de distorsión ultrabaja para un audio rico y natural y un conjunto de *software* inteligente con tecnologías Logitech RightSense™. Este conjunto de tecnologías aprovecha los últimos desarrollos en inteligencia artificial para automatizar el control de la luz, el color, el sonido y la cámara para ofrecer una experiencia de videoconferencia más natural y atractiva. Logitech también ofrece monitorización a tiempo real basada en la nube y administración a través de Logitech Sync, que incluye una función de recuento de personas y consejos prácticos sobre cada sala de reunión. Además, las API abiertas para sincronización permiten a los clientes la monitorización, la administración y el análisis centralizados y en varias plataformas de dispositivos de un ecosistema de asociados cada vez mayor.

### ***Diseño líder del sector centrado en la simplicidad y la facilidad de uso***

Según Logitech, «cada nuevo producto de Logitech consiste en crear, además de un producto, una experiencia en la que los diseñadores y los especialistas en marketing colaboren para idear el enfoque». Este enfoque y esta cultura basados en el diseño se han convertido en un diferenciador estratégico y cultural para la empresa. La atención a los detalles más sutiles hace que los productos de Logitech sean

«El enfoque y la cultura de Logitech, basados en el diseño, se han convertido en un diferenciador estratégico y cultural para la empresa. La atención a los detalles más sutiles hace que los productos de Logitech sean atractivos, personales y fáciles de usar».

- **Roopam Jain, directora sénior del sector, Connected Work**

atractivos, personales y fáciles de usar. Logitech posee una cartera de patentes diversificada. Sus productos han ganado 127 premios de diseño durante los últimos tres años fiscales por productos ergonómicos bien diseñados. Durante el año fiscal de 2021, la empresa ganó 23 premios de diseño.

Logitech se ha centrado en encontrar formas mejores de hacer negocios que sean sostenibles para el planeta y la sociedad. En 2019, la empresa se unió al acuerdo de París y en 2020 anunció un gran paso hacia el uso de plásticos reciclados. En el primer trimestre de 2021,

Logitech anunció la disponibilidad de productos con etiquetas de carbono. Logitech cree que, así como las etiquetas de calorías han afectado a la industria alimentaria, el etiquetado de carbono es un paso adelante para reducir la huella de carbono global. En el proceso, Logitech ha desarrollado una metodología de análisis del ciclo de vida para medir la huella de carbono de un producto desde sus materias primas, pasando por su fabricación y su transporte, hasta el uso por parte del cliente y, por último, hasta el final de la vida útil. Logitech comparte sus aprendizajes y su metodología certificada por terceros para el etiquetado de carbono con cualquier empresa y competidor sin cargo.

### **Rápida expansión de lanzamiento al mercado**

Logitech ha creado una marca sólida en el sector de las comunicaciones. Hoy en día, la red de distribución de Logitech está creciendo más allá de sus masivos canales de distribución y minoristas *online* y *offline*. A medida que aumentan las inversiones en videocolaboración, Logitech amplía su cobertura de ventas empresariales a través de su propia plantilla de ventas, así como de varios *partners* de canal nuevos y emergentes. A diferencia de muchos de sus competidores, Logitech se ha establecido como un proveedor de tecnología neutral que puede trabajar con una variedad de proveedores y plataformas de tecnología, así como proporcionar conexiones entre sus productos y ecosistemas.

El éxito de la empresa se debe en gran parte a su bien diferenciada estrategia de comercialización mediante asociaciones con los mejores *partners* de distribución y tecnología del sector. El Logitech Collaboration Program (LCP) es un ecosistema de rápido crecimiento de proveedores de tecnología líderes, incluidos Microsoft, Google, Zoom, Ringcentral, Pexip, LogMeIn, Blue Jeans y Fuze, entre otros. Este creciente ecosistema de *partners* de UC garantiza que los clientes tengan acceso a soluciones de comunicación abiertas que funcionan con los principales proveedores de nube y *software* de terceros. Con más de 40 *partners* que proporcionan soluciones completas, LCP ofrece dos rutas: una para proveedores de videoconferencia en la nube y otra para soluciones complementarias. Entre los miembros se incluye un amplio ecosistema de empresas externas que optimizan la funcionalidad del producto con dispositivos Logitech para mejorar la experiencia del usuario y la implementación de tecnología, al mismo tiempo que permiten la integración con los flujos de trabajo y los procesos empresariales.

## Conclusión

---

En un mercado cada vez más competitivo, Logitech se ha situado como líder gracias a su énfasis en principios de diseño simples y de alta calidad ajustados a las necesidades cambiantes de la plantilla actual. Su innovación líder en el mercado combinada con dispositivos de comunicación por vídeo de alta calidad fáciles de usar y adquirir está permitiendo comunicaciones de vídeo para todos en el lugar de trabajo híbrido. Por estos motivos, Frost & Sullivan se enorgullece de otorgar el premio 2021 Market Leadership Award a Logitech por sus esfuerzos en el mercado global de dispositivos de videoconferencia.

