



Borrón y cuenta nueva: la telefonía móvil sale reforzada tras la pandemia

Dicen que después de la tormenta siempre llega la calma y, tras pasar el periodo de incertidumbre de 2020, esta categoría de producto vuelve a tomar las riendas de la situación y resurge de las cenizas con más fuerza que nunca. Un año después, los datos así lo avalan, con un notable crecimiento de casi el 10%. Los fabricantes han aprovechado el parón para convertir sus terminales en verdaderos 'kits de herramientas'.

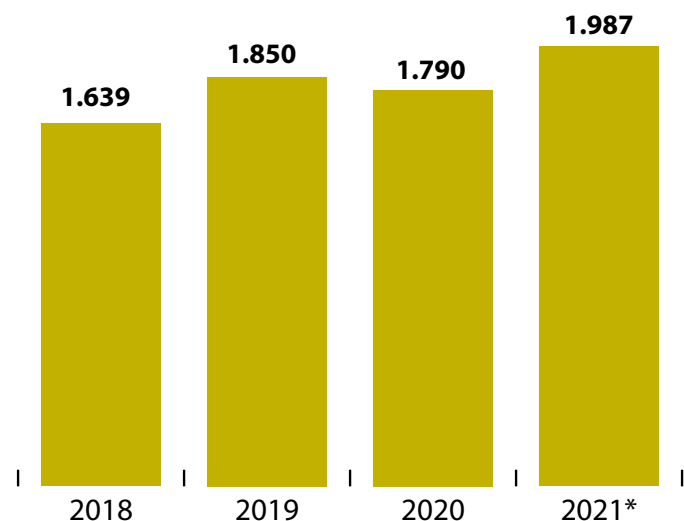
Si algo nos dejó claro la pandemia es que no podemos vivir sin móvil. Este artículo era visto como un lujo tiempo atrás y tan sólo unos pocos privilegiados lo tenían a su alcance. Poco a poco esta tendencia cambió dando paso a la democratización de la tecnología móvil. Ahora el pastel está más que repartido, y el usuario tiene dispositivos para dar y tomar, desde aquellos más modestos y con las funcionalidades más básicas, hasta los más sofisticados y con prestaciones que van más allá de los dedos de una mano. Luego, llegó el Covid-19 y puso tierra de por miedo acompañado de los toques de queda, las restricciones y la distancia social, llegando a desplomarse el mercado de la telefonía doméstica un 3%, pasando de los 1.850 a los 1.790 millones de euros en 2020. Un año después, la situación es bastante diferente, ya que no sólo llegó a superar este bache pandémico, sino que mejoró sus marcas. De este modo, este segmento experimentó un incremento de casi un 10% con respecto a este periodo, situándose en los 1.987 millones de euros. Al analizar la evolución interanual de las ventas, podremos observar como el primer puesto lo ocupan los móviles de contrato, que se llevan la palma en las tres categorías, con un 275% en valor, un 56% en unidades y un 139% en precio en comparación a 2019-2020. Este tipo de producto suele estar demandado por un público de avanzada edad, que eligen esta tecnología frente a otras más sofisticadas para comunicarse con sus seres queridos. A pesar de que su coste se disparó por encima del 100%, son muchos los que confiaron en ella durante el confinamiento. En cambio, los de prepago no tuvieron esa misma suerte, cayendo en picado en los tres ámbitos, siendo su precio el que más descendió de toda la categoría. Pese a que esta característica podría influir en su adquisición, los usuarios no sienten tanta atracción por este modelo como por otros que responden mejor a sus exigencias actuales, como pueden ser los terminales de siempre o los inteligentes. Por su parte, los móviles libres muestran cifras positivas, pero no son tan significativas como en los modelos predecesores.

Continuando con el ranking, tras los terminales al uso vienen los inteligentes, en los que sobresalen los de contrato, y tal y como ocurría con sus homólogos siguen con esa tendencia alcista. Suben su valor, sus unidades y su precio, con un 59, 12 y 41%, respectivamente. Aquí conviene destacar que, aunque los datos obtenidos son menos pronunciados que en el caso anterior, siguen estando muy presentes entre los consumidores por las múltiples ventajas que estos ofrecen. En este sentido, podríamos comparar un smartphone con una navaja suiza, pero en su versión más actualizada y digital. No nos conformamos con que sirva como una herramienta de comunicación, sino que la empleamos para múltiples situaciones, ya sea para entretenernos, trabajar, buscar opiniones acerca de un producto o servicio y ubicarnos cuando estamos perdidos. A estas funcionalidades se unen: capturar los momentos más especiales a través de la fotografía o el vídeo, realizar gestiones bancarias u de otro tipo, servir como método de pago en puntos físicos, para ac-

