



WORKING PAPER SERIES

Mercado de Smartphones en México: Evolución, Relevancia y Reconfiguración

THE COMPETITIVE INTELLIGENCE UNIT

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	3
2. DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO	4
2.1. PENETRACIÓN DE SMARTPHONES	4
2.2. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL PARQUE TOTAL DE EQUIPOS	6
2.3. VENTAS DE DISPOSITIVOS	10
3. DISTRIBUCIÓN POR GAMAS	12
3.1. GAMA MEDIA: BANDERA DE CRECIMIENTO	13
4. VARIABLES DE ELECCIÓN DE COMPRA DE EQUIPO	14
4.1. PRECIO	15
4.2. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	16
4.3. PROCESADOR	17
4.4. RESOLUCIÓN DE LA CÁMARA	18
4.5. SISTEMA OPERATIVO	19
4.6. DURACIÓN DE LA BATERÍA	20
4.7. DISEÑO	21
4.8. OTRAS CARACTERÍSTICAS RELEVANTES	21
5. RECONFIGURACIÓN DEL MERCADO	23
6. CONCLUSIONES	26

1. INTRODUCCIÓN

En junio de 2007, los fabricantes de equipos de telefonía móvil dieron un salto en el desarrollo de dispositivos con el surgimiento de los “teléfonos inteligentes” o smartphones. Esto resultó en una revolución en el acceso a internet, así como en los hábitos de consumo y uso de los dispositivos. Desde ese momento, el mercado de dispositivos móviles ha registrado una trayectoria hacia su masificación y diversificación en el número de fabricantes y alternativas disponibles para los consumidores.

En la actualidad, se identifica una carrera tecnológica entre los principales fabricantes mundiales, que con sus avances tecnológicos e innovaciones han propiciado el desarrollo y consolidación de otros mercados, incluso, en el contexto pandémica actual, han sido la principal herramienta de acceso a información, comunicación y entretenimiento.

Esta circunstancia ha empoderado a los consumidores en el mundo, quienes se encuentran en una fase de marcado aprendizaje, exploración y aprovechamiento de las herramientas que los fabricantes ponen en sus manos con la finalidad de facilitar las tareas que desarrollan en su día a día.

México no es la excepción, tal que la adopción de estos equipos se aproxima a la totalidad del parque de líneas móviles. La preferencia entre fabricantes y gamas ha entrado en una fase de reconfiguración, en la cual es menester identificar y entender las necesidades de los usuarios, a fin de colocar los dispositivos predilectos para el mercado mexicano.

En este sentido, el presente documento pretende dimensionar el mercado mexicano de equipos inteligentes y proyectar la reconfiguración que podría tener lugar en el mercado mexicano, ante la salida de jugadores relevantes y la llegada de fabricantes que cuentan con amplio reconocimiento a nivel mundial.

Para llegar a este objetivo, se analizará la evolución de los usuarios hacia la gama media que ha sido determinante para adentrarse en el mundo digital, circunstancia que ha propiciado un cambio de preferencias y hábitos de consumo de los usuarios.

Con base en esa reconfiguración de hábitos, se vislumbra una reconstitución del escenario competitivo en términos de la participación de mercado de los diferentes fabricantes en México.

A partir del conocimiento de los factores que ponderan en mayor medida al momento de elegir un nuevo dispositivo y la oferta disponible en el mercado mexicano, se determinará si el mercado tomará una ruta de concentración o mayor competencia.

Es importante resaltar que, al cierre de 2020, 85% del mercado en México se encuentra concentrado en 5 grandes fabricantes de dispositivos de los más de 30 fabricantes que dotan de equipos al territorio mexicano.

2. DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO

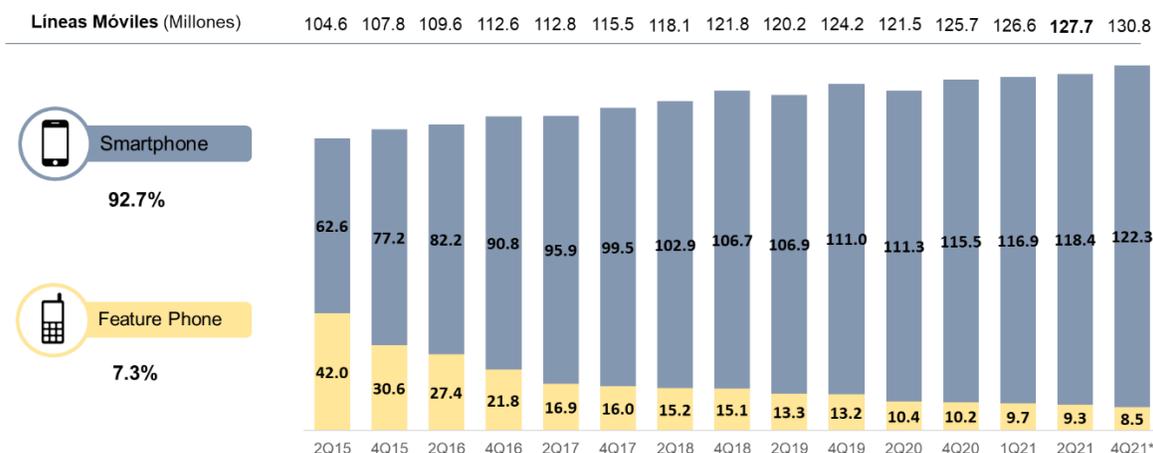
2.1. PENETRACIÓN DE SMARTPHONES

Al cierre de la primera mitad de 2021, se contabilizaron 127.7 millones de líneas móviles en activo en el país. Tomando en consideración el Censo Nacional de Población y Vivienda 2020, realizado por el INEGI, en México existen 126 millones de habitantes¹, lo que significa que, en 2021, por primera vez, alcanzamos la tan anhelada teledensidad 100%.

De esta contabilidad de líneas, 92.7% corresponden a un teléfono inteligente, es decir, 118.4 millones de líneas en funcionamiento se asocian a un smartphone, cifra que implica un crecimiento anual de 6.3%, considerando que existían 111.3 millones de dispositivos inteligentes en el país en el segundo trimestre de 2019 (2T-2019).

¹ <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/default.html>

Penetración de Smartphones en México (Millones y Proporción del Total de Líneas Móviles, %)



En México, durante los últimos años, se ha acelerado la adopción de smartphones. Si bien, se ha alcanzado una la teledensidad de líneas móviles del 100%, otros países de Latinoamérica ya habían alcanzado incluso superado este hito, pero con una baja penetración de smartphones. En este indicador, México destaca frente a otros países de la región, que registra un promedio de adopción de 64%.²

Esto se debe no sólo al avance tecnológico y la creciente oferta en el número de fabricantes que se disputan el mercado mexicano, sino también a los acuerdos comerciales que el país sostiene con los países que diseñan y fabrican en mayor medida estos dispositivos, como E.E.U.U., Corea y China, circunstancia que nos permite acceder a tecnología de punta a precios accesibles.

