

image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



Los móviles hechos en China han ganado en prestaciones y calidad. Autor: Juventud Rebelde Publicado: 14/08/2019 | 08:54 pm

La silenciosa conquista del mercado de teléfonos móviles

Los últimos datos de ventas de las compañías dedicadas a fabricar teléfonos celulares son claros: China «domina» al mundo en este apartado

Publicado: Miércoles 14 agosto 2019 | 09:50:07 pm.

Publicado por: Yurisander Guevara

Cuando se habla de teléfonos móviles enseguida la mayoría piensa en Samsung y Apple (más bien iPhone, su producto líder). En un tercer lugar se ubica a Huawei, y luego a marcas más tradicionales como LG, Sony, Motorola o Nokia.

Pero nombres más actuales y todavía emergentes, como Xiaomi, Oppo o Vivo, comienzan a hacerse notar, especialmente el primero de ellos en Cuba. Y estos últimos, al igual que Huawei, tienen en común un espacio geográfico en cuanto a origen: China.

Resulta que, si se analizan los datos de la venta de móviles en el mundo durante los últimos tiempos, hay un hecho irrefutable: lenta y silenciosamente los celulares chinos han ido conquistando el mundo, una tendencia que podría mantenerse en alza y que explica, entre otras cosas, la feroz guerra que el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, lanzó contra Huawei.

Marcas en picada

Siendo justos, los primeros móviles chinos que conocimos en Cuba —o al menos con los que tuviera este redactor contacto— eran unas malas copias de las grandes marcas. De eso hace menos de diez años, aunque pareciera que transcurrió más tiempo por el dinamismo con que se mueve este sector de la tecnología.

Sin embargo, ese escenario ha cambiado y para bien. Los fabricantes de móviles con origen chino se ajustaron a los parámetros de calidad actuales, y poco o nada tienen que «envidiarle» a las marcas más tradicionales. Acaso ahora son referente, en no pocas ocasiones, de cómo hacer más con menos, si tomamos en cuenta sus modelos de negocio.

Xiaomi, por ejemplo, ha basado sus ventas en internet, y apuesta por un margen de ganancia mínimo en aras de vender más unidades. La calidad de sus terminales es tremenda y, comparado con un iPhone, cuyo precio ronda o sobrepasa los mil dólares, los gama alta de Xiaomi, tan poderosos como los hechos por los de Cupertino, cuestan menos de la mitad.

De acuerdo con los últimos resultados fiscales de las empresas más consolidadas en el mercado de los móviles, la conquista china es un hecho. A pesar del plus que pone Samsung —literalmente cada modelo tiene un signo de adición que es otro teléfono con mejores prestaciones—, sus S10 no triunfan como esperaban, y iPhone va en picada. Entretanto, el crecimiento de Huawei parecería imparable —con todo y el bloqueo trumpiano—, y el resto de las marcas chinas impulsan a este país a liderar las ventas móviles.

Si miramos un poco atrás, y según la consultora IDC, en el primer trimestre de 2016 Samsung y Apple tenían entre ambas un 39,2 por ciento del mercado móvil. Mientras, Huawei, OPPO y Vivo —Xiaomi ni siquiera aparecía entre los grandes vendedores— sumaban un 18,7 por ciento.

Pero estos números han cambiado. Samsung y Apple redujeron su cuota a un 34,8 por ciento, y entre Huawei, Xiaomi, Vivo y OPPO suman ahora un 42,6 por ciento del mercado mundial.

Buena parte de este éxito se debe también a que han perdido un protagonismo importante otros fabricantes de antaño, como LG y Sony, por solo mencionar dos ejemplos.

En los datos fiscales presentados por Apple el pasado 30 de julio, la empresa reconoció pérdidas del 12 por ciento en ventas en cuanto a iPhone. Ya habían perdido un 17 por ciento en el primer trimestre del año respecto al mismo período de 2018.

Para hacer frente a esta desaceleración en el mercado móvil, Apple se ha centrado en otros productos. Wearables (dispositivos electrónicos incorporados a la vestimenta) como Apple Watch, y otros como HomePod, Apple TV y hasta los AirPods son responsables de que la empresa no vaya totalmente en picada ante la caída del iPhone.

La salida de esta empresa de su responsable de diseño durante las tres últimas décadas, Jonathan Ive, podría suponer un nuevo reto, pues bien es sabido que el público fanático a esta marca presume de exclusividades que, en buena medida, fueron responsabilidad de este señor.

Samsung, por otro lado, no ha logrado que el S10 cale en el público, aunque los Galaxy A y J sí han tenido buenas ventas. La compañía sudcoreana reconoció una «debilidad en ventas» durante este trimestre debido al «estanco» de sus productos prémium.

Sony, que en algún momento «triunfó» con sus Xperia, apenas registra en el segundo trimestre ventas de 900

000 terminales, un número que se antoja pequeño ante las decenas de millones de las grandes marcas.

Sobre LG, se debe mencionar que su división de móviles se contrajo todavía más, ahora en un 21,3 por ciento durante el segundo trimestre de este año, lo cual genera pérdidas. Esta empresa culpó a las marcas chinas por su «agresiva estrategia de precios».

China da una vuelta de tuerca

Los resultados de las marcas más establecidas contrastan con los de las empresas chinas. Huawei, por ejemplo, creció de forma notable en el segundo trimestre del año, con un 24 por ciento de aumento en venta de móviles. Sin duda, el veto estadounidense sobre sus productos le afecta, pero no como para frenar su avance.

Xiaomi, por su parte, no ha revelado las cifras del segundo trimestre de este 2019, pero en los tres primeros meses del año habían crecido un 16,2 por ciento frente al mismo período de 2018. Eso significa ventas cercanas a los 28 millones de móviles.

Aunque son menos conocidos en Cuba, Oppo y Vivo son gigantes en China. A nivel global se encuentran hoy en franca «lucha» con Xiaomi, y tienen interesantes modelos a la altura de las marcas más establecidas.

Tanto Xiaomi, como Oppo o Vivo, podrían quitarle a Apple el tercer puesto de ventas globales antes de que acabe el año.

Lo cierto es que la explosión de ventas de los móviles chinos indica que el mercado de celulares caros sufre de una falta de interés por parte de los usuarios, que pueden acceder ahora a modelos similares con un precio mucho más bajo.

De hecho, Samsung parece haber comprendido esto y de ahí su línea Galaxy A, destinada a crear celulares potentes a precios inferiores a los de sus buques insignia.

A 12 años del lanzamiento del iPhone, el primer smartphone de la historia, en el mundo hay aún miles de millones de usuarios con ganas de acceder a teléfonos inteligentes económicos y más modestos. He ahí la clave que entendieron los fabricantes chinos. Solamente Xiaomi tiene decenas de modelos ajustados a todos los bolsillos y, hay que decirlo, la relación calidad-precio es asombrosa.

El tiempo dirá si mantienen la calidad exhibida hasta ahora, pero lo cierto es que China sigue dando pasos seguros en el campo tecnológico, especialmente en el ligado a la telefonía —Huawei, por ejemplo, lidera ahora mismo las redes 5G—, una realidad que los números confirman.

Y usted querido lector, ¿ha sido (es) dueño de algún móvil chino? ¿Fue (es) satisfactoria su experiencia?

<http://www.juventudrebelde.cu/suplementos/informatica/2019-08-14/la-silenciosa-conquista-del-mercado-de-telefonos-moviles>