Los móviles de contrato se llevan la palma en las tres categorías, con un aumento de un 275% en valor, un 56% en unidades y un 139% en precio

MERCADO DE TELEFONÍA DOMÉSTICA 2018-2021

Facturación (millones de euros)



Fuente: Consultoras. Elaboración: Electromarket.
*Previsión

ceder a la compra online, consultar las predicciones meteorológicas, las noticias y tendencias más actuales, el precio de la gasolina, entre muchas otras. Pero, ¿por qué conformarnos con una cámara fotográfica, de vídeo o una agenda? Si en realidad podemos tener todo ello y mucho más en un mismo equipo. Esto no es todo. A diferencia de lo que pudiéramos pensar, su contenedor no es proporcional a la cantidad de elementos que alberga, sino que sus diseños se vuelven más finos y ligeros, sus pantallas son de mayor calidad, al igual que los sensores de sus cámaras, y ya no digamos su rendimiento y su potencia para ofrecer una mayor fluidez. Sus baterías ganan en durabilidad, con el fin de que los usuarios no tengan que estar pendientes de cargarlos de forma continuada y poder desempeñar su actividad sin preocupaciones. En segundo lugar, se encuentran los de prepago, que descienden en las tres áreas. Tras estos se colocan los libres, que salen reforzados en valor, unidades y precio. Aunque este último se colocó por encima del periodo pasado (5%), siguen siendo de los modelos que más rentables salen. Por último, el teléfono fijo (telefonía hogar) queda relegado a un segundo plano, cayendo en valor y unidades, un 13 y un 14%, y con un precio al alza del 2%. Puede tener su significado en que hoy en día prácticamente la gran mayoría de los consumidores cuentan con un terminal en casa y se prescinde de la línea fija porque ya no es tan necesaria como lo era antaño para conectarse a la red. Además, los móviles otorgan una mayor libertad al usuario, pudiendo estar comunicado en donde quiera que este esté.

Un terminal a medida

En la palma de la mano sí, pero que no sea pesado ni tampoco demasiado ancho. Que quepa en cualquier parte, que sea resolutivo, práctico, fluido, resistente y con autonomía para aburrir. Si puede ser con un elegante diseño, mejor. Como si le estuviésemos escribiendo la carta a los Reyes Magos, los fabricantes toman nota de todas nuestras exigencias y también necesidades para componer un móvil con las máximas prestaciones posibles. El resultado: smartphones delgados, ligeros, compactos, con pantallas que preserven nuestra vista y con tasas de refresco que lleguen desde los 120 hasta los

180Hz, equipados con altavoces en estéreo, y que dispongan de entre tres a cuatro cámaras, algunas con Inteligencia Artificial y otras especiales para *selfies*, siendo la principal, en algunos casos de 48, 50, 64 o de 108 MP. Dependiendo de la marca, es posible utilizar en simultáneo la cámara principal y la trasera durante una grabación. Colores brillantes, gusto por el detalle, sin pérdida de la calidad incluso en las instantáneas nocturnas... Potentes procesadores y baterías, donde la carga rápida hace milagros, pudiendo recuperar la mitad de la batería en un abrir y cerrar de ojos. Los plegables merecen un reconocimiento especial. Los hay en formato de concha, que casi pasan desapercibidos al camuflarse tras la mano y que hacen que sea posible acceder a algunas funcionalidades desde el exterior cuando está cerrado. En su apertura, la bisagra forma un todo en uno, de modo que el pliegue es casi impredecible. Aunque existen firmas que sorprenden con propuestas todavía más innovadoras, como un plegable a dos manos. Es como si fuesen dos terminales, pero unidos con una bisagra flexible, que casi desaparece en su extensión para dar lugar a una completa pantalla inmersiva y