Si bien la revolución de los teléfonos inteligentes comenzó de la mano de Apple en 2007, fabricante que mantiene un enfoque de mercado de gama alta, otros desarrolladores optaron por ofrecer dispositivos con características y capacidades similares, pero a menores precios, lo que detonó una masificación de estos dispositivos.

² <https://es.statista.com/estadisticas/635769/usuarios-de-telefonos-moviles-en-latinoamerica--2019/>

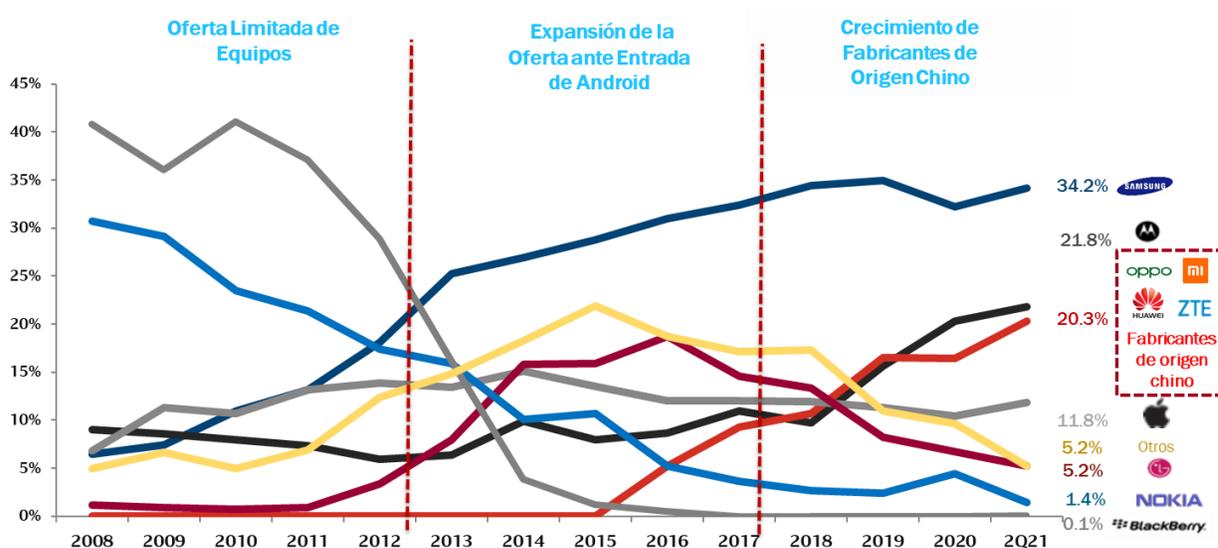
Con el avance tecnológico, los dispositivos de gama media han acrecentado sus capacidades, convirtiéndose en una opción atractiva para usuarios que realizan una importante cantidad de tareas desde sus dispositivos y no cuentan con la disponibilidad de recursos económicos para hacerse de un dispositivo insignia o "*flagship*". De esta forma, el mercado en México se posiciona como uno de los más importantes en la región por la alta penetración y ponderación de estos equipos en la extensa población mexicana.

2.2. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL PARQUE TOTAL DE EQUIPOS

Un mercado que cuenta con 118.4 millones de dispositivos activos, genera un importante atractivo para la incursión y diversificación en la oferta de dispositivos por parte de los fabricantes de equipos, con la finalidad de incrementar su huella de mercado.

El mercado mexicano de smartphones ha cambiado radicalmente su configuración desde la entrada de los primeros dispositivos en 2008. En esta primera etapa, fueron pocas las empresas con la capacidad de innovación para ofrecer estos equipos, por lo que BlackBerry y Nokia registraban una participación de mercado de 3 de cada 4 dispositivos vendidos en el país, mientras que Apple se estableció como empresa de nicho para usuarios de alta gama.

Evolución Histórica de la Participación de Mercado (%)



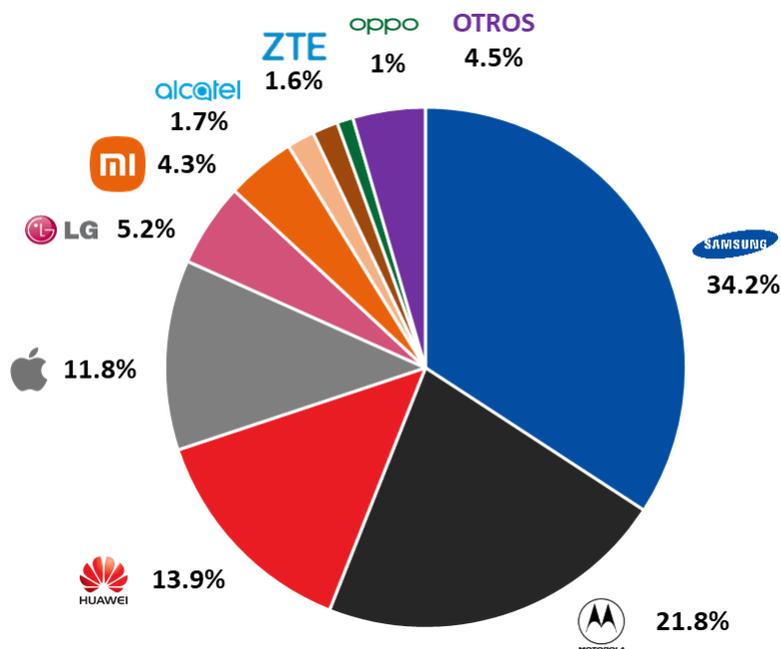
Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

La entrada del Sistema Operativo Android en 2011 detonó una atomización en el número de fabricantes existentes y una reconfiguración del mercado, con la presencia y liderazgo de empresas con alto reconocimiento de marca como Samsung y LG.

Hoy este mercado se encuentra en una tercera etapa, en la que fabricantes, principalmente de origen chino como Huawei, Xiaomi u OPPO, se han abierto camino con los consumidores a través de dispositivos innovadores a niveles de precios que se ajustan al poder adquisitivo promedio de los consumidores de México.

Así, al cierre del segundo trimestre de 2021 (2T-2021), Samsung se ostenta como el fabricante que ha colocado una mayor cantidad de dispositivos en México, al alcanzar una participación de mercado de 34.2% del total de los equipos en operación. Esta empresa, ha logrado esta densidad de smartphones, al ofrecer un extenso catálogo de productos en todas las gamas, que permean a usuarios de todos los niveles socioeconómicos, perfiles y grupos de edad.