## Lo que necesita saber sobre el reconocimiento de liderazgo en el mercado

El premio Market Leadership Award de Frost & Sullivan reconoce a la empresa que logró la mayor cuota de mercado gracias a un rendimiento, productos y servicios sobresalientes.

### Análisis de prácticas recomendadas del premio

Para el premio Market Leadership Award, los analistas de Frost & Sullivan evaluaron de forma independiente los criterios enumerados a continuación.

**Excelencia en la estrategia de crecimiento:** la empresa demuestra la capacidad de identificar, priorizar y perseguir constantemente oportunidades de crecimiento emergentes.

**Excelencia en la implementación:** los procesos de la empresa respaldan la implementación eficiente y consistente de tácticas diseñadas para respaldar la estrategia.

**Fuerza de la marca:** la empresa es respetada, reconocida y recordada.

**Calidad del producto:** los productos o servicios reciben altas calificaciones por su rendimiento, funcionalidad y fiabilidad en cada etapa del ciclo de vida.

**Diferenciación de producto:** los productos o servicios crean un nicho de mercado basado en el precio, la calidad o la singularidad (o una combinación de los tres) que otras empresas no pueden replicar fácilmente.

**Aprovechamiento de la tecnología:** la empresa se compromete a incorporar tecnologías de vanguardia en las ofertas de productos para mejorar el rendimiento y el valor del producto.

**Relación calidad-precio:** los productos o servicios ofrecen la mejor relación calidad-precio en comparación con ofertas de mercado similares.

**Experiencia de compra del cliente:** la calidad de la experiencia de compra garantiza a los clientes que están comprando la solución óptima para abordar sus necesidades y limitaciones únicas.

**Experiencia de propiedad del cliente:** los clientes se enorgullecen de poseer el producto o servicio de la empresa y tienen una experiencia positiva a lo largo de la vida útil del producto o servicio.

**Experiencia de servicio de atención al cliente:** el servicio de atención al cliente es accesible, rápido, sin estrés y de alta calidad.

## Acerca de Frost & Sullivan

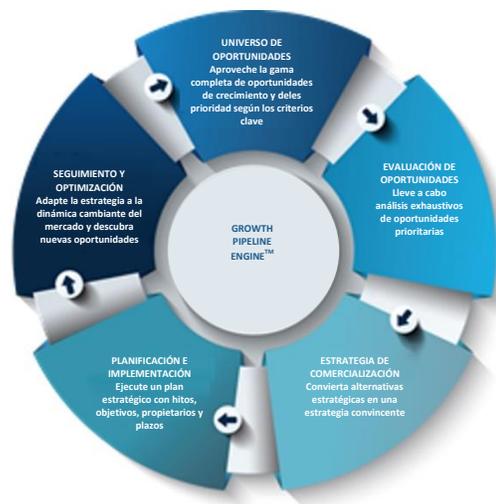
Frost & Sullivan es la Growth Pipeline Company™. Equipamos a nuestros clientes para un futuro definido por el crecimiento. Nuestro Growth Pipeline as a Service™ proporciona al director ejecutivo y a su equipo de crecimiento una plataforma continua y rigurosa de oportunidades de crecimiento, lo que garantiza el éxito a largo plazo. Para lograr resultados positivos, nuestro equipo aprovecha más de 60 años de experiencia asesorando a organizaciones de todo tipo y tamaño en seis continentes con nuestras mejores prácticas recomendadas. Para impulsar su futuro Growth Pipeline, visite Frost & Sullivan en <http://www.frost.com>.

## El modelo Growth Pipeline Engine™

El modelo exclusivo de Frost & Sullivan para crear sistemáticamente oportunidades y estrategias de crecimiento continuo para nuestros clientes está impulsado por el Innovation Generator™. [Más información.](#)

### Impactos clave:

- **Canal comercial de crecimiento:** Flujo continuo de oportunidades de crecimiento
- **Estrategias de crecimiento:** Prácticas recomendadas probadas
- **Cultura de innovación:** Experiencia de cliente optimizada
- **ROI y margen:** Excelencia en la implementación
- **Crecimiento transformacional:** Liderazgo en el sector



## El Innovation Generator™

Nuestras seis perspectivas analíticas son cruciales para capturar la gama más amplia de oportunidades de crecimiento innovador, la mayoría de las cuales ocurren en los puntos de estas perspectivas.

### Perspectivas analíticas:

- **Mega tendencia (MT)**
- **Modelo de negocio (BM)**
- **Tecnología (TE)**
- **Industrias (IN)**
- **Cliente (CU)**
- **Lugares geográficos (GE)**