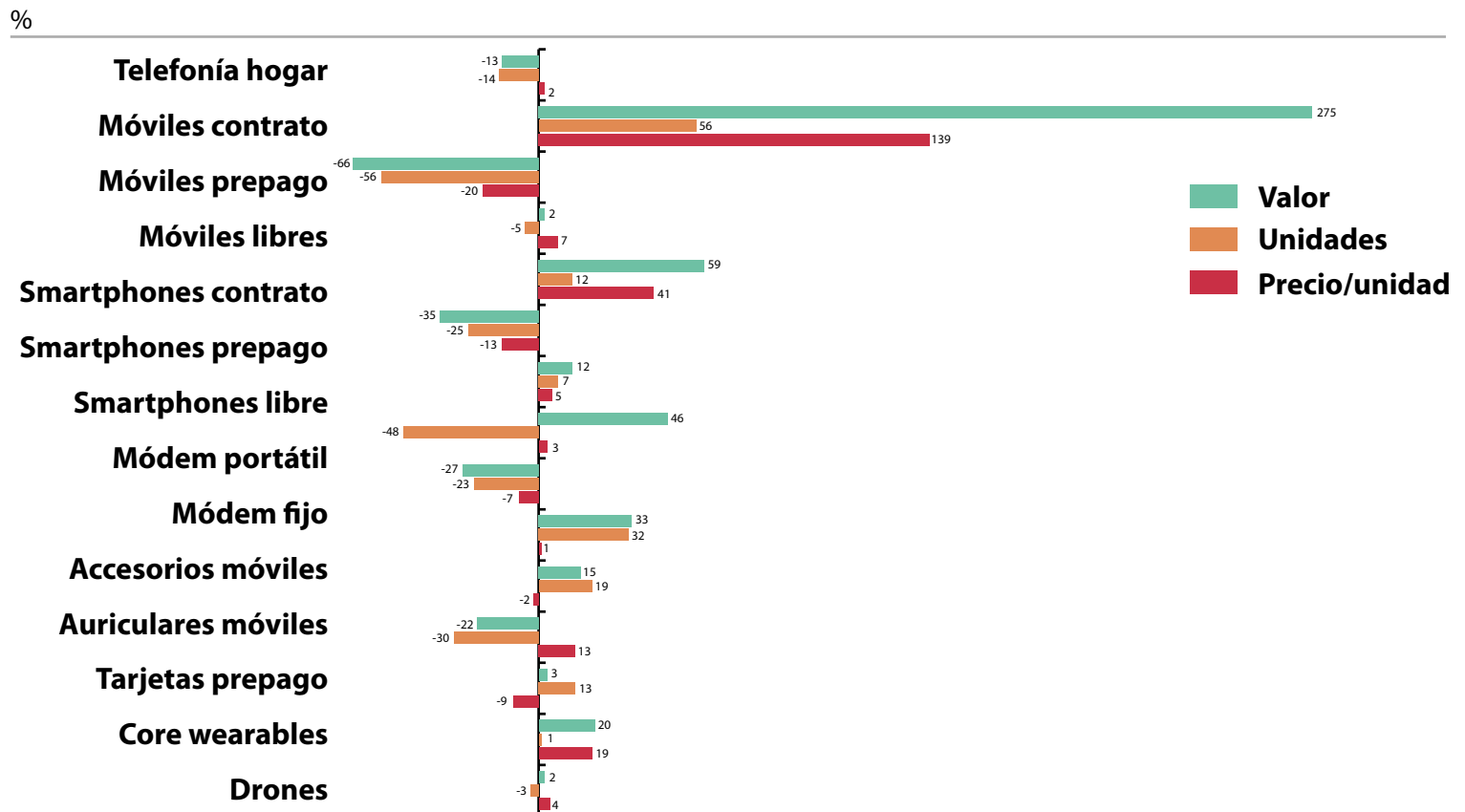
ergonómica. En lo que respecta a los móviles tradicionales, la innovación es evidente: algunas referencias permiten emplear el ‘manos libres’ sin tener que conectar unos auriculares, utilizar el Bluetooth o disponer de Dual SIM. En cambio, existen otros que van un paso más allá y ofrecen una fusión entre el terminal de toda la vida y el inteligente para ofrecer un híbrido, con botón para WhatsApp, acceso a Internet y otras aplicaciones como Facebook, así como GPS, Google Maps, reproductor de música y vídeo, sin que haya una pantalla táctil de por medio.

Diversidad

Los accesorios se convierten en complementos indispensables para una experiencia de usabilidad más completa. Así, las fundas evolucionan, pasando de ser un elemento protector del terminal para adaptarse a los nuevos tiempos, incorporando un cordón para llevar el móvil a cuestras y poder manipularlo de una forma cómoda, otras hasta añaden en su parte posterior una goma elástica para facilitar su agarre, y las hay que vienen con una anilla trasera a la que poder agarrarse cuando se realizan *selfies* o emplearse como soporte cuando

se están viendo vídeos. En lo que respecta a los protectores de pantalla, se vuelven más resistentes, evitando que se vea afectada frente a arañazos e impactos. Algunos hasta son antihuellas. La irrupción de la pandemia hace que se demanden más dispositivos para trabajar o estudiar desde casa, y si la imagen y el audio son de por sí importantes, ya no digamos una correcta iluminación. Los creadores de contenido, *influencers* y *youtubers* dan fe de ello. Para poder disfrutar de un *streaming* iluminado, enfocado y flexible, es importante contar con un anillo de luz LED con soporte incorporado. Se garantiza la estabilidad de la imagen, se puede regular la altura, permiten configurar el brillo y la intensidad, sin que las sombras sean un impedimento, y algunos hasta son capaces de corregir las imperfecciones de la piel. Es por eso que los accesorios móviles parece que están viviendo un buen momento, ya que en comparación con el año anterior mostraron sus mejores marcas: tanto su valor como sus unidades superaron el 30%, y su precio se incrementó un 1%. La conectividad es uno de esos recursos imprescindibles para desempeñar la actividad laboral y educativa a distancia. Aquí entra en juego