Participación de Mercado del Parque Total de Smartphones, 2T-2021 (%)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

En segundo lugar, se ubica Motorola con 21.8% del mercado. El fabricante de Chicago que ahora opera bajo la bandera de desarrollo China, al ser propiedad de Lenovo, tuvo un desempeño complejo 4 años atrás, sin embargo, con un reenfoque en la oferta de equipos de gama media, logró consolidarse en las preferencias de los usuarios y retomar la ruta de crecimiento ascendente que traza desde su incursión en el mercado.

El tercer puesto lo ocupa Huawei, fabricante que tuvo un acelerado crecimiento de 2017 a 2019, sin embargo, esa trayectoria se frenó por el conflicto geopolítico sinoestadounidense. El presidente Trump mandató un veto comercial a Huawei en 2019, circunstancia que generó que los dispositivos de este proveedor no pudieran operar con los servicios de Google, por lo que desaceleró e incluso se redujo su preferencia entre los consumidores mexicanos. Con todo ello, al 2T-2021, contabiliza una participación de mercado de 13.9%, sin embargo, es previsible que emprenda una ruta en descenso más marcada en los próximos dos años.

Apple, fabricante de Cupertino que, como se refirió anteriormente, empezó la era de los smartphones, cuenta con 10% del mercado. Lo anterior debido a su enfoque de usuarios de alto poder adquisitivo y fidelidad a la marca, con una oferta centrada en dispositivos de gama alta del

mercado, lo que representa desventaja para el mercado mexicano, pues una gran proporción de los usuarios no pueden realizar el gasto necesario para hacerse de uno de estos dispositivos.

El top 5 lo complementa LG. Este fabricante, apoyado en la gama media, llegó a contar con una participación de mercado de 15% hace 4 años. No obstante, se precipitó su caída ante el auge que supuso la llegada de dispositivos de gama media traídos a México por Huawei. La historia de ambos fabricantes, por razones diferentes, hoy convergen, al dirigirse a una ruta de su desaparición en el mercado, con lo cual se prevé una nueva reconfiguración en el mercado, lo que abre una oportunidad para los fabricantes que ostentan una mayor cuota, pero también para aquellos que están desembarcando en el mercado.

Dos de los fabricantes mundiales más importantes que se perfilan, por su músculo financiero, operativo y de enfoque de negocios, para competir en el mercado mexicano y convertirse en jugadores relevantes en el corto plazo son los casos de OPPO y Xiaomi.

El primero, que incursionó recientemente en el mercado mexicano, alcanza una participación de mercado de 1.0% de los equipos en activo al 2T-2021 y se prevé que registró un crecimiento exponencial como lo ha logrado a nivel mundial, de la mano de la oferta de dispositivos de gama media y gama media/alta a precios y configuración de capacidades tecnológicas atractivas para los usuarios y una grandes esfuerzos de mercadotecnia dentro del país. El segundo, Xiaomi, comenzó la venta de dispositivos de manera formal en México hace 3 años y al 2T-2021 contabiliza una cuota de 4.1% del mercado total de equipos en operación.

El resto del mercado se encuentra dividido en dos grupos de fabricantes, aquellos que son marcas reconocidas en el mundo de la tecnología, pero que por diversas razones no ha despuntado su participación en el mercado de smartphones y hoy se encuentran frente a un panorama adverso. El segundo grupo corresponde a fabricantes “libres” o de marcas con poco o nulo reconocimiento entre los usuarios. Estos privilegian su nivel de precios como su principal diferenciador competitivo, lo que les impide realizar grandes esfuerzos en publicidad y es mediante una estrategia de posicionamiento de dispositivos en tiendas de autoservicio y conveniencia como han logrado escalar su huella de mercado.

A partir de la masificación de equipos y dinámica competitiva entre fabricantes, es que el mercado mexicano se ostenta como uno de los principales en Latinoamérica. Así también, por el flujo de dispositivos vendidos trimestre a trimestre, como se evidenciará a continuación.

2.3. VENTAS DE DISPOSITIVOS

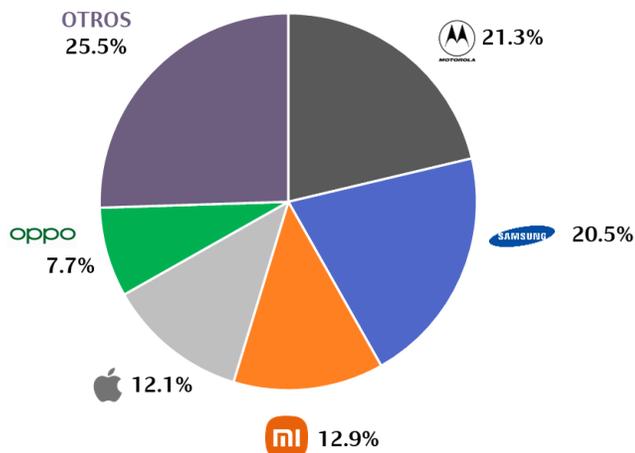
La incorporación de tecnologías innovadoras que año con año realizan los fabricantes en el lanzamiento de nuevos smartphones, para dotar a los usuarios de dispositivos que les permitan un mejor aprovechamiento de las herramientas y capacidades, ha detonado una dinámica de reemplazo incesante, en la búsqueda de tener equipos de vanguardia.

En México, se comercializan más de 30 millones de nuevos dispositivos al año, tan sólo en el segundo trimestre de 2021 (2T-2021), se vendieron 7.8 millones de equipos inteligentes, dos de cada tres (5.1 millones) de gama media y gama alta, lo que evidencia una clara tendencia de los usuarios por realizar esfuerzos presupuestales para poder adquirir dispositivos con capacidades superiores y herramientas avanzadas que traduzcan el gasto realizado en una inversión para la realización de un creciente número de actividades.

Al analizar la participación de mercado de los diferentes fabricantes por las unidades de equipos inteligentes vendidos, se identifica que hay fabricantes que comienzan a ganar preferencia y relevancia, así como otras marcas que comienzan a enfrentar mayores retos al momento de desplazar dispositivos.

El fabricante que durante el 2T-2021 vendió la mayor cantidad de dispositivos fue Motorola, al alcanzar una participación de mercado de 21.3% del total de dispositivos vendidos. En segundo lugar, se ubica Samsung con una cuota de 20.5%. Ambos fabricantes ostentan el primero y el segundo lugar en términos del parque total como de venta de dispositivos. No obstante, en las posiciones siguientes encontramos oferentes que por su dinámica de crecimiento actual se vislumbra una reconfiguración en ecosistema competitivo del parque total de equipos.

Participación de Mercado de Ventas de Smartphones, 2T-2021 (%)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

Xiaomi ocupa el tercer lugar, con 12.9% del total de los dispositivos vendidos, esta circunstancia ha posicionado al fabricante de China como uno de los que tuvieron un mejor desempeño durante el trimestre. Apple completa el top 4 al alcanzar 12.1% de unidades vendidas durante el 2T-2021.

