

¡El regalo del año! Las compañías tecnológicas reservan lo mejor para el final del año en pos de captar un mercado en acelerada expansión, principalmente en celulares, tabletas, consolas, televisores y los nuevos *smartwatches*, entre otras novedades “inteligentes”.

< POR LEISA SÁNCHEZ >

La venta de computadores, tabletas y teléfonos móviles llegará este año a 2.320 millones de unidades, 4,5% más que en 2012, lo cual confirma la supremacía de la era digital, en la que se impone el reinado de las tabletas, las que por sí solas tienen un crecimiento de 53,4% que representan 184 millones de unidades, de acuerdo a la proyección de la consultora de investigación tecnológica Gartner.

Otra previsión también para 2013, de la consultora IDC, considera un aumento del gasto mundial en tecnología y lo fija en alrededor de \$ 2.100 millones, gracias, en parte, a una mayor inversión en países emergentes de América Latina, Europa Central y Medio Oriente.

Con esos antecedentes es fácil imaginar que en esta Navidad los consumidores aprovecharán el arsenal tecnológico y su amplia y variada oferta. Ante la porción de mercado ganada por tabletas y teléfonos inteligentes, se observa un descenso en las ventas de las PC, tanto de escritorio como portátiles, con 303 millones de unidades este año (11,2% menos que en 2012), mientras se prevé que la venta de teléfonos móviles crezcan en 3,7% y lleguen a 1.800 millones de unidades vendidas, según Gartner. Las proyecciones para 2014 apuntan al liderazgo de teléfonos móviles y el ascenso de tabletas y ultramóviles.



Fotos: Cortesía de Claro, Microsoft y Samsung.

Navidad tecnológica

A su vez, hay que tomar en cuenta el despegue del segmento de las *SmartTV* (televisores inteligentes) con ventas mundiales, hasta el primer trimestre de 2013, de 12,7 millones de unidades, 8% más que en el mismo período del año anterior. Según Strategy Analytics, Samsung es el líder, con 26% del mercado, mientras LG tiene 16% y Sony 11%.

Otro elemento es que el comercio *online* está en auge en el mundo. Según el portal <http://mobileworldcapital.com>, se espera que estas sean “las primeras navidades móviles... en las que el tráfico a través de dispositivos móviles superará al de los ordenadores”, y como

ejemplo cita “los 70.000 trabajadores temporales que ha contratado Amazon para la campaña de Navidad, que suponen 40% de aumento respecto a la contratación de 2012”.

América Latina no se queda atrás. El informe Futuro Digital Latinoamericana 2013, de comScore, precisa que la audiencia latinoamericana en la categoría *retail* llegó a 109,4 millones de usuarios (a marzo 2013), lo cual representa 16% de crecimiento respecto al mismo mes de 2012.

Además, señala que tomando como referencia más de \$ 1.000 en compras *online* de compradores frecuentes durante tres meses, los venezolanos y

brasileños son los que más gastan con 17% y 14%, respectivamente. Alrededor de 33% de los compradores son argentinos, chilenos, colombianos, mexicanos y peruanos, y destinan entre \$ 100 y \$ 250 cada uno.

El mercado ecuatoriano

“Creo que nunca ha habido tantas opciones para los consumidores. Los dispositivos móviles, celulares de distintos tamaños y las tabletas están de moda”, señala **Guadalupe Durán**, gerente general de Microsoft en el Ecuador.

Con esa apreciación coincide **Francisco Rivas**, gerente de Marketing Corporativo de Samsung, al comentar sobre las tendencias mundiales y afirmar que “el producto ganador de 2013 son las tabletas”.

En estas compras navideñas, Samsung apuesta por las *SmartTV* y los celulares Galaxy, mientras las tabletas deben registrar “el mayor crecimiento con índices que sobrepasen en 100% los del año pasado”.

Los televisores, añade Rivas, también están equiparando la balanza, porque un gran porcentaje era de 32 pulgadas, el tamaño estándar, y actualmente hay de 40 y 46 pulgadas, que brindan otras oportunidades para ampliar las ventas.

El negocio digital también es un filón para operadoras de telefonía móvil que refuerzan sus estrategias comerciales al cierre del año. Por ejemplo, Claro se suma al dinamismo comercial de diciembre con promociones innovadoras, y “ofertas en conectividad y entretenimiento para diversos segmentos de post y prepago”. En esa última categoría, ofrece planes con doble de minutos, megas y mensajes escritos, además, incluye redes sociales ilimitadas como Facebook y Twitter.

Las empresas no olvidan al público infantil, principal protagonista de los regalos navideños. Durán define los videojuegos como “uno de los negocios más grandes” en el mundo y ciertamente esta industria no para de crecer.

OFERTAS

Microsoft

- Xbox 360: entretenimiento digital en casa, con juegos y películas en definición estándar o alta definición.
- Acer S7: *ultrabook* extremadamente delgada con pantalla táctil Full HD.
- Nokia Lumia 920: “*smartphone* del año”, según los lectores, en los premios Engadget Awards 2012.



- Wedge Mobile Keyboard: complemento para tabletas con cubierta multifuncional y conexión por Bluetooth.

Samsung

- Galaxy Note 3: solución integral para escribir, organizar, editar y navegar con una interfaz fácil de usar.
- Galaxy Gear: notifica y permite consultar textos y correos provenientes del Galaxy Note 3.