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS 2020-2021



Fuente: consultoras. Elaboración: Electromarket.

el módem. Los consumidores demandan fluidez, velocidad, una mayor capacidad de respuesta y alcance. Son muchos los hogares en los que se conectan varios dispositivos a la vez, en los que la señal tiene que lidiar con obstáculos físicos, como paredes o pisos, viéndose en la necesidad de adquirir repetidores o extensores WiFi para solventar el problema. En el caso del módem el de tipo fijo fue el que salió peor parado, sobre todo en lo que tiene que ver con valor y unidades, con un descenso que supera el 20% en ambos casos y su precio se abarató un 7%. En cambio, el portátil aumentó en valor (46%) y en precio (5%), pero las unidades vendidas cayeron hasta un 48%. A diferencia del primero, este puede llevarse a cualquier lugar, posee un diseño compacto y permite disfrutar de una conexión en espacios donde antes era impensable hacerlo. Por su parte, los auriculares móviles crecieron tanto en valor como en unidades (15 y 19%, respectivamente), y los consumidores los pudieron adquirir un 2% más baratos que en el periodo anterior. Estos se vuelven cada vez más minúsculos sin que esto interfiera en sus prestaciones. Del blanco y negro se pasa al color (lavanda, rojo, amarillo, verde, azul, con acabados brillantes, etc.), lo importante es que se ajuste bien al pabellón auditivo. Es por eso que en ocasiones vendrán acompañados de almohadillas de diferentes tamaños. La ligereza es otra de sus ventajas, al igual que lo es que esté dotado de cancelación activa de ruido para que el fondo no sea un problema durante las llamadas, existiendo la posibilidad de no eliminarlo del todo para tener contacto con ambos entornos de escucha. Su autonomía es otra de sus bondades, y su estuche de carga hace que esta característica se refuerce. Resistentes al agua y al sudor, con voces claras y nítidas en las llamadas, sonidos potentes y graves profundos. Y, por su puesto, con conectividad fluida y emparejamiento rápido y preciso con otros dispositivos.

A contracorriente

El mercado de los smartphones a nivel mundial navega con el viento en su contra. Sus ventas descendieron casi un 9% en el primer trimestre de este año en comparación con el periodo pasado, colocándose en los 314,1 millones de unidades vendidas, según datos de IDC. Samsung lidera el podio con una cuota de mercado del 23,4% y casi 74 millones de unidades vendidas. Le sigue Apple y Xiaomi en segundo y tercer puesto, siendo el primero el único que sube (2,2%). Por su parte, Xiaomi experimenta una caída cercana al 18%. En el extremo opuesto se encuentran vivo y OPPO, con caídas que superan el 25%.

Nabila Popal, directora de investigación de IDC, lamenta que *“aunque se esperaba un cierto descenso en el primer trimestre, debido a los continuos retos logísticos y de suministro y a una difícil comparación interanual, las cosas parecen haber dado un giro a peor”*. De este modo, señala que *“el sentimiento de los consumidores en todas las regiones, y especialmente en China, es ampliamente negativo, con fuertes preocupaciones en torno a la inflación y la inestabilidad económica que han*

frenado el gasto de los consumidores. A esto se une ahora el aumento de los costes de los componentes y el transporte y los recientes cierres en Shanghái, que están agravando una situación ya difícil. A todo esto, se suma la invasión rusa de Ucrania, que impactó de inmediato en esa región...”

Sin embargo, parece que no está todo perdido. La venta de los plegables avanza a buen ritmo. Desde mediados de 2021 comienzan a despegar de forma considerable, con nueve millones de unidades vendidas, cifra un 300% superior a la registrada en el 2020. Samsung continúa al frente, no sólo en lo que a catálogo se refiere, sino que también a volumen de ventas, superando los 10 millones de unidades. Por su parte, Huawei ocupa el segundo lugar, pero se sitúa muy detrás, copando el 10% del mercado. ▶

El mercado de los smartphones a nivel mundial navega con el viento en su contra. Sus ventas descendieron casi un 9% en el primer trimestre de este año