OPPO, fabricante chino que llegó a México en meses recientes y que aun en un año pandémico ha logrado comenzar a posicionarse en la preferencia de los usuarios, logró una participación de mercado de 7.7% en la venta de equipos, rendimiento que no habíamos observado en tan poco tiempo por otro fabricante que llegara a territorio nacional, por lo que también es una de las empresas con mayor prospectiva de crecimiento durante los siguientes trimestres.

Ahora bien, a partir de esta dinámica y estructura de desplazamiento de equipos, se identifica una competencia de naciones en el territorio mexicano.

La llegada de Huawei a México rompió la barrera cultural para los usuarios que identificaban los productos vendidos bajo la bandera de China como unos que carecían de calidad. El voto de confianza otorgado a esta empresa permitió a los mexicanos cambiar esta percepción.

Al 2T-2021, entre los seis principales fabricantes que desplazaron una mayor cantidad de dispositivos, tres son de origen chino. La otra mitad se conforma por: una empresa de Estados Unidos que ahora opera bajo las riendas de una marca China (Lenovo), uno más (Samsung) es de Corea del Sur y solamente un fabricante compite por los Estados Unidos (Apple).

Esto abre una marcada oportunidad de negocios para fabricantes de origen chino que están dotando al mercado con dispositivos que se ajustan a las características y capacidades buscadas por los mexicanos y desean ampliar su alcance y preferencia entre los usuarios.

3. DISTRIBUCIÓN POR GAMAS

De acuerdo con información de la Asociación Mexicana De Agencias De Inteligencia De Mercado Y Opinión Pública AC (AMAI), 52% de la población en México es de nivel socioeconómico (NSE) bajo (D/E), mientras que 42% es de NSE medio (C/C+) y sólo 7% restante corresponde a los NSE más altos (A/B) del país.³

A partir de este referente del poder adquisitivo de la población es previsible pensar que la mayoría de los dispositivos en México son de gama baja.

Esa era la realidad hasta hace cuatro años, cuando los usuarios entendieron la relevancia de contar con un dispositivo móvil inteligente de gama media y alta, por las capacidades superiores que los caracterizan y las tareas que podían realizar.

Adicionalmente, de acuerdo con el 17º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021, realizado por The Competitive Intelligence Unit (The CIU) en colaboración con la Asociación de Internet MX, 92% de los internautas poseen un Smartphone, 45.2% cuentan con una computadora, mientras que sólo 14.4% tienen una tableta.⁴

Por lo que el Smartphone es la principal vía de acceso a conectividad para un elevado porcentaje de la población, al ser, en ocasiones, el único medio de acceso a internet con el que cuentan.

Así, en el segundo trimestre de 2017 (2T-2017), 63.7% de los equipos en manos de los mexicanos eran de gama baja, mientras que 28.9% de gama media y solamente 7.1% de gama alta. Cuatro años después, el mercado ha tomado una ruta completamente diferente.

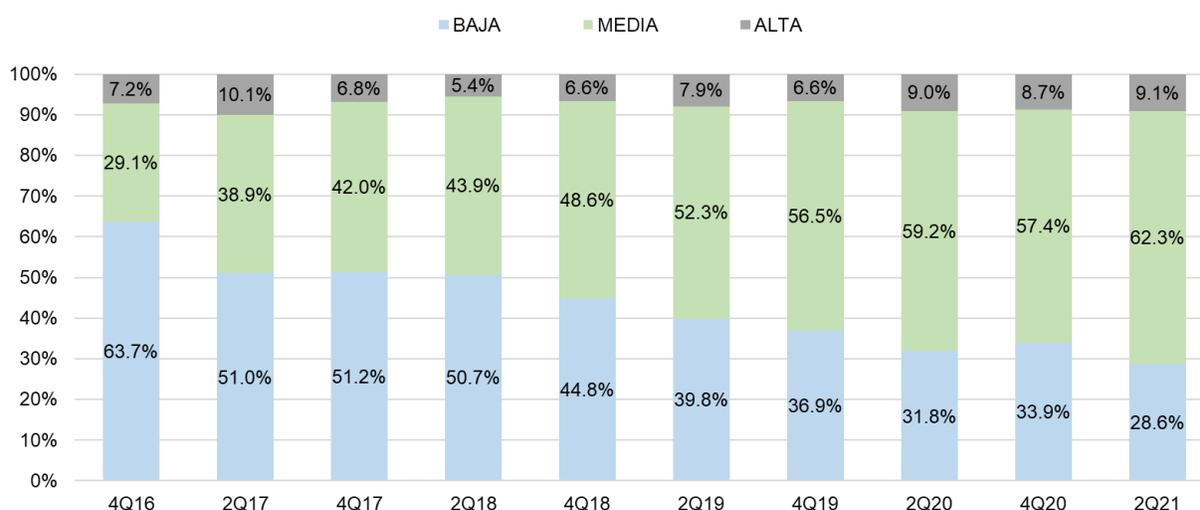
³ <https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=2018>

⁴ <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>

3.1. GAMA MEDIA: BANDERA DE CRECIMIENTO

La gama media se ha posicionado como el segmento con la mayor distribución del mercado. Al 2Q21, de los 118.4 millones de equipos, 62.3%, es decir, 73.7 millones de dispositivos, corresponden a esta gama, mientras que la gama baja registra una notable disminución al registrar una ponderación de 28.6% del mercado. El restante 9.1% de los equipos, corresponden a la gama alta.

Tenencia de Smartphones por Tipo de Gama
(Proporción del Parque de Equipos, %)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

Sin duda, las innovaciones que los fabricantes han traído a México en equipos de gama media han provocado un empuje en su tenencia.

Los usuarios reconocen las capacidades que los fabricantes ofrecen y que habilitan un mejor desempeño de sus tareas, sin tener que pagar por dispositivos de la más alta gama que si bien cuentan con características por demás atractivas, en ocasiones no son completamente necesarias y por tal motivo, se prefiere invertir en características que incidan directamente el funcionamiento del dispositivos y no sean vistas como elementos complementarios como es el caso del desbloqueo facial o el zoom óptico.

De esta forma, los usuarios han enfocado sus esfuerzos presupuestales en la adquisición de equipos de gama media, erigiéndose como una de las banderas de crecimiento de toda la industria e impactando de forma positiva en el uso de servicios y aplicaciones digitales, por ejemplo, al intensificar la descarga de datos móviles.

En el mismo periodo en el que la gama media ganó 33.4 puntos porcentuales para posicionarse como la gama predominante en el país, esto es entre el 2T-2017 y el 2T-2021, los datos de banda ancha móviles usados por los usuarios pasaron de 1,095 MB al mes a 4,045 MB al mes.