- Tab3Kids: tableta para niños con aplicaciones educativas, juegos y e-book, más opciones selectivas de contenidos y de gestión de tiempo para los padres.



- SmartTV: perfil ultradelgado con alta nitidez y colores brillantes. ‘Soccer Mode’ optimiza la imagen y el sonido durante la celebración de un partido de fútbol.

Claro

- Tableta Samsung Galaxy Note 8: en plan de 3.000 megas para navegar, redes sociales ilimitadas y doble de megas por seis meses.
- Cámara Samsung Galaxy: con Android y 3G que permite tomar fotos y compartirlas en redes sociales sin necesidad de una red Wi-Fi, a través de Internet móvil de un chip Claro.



- Tableta Sony Xperia Z: en plan de 10.000 megas para navegar, redes sociales ilimitadas y doble de megas por 12 meses.
- Claro TV + SmartTV: promoción de televisión satelital de Claro con Led Smart TV LG de 32 pulgadas.

Futuro Digital Latinoamérica 2013, de comScore, precisa que:

- Casi 250 millones de personas en América Latina navegan en Internet.



- Los consumidores latinos dedican más de 10 horas mensuales a redes sociales. Facebook domina con un promedio diario de 56.194 visitantes.
- En Latinoamérica, el consumo desde dispositivos móviles se disparó entre marzo 2012 y marzo 2013, al pasar de 2,7% a 8,1%.
- Crece la inversión en anuncios *online*, por ejemplo, en Brasil aumentó 97% con alrededor de \$ 356 millones (a marzo de 2013).



- La forma de pago más utilizada en compras *online* es la tarjeta de crédito, después están las transferencias electrónicas y las tarjetas de débito.

Gartner pronostica que el mercado mundial de videojuegos (consolas, plataformas *online*, juegos para dispositivos móviles y PC) generará \$ 93.000 millones, luego que en 2012 registrara \$ 79.000 millones. La consultora califica a 2013 como “año importante para esta industria de videojuegos”, considerando el lanzamiento de la última generación de consolas de Sony, Microsoft y Nintendo.

En rasgos generales, el consumidor ecuatoriano tiene un comportamiento similar al de otros mercados: sigue de cerca cuanto novedad asoma en las vitrinas comerciales y tiene la ventaja del crédito para acceder a los dispositivos más costosos.

“En el Ecuador, al ser un país en vías de desarrollo, el precio todavía tiene un peso al momento de comprar, pero poco a poco esa tendencia va cambiando, y las ofertas de crédito alientan el consumo por dispositivos de última generación”, explica el ejecutivo de Samsung.

Rivas define al mercado ecuatoriano como “maduro y estable... abierto a nuevos dispositivos y tendencias”, lo cual deja a la compañía de origen coreano índices de crecimiento en los tres últimos años de entre 4% y 5%.

Por su parte, Durán coincide en que el ecuatoriano “se involucra mucho en los temas de tecnología” y señala que los precios de teléfonos inteligentes oscilan entre los módicos y los que compiten con el iPhone, e incluso en tabletas “hay ensambladas en el Ecuador de \$ 399 hasta las que superan \$ 1.000”.

Empero, lamenta que los aranceles que gravan las consolas de juegos duplican su costo, lo cual “limita mucho potenciar este segmento e incluso la oportunidad de crear juegos nacionales para distribuir localmente”.

En cuanto a la restricción de importaciones, Claro reconoce que los usuarios de telefonía móvil enfrentan “limitaciones para renovar sus equipos y acceder a nuevas tecnologías disponibles en otras partes del mundo”.

Como resultado, agrega la empresa, “la oferta de equipos continúa siendo reduci-

da para el usuario, mientras la demanda se incrementa en esta última etapa del año”. Sin embargo, confían en que “las autoridades revisarán esta medida para encontrar un mecanismo que permita continuar con el desarrollo de las telecomunicaciones, uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional”.

Ocio y productividad

En los últimos años, más de una decena de compañías desarrolló por lo menos un sistema operativo basado en Android, el gran oponente de Apple, y cada vez con mayor frecuencia, sale un nuevo producto al mercado que supera con creces a su anterior versión.

También se imponen nuevos hábitos y no es lo mismo depender de un computador fijo que de un dispositivo que se lleva a todas partes y garantiza un acceso permanente, lo cual es notablemente apreciado por quienes viajan constantemente por razones profesionales o de negocios.

Rivas señala que el consumidor “sigue buscando marcas (reconocidas) porque brindan un gran respaldo en casos de desperfectos y repuestos. También la gente compra una tableta o un celular (inteligente) para mostrarlo, para exhibirlo, y no escatima en costos cuando es un producto de calidad y buen acabado”.

Si bien el gran cambio llegó con las tabletas y los teléfonos inteligentes, la gerente general de Microsoft en el Ecuador manifiesta que no solo se trata de acceder a diversión, juegos e información, y rescata el enfoque de Microsoft de combinar ese potencial con herramientas para uso productivo, “pensando en el negocio y las necesidades profesionales”.

La ejecutiva también hace un llamado a los consumidores a tomar en cuenta las opciones de seguridad al momento de adquirir un dispositivo. “Estamos viviendo en un mundo demasiado abierto, de redes sociales, y no se piensa en los factores de seguridad, ante virus y parámetros administrables seguros”, expresa. **G**