

| | | |
|---------------------------|------------------|--|
| Tirada: 58.556 | Expansión | Superficie: 177,00 cm² |
| Difusión: 37.495 | | Ocupación: 15.65% |
| (O.J.D) | Nacional | Valor: 2.103,70 |
| Audiencia: 131.232 | Economía | Página: 13 |
| (E.G.M) | 2 ª Edición | 1 / 1 |
| Ref: 4629947 | 08/02/2013 | |


OPINIÓN
Enrique Dans

‘Smartphones’, un segmento movido

El mercado de los smartphones está poniéndose verdaderamente interesante: dinámico, con evolución trepidante, innovaciones constantes, presentaciones de nuevos productos cada poco tiempo y competidores que llevan sus pugnas hasta los mismísimos juzgados.

El mercado ha devenido en un feroz duopolio entre iOS, de Apple, y Android, de Google. En EEUU, Apple arrasa: el 63% y el 84% de los smartphones vendidos por Verizon y AT&T, respectivamente, son iPhones. Globalmente, Android domina con un 75% de cuota frente al 15% de la manzana. La lucha es por ser tercero. Microsoft lanzó Windows Phone 8, terminales atractivos con un razonable número de aplicaciones disponibles, pero que han tenido una recepción gélida: ni el 2% del mercado. Ubuntu o Firefox OS proponen nuevas alternativas, sin duda interesantes. Y un viejo conocido, RIM, se rebautiza como BlackBerry y lanza la suya: dos nuevos terminales y un sistema operativo completamente reingenierizado.

Pero, ¿es suficiente un buen terminal? Todo está relacionado: más ventas implican más programadores creando o portando aplicaciones, una plataforma más atractiva a clientes, y más operadoras ofertando el terminal.

Que BlackBerry recupere el mercado perdido depende de otros factores alejados de su control. Los clientes son cada día más imprevisibles y, en las empresas, la propuesta de administración controlada y centralizada de BlackBerry choca con el fenómeno BYOD (*Bring Your Own Device*), empresas que permiten a sus empleados decidir qué terminales quieren. El segmento smartphone se ha vuelto enormemente estratégico. Y, sin duda, muy movido.

Profesor de
IE Business School