Enfoque de Gamas por Fabricantes de Equipo

Alta	✓	✓	✓	✓				
Media	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
Baja	✓	✓					✓	✓

Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

Por otro lado, la gran mayoría de los principales fabricantes se han especializado en la dotación de equipos de gama media dentro del país, circunstancia que les ha permitido crecer y fortalecer su posición de mercado en los últimos años. Sin duda, contar con dispositivos más poderosos en cada renovación es relevante para los usuarios, por tal motivo, se encuentran muy atentos a las características presentadas en cada lanzamiento, para así conocer los equipos y tomar la decisión que se ajuste a las variables de elección que son más relevantes para ellos.

4. VARIABLES DE ELECCIÓN DE COMPRA DE EQUIPO

En México, el catálogo de equipos inteligentes que ofrecen los operadores y distribuidores van desde los \$599 hasta los \$59,000 pesos. Esta diversidad de precios es atribuible en parte por la gran cantidad de fabricantes que han desembarcado en el territorio nacional, además de la estrategia de mercado que han implementado estos fabricantes para poder masificar sus desarrollos, que en ocasiones pueden consistir en lanzar una gran cantidad de dispositivos de forma anual para las diferentes gamas.

A partir de ello, el usuario se enfrenta a una disyuntiva cada vez mayor al momento de acudir a comprar un nuevo equipo y la pregunta inmediata es, ¿qué dispositivo se ajusta mejor a mis requerimientos y preferencias?

Para responder a esa pregunta, el usuario ya ha comprendido el funcionamiento de un Smartphone, por lo que identifica cuáles elementos son esenciales para la realización de sus tareas cotidianas. De esta forma, logra ponderar los factores más importantes en la toma de decisiones de un equipo.

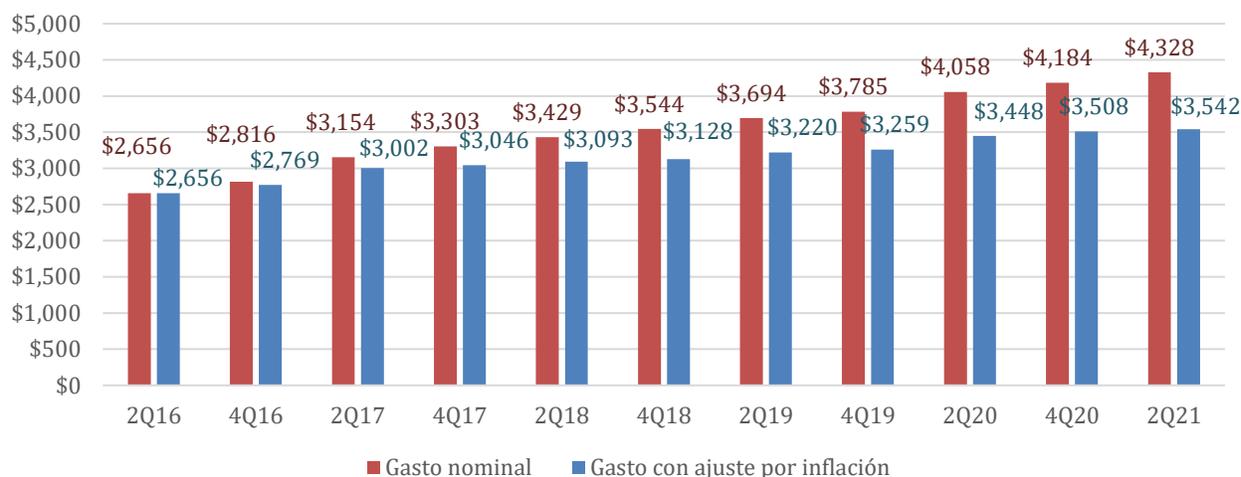
4.1. PRECIO

La primera variable a la cual se enfrenta el usuario al momento de adquirir un dispositivo es el precio. Ante ello, se procede a determinar qué proporción del ingreso disponible se requiere para realizar la compra de un equipo, ya sea de contado o en pagos diferidos. En años recientes, el usuario ha realizado un mayor esfuerzo presupuestal para contar con el mejor dispositivo posible.

Al 2T-2021, 64.4% de los usuarios de smartphones consideran que el precio es la variable más importante al momento de adquirir un nuevo dispositivo. Durante dicho periodo, se reportó un gasto promedio por dispositivo de \$4,328 pesos, cifra que representa un incremento de 6.7% en su comparativo anual. Incluso al ajustar por inflación, se registra un incremento en el gasto de 2.7% en el periodo.

Gasto Promedio por Dispositivo (Pesos)

Ajustado por Inflación (Base 2016)



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

En el último año la profunda crisis económica provocó una contracción del PIB de 8.1%, por ello, un incremento de 6.7% en el gasto promedio de dispositivos es indicativo de la relevancia que tienen estos dispositivos para los usuarios. Más aun en una pandemia en la que el acceso a internet vía smartphones ha permitido a los mexicanos estudiar, trabajar, informarse, acceder a entretenimiento, comprar comida y hacer uso de otras herramientas.

De esta forma, una vez determinado el ingreso disponible para la compra de un equipo, lo siguiente en la ruta de elección es determinar cuáles son las tareas que realiza en mayor medida el usuario, con la finalidad de elegir cuales son las variables más relevantes en la decisión de cuál dispositivo adquirir, mismas que se detallan a continuación.

4.2. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO

En México, la creciente evolución en el gasto que realizan los usuarios por los dispositivos ha habilitado el acceso a equipos cada vez más poderosos y, una de las variables que los usuarios ponderan en mayor medida es la capacidad de almacenamiento.

Hace algunos años, por las condiciones económicas en México, los usuarios adquirían en su mayoría dispositivos de gama baja, que contaban con capacidad de almacenamiento de 16 GB, que resultaba ser menor al descontar la cantidad de GB que resta la instalación del sistema

operativo. De esta forma, era muy común que el grueso de los usuarios en México tuviera dispositivos que frecuentemente les pedían borrar fotos, videos o aplicaciones para continuar funcionando de manera óptima.

Al 2T-2021, 52.8% de los 118.4 millones de usuarios de smartphones afirman que la capacidad de almacenamiento es la segunda variable en orden de relevancia. Este ponderador registra un incremento de 7.9 puntos porcentuales en su comparativo anual.

En promedio, los dispositivos de gama media cuentan con una capacidad de almacenamiento de 64 GB. Sin embargo, los fabricantes entrantes en el territorio nacional están posicionando dispositivos que cuentan con capacidad de almacenamiento de 128 GB en sus lanzamientos de equipos de gama media.

Una capacidad de 128 GB de almacenamiento asegura a los usuarios poder almacenar más de 50,000 fotografías o más de 18,000 canciones o más de 1,000 aplicaciones o videojuegos, para, de esta forma, maximizar el beneficio que los usuarios obtienen en la compra de un nuevo dispositivo. Por tal motivo, aquellos equipos que ofrezcan una capacidad de almacenamiento de 128 GB entran en la ecuación de los dispositivos más buscados y preferidos por los mexicanos.

4.3. PROCESADOR

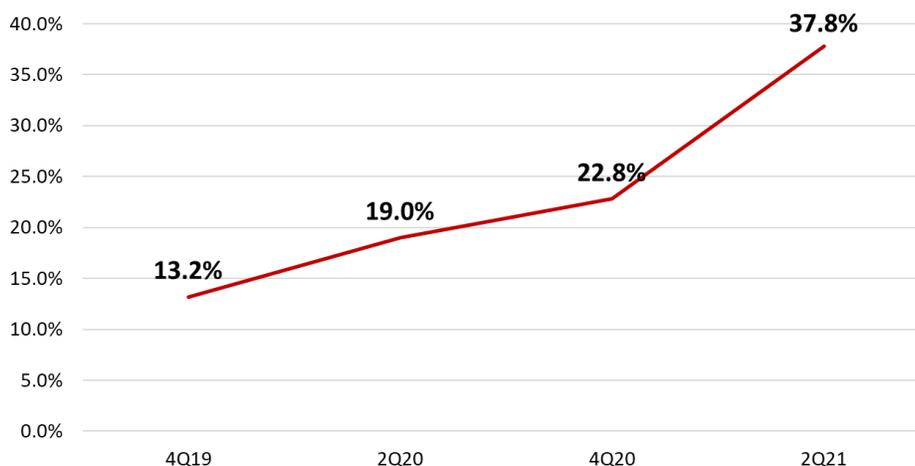
El usuario entendió que una gran capacidad de almacenamiento, que le permita contar con una gran cantidad de aplicaciones descargadas, y a su vez realizar una gran cantidad de tareas, funciona de manera eficiente cuando el procesador del dispositivo es lo suficientemente poderoso para optimizar su uso.

Hace algunos años, el procesador no era relevante en los lanzamientos de los dispositivos, cuando se daban a conocer sus detalles, los usuarios se preguntaban, ¿para qué sirve el procesador? El procesador, es coloquialmente nombrado como el “cerebro” del dispositivo y sus capacidades determinan la velocidad del equipo para analizar las funciones, comandos o programación y así realizar con eficiencia las tareas deseadas o indicadas por los usuarios.

Al entender la relevancia de este pequeño, pero poderoso componente, se posicionó rápidamente como la tercera variable de elección más importante para los usuarios, registrando un crecimiento exponencial en el último año. Durante el 2T-2020, el procesador ocupaba la sexta

posición en relevancia, con tan sólo una proporción de 19% del total de los usuarios que consideraban como un factor relevante en la compra de un Smartphone. Un año después, al 2T-2021, el procesador escaló a una ponderación de 37.8% de los usuarios como elemento decisivo al momento de elegir un dispositivo.

**Procesador como Variable de Elección Relevante de Smartphones
(Proporción del Total de Usuarios, %)**



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

En el mercado, actualmente encontramos una gran variedad de procesadores, sin embargo, estos procesadores son inherentes a cada modelo de equipos, es decir, no encontramos en el mercado mexicano un mismo dispositivo que se venda con procesadores diferentes. Hasta el momento, el usuario en México reconoce y acepta que los procesadores que llegan, más aún en la gama media y alta, aseguran la capacidad de realizar tareas de forma óptima, sobre todo cuando se trata de jugar videojuegos o hacer multitareas (*multitasking*), ya que son actividades que demandan una mayor velocidad de procesamiento de datos por parte de los dispositivos.

4.4. RESOLUCIÓN DE LA CÁMARA

Sabemos que una de las actividades que los usuarios realizan en mayor medida con sus smartphones es tomar fotografías o videos, incluso, desde antes de la llegada de estos equipos,

lo fabricantes percibieron esta preferencia y ya en 2002, con los Feature Phones, comenzaron a comercializar de forma masiva los primeros teléfonos con cámara.

A casi 20 años de esta importante incorporación tecnológica en los teléfonos, hoy este desarrollo ha seguido una ruta de profesionalización, tal que la mayoría de los dispositivos cuentan con cámaras muy poderosas, capaces de ofrecer experiencias de fotografía espectaculares a los usuarios.

La resolución de la cámara es la tercera variable más importante para 35.4% de los usuarios de smartphones.

Los nuevos dispositivos que han arribado a México, en su gama media, cuentan con 3 lentes en la parte trasera y uno más en la parte frontal. De esta forma, el usuario puede explotar las capacidades de esta herramienta, en parte por el uso intensivo de las redes sociales, en las que se postean fotografías.

4.5. SISTEMA OPERATIVO

El sistema operativo es otro de los elementos más importantes en cualquier equipo, actualmente en México, sólo se comercializan dos diferentes sistemas operativos (iOS y Android), con un tercero muy próximo a llegar (HarmonyOS).

Sin embargo, aun cuando la diversidad de este elemento es muy reducida, es una de las variables más importantes para los usuarios al momento de adquirir un dispositivo.

Al 2T-2021 34.3% de los usuarios de smartphones refirieron que el sistema operativo pondera de manera importante su elección de equipo.

Esto cobra mucho mayor relevancia entre los usuarios de Apple, por ser usuarios que en su mayoría conforman un ecosistema tecnológico al adquirir aplicaciones que no son compatibles con el sistema operativo Android. Además de contar, en algunos casos, con otros equipos como tabletas o computadoras que cuentan con el mismo sistema operativo lo que habilita una interoperabilidad entre dispositivos única.

En el caso de los usuarios de Android, sin bien esta variable también es importante, al ser la misma plataforma para diferentes fabricantes, la relevancia es menor. No obstante, si bien el

sistema operativo es el mismo, los fabricantes de dispositivos montan sus propias capas de personalización. Así, Samsung, Huawei, Xiaomi, OPPO, entre otros fabricantes, optan por ofrecer a sus usuarios atajos, gestos y una customización que la diferencia del resto de sus competidores, algo que poco a poco comienza a tomar relevancia entre los usuarios, es así que, en el último año, el sistema operativo registró un incremento en su predilección de 14.6 puntos porcentuales.

4.6. DURACIÓN DE LA BATERÍA

Debido a la naturaleza móvil del dispositivo, la batería es un elemento esencial para el funcionamiento de los smartphones y es un componente que registra un avance significativo a lo largo de la historia de los teléfonos inteligentes.

Si bien, desde hace varios años, se tiene la percepción de que los equipos sólo tienen la capacidad de mantenerse activos durante un día completo, es cada vez más demandante el uso de pantalla para ver videos, realización de tareas y el de procesamiento de información compleja. Lo que evidencia el desarrollo que han tenido las baterías, sin el cual tendríamos que vivir conectados a un cargador.

El incremento en la capacidad de las baterías en dispositivos de gama media alcanza hasta los 4,500 miliamperios (mAh), circunstancia que permite sacar el mayor provecho de los dispositivos. No obstante, ese no ha sido el único avance en materia de batería de los dispositivos.

Desde hace algunos años, también se ha incorporado la carga rápida, solución tecnológica que permite a los usuarios cargar la totalidad de sus dispositivos en tiempos cortos.

Recientemente, esta tecnología ha sido implementada ampliamente y, hoy, encontramos en el mercado dispositivos que son capaces de alcanzar velocidades de carga de 65W, muy lejos de los 10W vistos en el mercado hace un par de años.

Una velocidad de carga de 65W permite a un dispositivo que cuenta con una batería de 4,000 mAh cargarse en tan sólo 35 minutos.

De esta forma, los usuarios no sólo tienen un mejor rendimiento de la batería, sino también cuando esta se agota, en aquellos dispositivos que cuentan con esta tecnología, sólo se

debe esperar 35 minutos para poder utilizar el dispositivo a su capacidad total por más de un día completo.

Sin duda, este avance es uno de los más relevantes y los usuarios estarán completamente atentos a adquirir dispositivos que cuenten con este tipo de tecnología. Actualmente, 24.6% de los usuarios eligen sus equipos por la duración de la batería. Es previsible que en el corto plazo este factor registre una mayor preferencia por los beneficios que esta tecnología habilita.

4.7. DISEÑO

Finalmente, el diseño es otro de los elementos con mayor relevancia para los usuarios de smartphones. Este registra una marcada tendencia hacia dispositivos con pantallas cada vez más grandes, delgados, con una gran cantidad de cámaras en su parte posterior y colores que les permita a los usuarios coincidir con su estilo.

Al 2T-2021, 18.3% de los 118.4 millones de usuarios de dispositivos inteligentes afirmaron que el diseño es una variable importante al momento de adquirir un nuevo dispositivo, misma que se mantiene estable con respecto al mismo periodo de 2020.

Si bien, los fabricantes se esfuerzan por imprimir su sello en cada uno de los dispositivos que ofrecen en el mercado, la realidad es que los equipos muestran una tendencia muy marcada y cuentan con varias similitudes entre ellos. Es por ello, que el usuario valora en mayor medida otros atributos.

No obstante, un elemento altamente valorado por los usuarios y que ha tomado distancia de los años 2013 – 2015 en los que prácticamente no había disponibilidad de colores de los equipos, es las variantes adicionales al color negro. De esta forma, el usuario cuenta con más alternativas al momento de adquirir un equipo.

4.8. OTRAS CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

Con cada nuevo lanzamiento de dispositivos encontramos una diversidad creciente de nuevas características que los fabricantes destacan por su relevancia en la experiencia de uso y utilidad para los usuarios.

Sin duda, una de las características con mayor incorporación en el desarrollo de smartphones, en el último año, es la conectividad 5G. Si bien, el 5G aún no se encuentra desplegado en el país, en el corto plazo lo hará y eso permitirá a los usuarios navegar a velocidades ultrarrápidas y con menor latencia, lo cual habilitará que juegos, descarga de contenidos e incluso videollamadas sean de mejor calidad, ahora, ¿por qué sería relevante en este momento adquirir un dispositivo que cuente con una conexión 5G si aún no está disponible?

Al respecto, la frecuencia de reemplazo de los usuarios en México se ha prolongado al pasar de 12 meses en 2014 a 24 meses en 2021, haciendo que la adquisición de un dispositivo se convierta en inversión a mediano plazo y es necesario que los usuarios aseguren que durante ese periodo sus dispositivos no caigan en la obsolescencia y les habiliten capacidades suficientes para la realización de tareas por varios años.

La seguridad y privacidad es sin duda un elemento muy importante para los usuarios, por tal motivo, se ha buscado constantemente incorporar elementos que permitan a los usuarios mantener su información privada. Hoy en día el desbloqueo por huella digital es un elemento esencial de los equipos. No obstante, esta característica no es común encontrarla en dispositivos de gama media, salvo excepciones particulares, precisamente de fabricantes que recién llegan al país.

Por último, todas las variables y usos hasta aquí narrados no serían posibles sin pantallas superiores que ofrecen una gran experiencia a los usuarios. Es por ello por lo que, recientemente se ha hecho manifiesto por los fabricantes la tasa de refresco.

La tasa de refresco es la velocidad de actualización de la pantalla por segundo, lo cual, si bien es imperceptible para el ojo humano, entre mayor sea la tasa de refresco, mucho mayor es la fluidez y definición de la pantalla.

El estándar promedio de la industria es de pantallas de 60 Hz. Sin embargo, actualmente podemos encontrar pantallas que cuentan con una tasa de refresco de 90 Hz en la gama media, circunstancia que optimiza la calidad de imagen y experiencia de uso en este tipo de dispositivos.

Sin duda, este cúmulo de variables permite a los usuarios contar con dispositivos con capacidades avanzadas y han convertido a los smartphones en el principal eje de nuestro ecosistema de conectividad por las herramientas que incorporan y la gran cantidad de tareas que se pueden realizar en estos.

5. RECONFIGURACIÓN DEL MERCADO

El ecosistema competitivo del mercado de teléfonos inteligentes ha registrado marcados cambios en México, desde la salida de los primeros dispositivos en 2008. En los primeros años, ante la ausencia de un número relevante de competidores, dos marcas, BlackBerry y Nokia dominaron la venta de dispositivos inteligentes, alcanzando una participación de mercado tres de cada cuatro equipos vendidos durante 2008. La entrada de Android en 2011 representó el primer gran cambio en el mercado, al expandir la oferta con la entrada de nuevas marcas. Ello allanó el camino para la consolidación de un jugador dominante (Samsung), seguido por LG, en un escenario en el que el reconocimiento de marca era aún un factor de elección relevante. Sin embargo, el mercado se abrió camino hacia una mayor competencia ante el creciente número de fabricantes entrantes.

Actualmente nos encontramos en una tercera etapa, en la que el consumidor mexicano ha comenzado a preferir marcas con poco conocimiento en el país, pero gran relevancia a nivel mundial. Estos son los casos Huawei, Xioami y OPPO, que marcan la pauta del mercado en Asia y el resto del mundo. Hoy han incursionado en el mercado mexicano y tienen el potencial de modificar el ecosistema competitivo.

En 2019, la historia de Huawei dio un giro de 180° cuando el presidente Trump mandató un veto comercial con esta y otras empresas de origen chino, lo que resultó en que gigantes tecnológicos como Google cesaran su colaboración con éstas. De esta forma, los dispositivos lanzados por Huawei, desde entonces en adelante, no contarían con los servicios de Google. Esto ocasionó un impacto muy fuerte en el fabricante, que, para ese momento, alcanzaba una

participación de mercado de 14.0% y se perfilaba para convertirse en el segundo fabricante más importante en el país.

A inicios de 2021, LG anunció el cierre de su división de dispositivos móviles. La situación que vivía esta fabricante era opuesta a la de Huawei, al ser el segundo fabricante más importante del país en 2017, aunque ahora se encuentra en quinta posición. Ello abre una posibilidad de fortalecimiento para sus competidores.

Con la suma de estos dos fabricantes, hay 20 puntos porcentuales disponibles, que en un mercado de 118.4 millones de equipos se traduce en 23 millones de equipos móviles que se encuentran en manos de los usuarios y fueron desarrollados por fabricantes que se dirigen a su extinción en términos de preferencia.

Todo ello, vislumbra una reconfiguración del mercado mexicano de dispositivos.

Hay dos rutas posibles. Al ser dos de los fabricantes más importantes, uno de los caminos que pudiera tomar el mercado es el de una alta concentración, en el que Samsung y Motorola, que ostentan una posición predominante, consolidarían la participación de mercado que Huawei y LG comienzan a dejar vacante.

La segunda ruta es la de una sustitución y apertura a nuevos fabricantes en el mercado mexicano. Con la salida de estos fabricantes y 20 puntos porcentuales en juego, varias marcas nuevas han desembarcado en territorio nacional. No obstante, por las ganancias registradas en preferencia en los periodos recientes, dos fabricantes se perfilan para entrar en sustitución de LG y Huawei: OPPO y Xiaomi.

Xiaomi comenzó operaciones en México hace 3 años, al 2T-2021 cuenta con 4.3% del mercado entre el parque total de equipos, con un crecimiento anual de 1.1 puntos porcentuales en términos de preferencia.

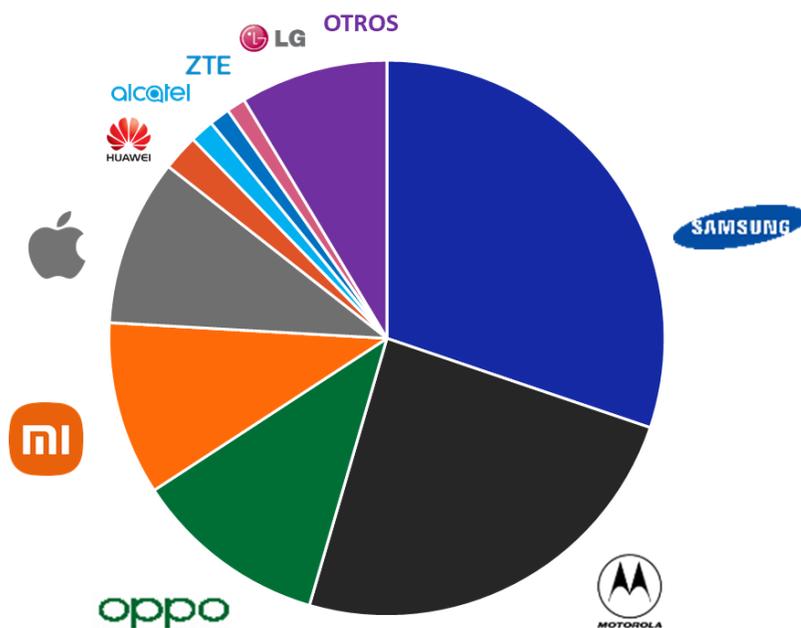
Por su parte, OPPO, desembarcó en México durante 2020, en medio de una crisis económico-sanitaria. Tan sólo un año fue suficiente para igualar lo realizado por su compatriota Xiaomi y a la primera mitad de 2021, expandió su participación de mercado en 1 punto porcentual.

El enfoque de ambos fabricantes, similar al de fabricantes como Samsung, Motorola y Huawei, privilegia la incorporación de tecnología de punta, en sus equipos insignia, al incorporar elementos premium en dispositivos de gama media. Esta estrategia de mercado empata con el

panorama de preferencias y valoración de atributos que se demandan actualmente en el mercado mexicano.

Con todo ello, es previsible que la segunda ruta sea por la que se decante el mercado mexicano. Así en el mediano plazo, es previsible encontrar nuevamente un mercado disputado por 5 grandes fabricantes, con nuevas empresas entrantes en este ecosistema competitivo.

Escenario de competencia tras reconfiguración del mercado en el corto plazo



Fuente: The Competitive Intelligence Unit, 2021

Ante esta nueva distribución prevista en el corto plazo, el mercado de Smartphones en México se enfrentaría a una marcada competencia en donde Samsung seguiría siendo la empresa dominante, seguida por Motorola, y un nuevo fabricante compitiendo fuertemente en el tercer lugar.

Sin duda, ello beneficiará a los usuarios en México, quienes, ante los problemas enfrentados por Huawei, muestran preocupación por una reducción en el abanico de alternativas para la compra de equipos.

Es así como se puede afirmar que, ante la llegada de Xiaomi y OPPO, último fabricante en incursionar en el territorio nacional, el abanico de posibilidades para los usuarios se fortalece, al

ofrecer alternativas de consumo que incorporan tecnología de punta a precios asequibles y que favorecerá la trayectoria hacia una universalidad en el acceso a la conectividad entre los mexicanos.

6. CONCLUSIONES

Los smartphones se han convertido en un elemento esencial para los usuarios, en medio de una crisis sanitaria, han sido nuestra vía de comunicación primaria para estudiar, trabajar, informarnos, transaccionar y entretenernos. Este hecho, solamente reforzó la ruta observada por el mercado previo a la pandemia.

De esta forma, el mercado ha mostrado una transformación radical en los últimos años, con un consumidor más informado, deseoso de contar con mejores dispositivos en cada renovación y realizando importantes ajustes en sus hábitos de consumo privilegiando su conectividad.

Si bien, el usuario en México encaró un panorama complejo al enterarse los problemas de Huawei, al mismo tiempo, la reciente entrada de empresas innovadoras en el país, como OPPO, Xiaomi, Vivo, entre otras; ha permitido un mejor ecosistema competitivo, lo que se traduce en mejores opciones para dicho usuario en búsqueda de nuevas alternativas.

Los nuevos dispositivos que encontramos en México en rangos de precios de los \$5,000 a \$10,000 pesos, privilegian el funcionamiento y ofrecen al usuario una alternativa por demás confiable para realizar las tareas necesarias en su día a día, además de contar con procesadores poderosos que permiten a los usuarios desarrollar tareas más complejas como la de jugar videojuegos.

A raíz de esto, se espera que el mercado mexicano de smartphones conserve su dinamismo, y al mismo tiempo siga la trayectoria observada en el resto del mundo, con una participación de mercado cada vez más atomizada, a través de empresas líderes y con fuerte capacidad de inversión que recientemente han entrado en nuestro país.

Sin duda, nos encontramos en un proceso de reconfiguración en donde los fabricantes tendrán que realizar sus mejores esfuerzos para atraer a los usuarios que cuentan con un amplio abanico de posibilidades.