



▶ 23 Enero, 2022

TELEFONÍA MÓVIL La expansión del nuevo nicho

Los 'smartphones' plegables rastrean su espacio en el mercado

La caída de precios y su valor distintivo en un sector cercano a la atonía juegan a favor de una tecnología que aún siembra dudas sobre su durabilidad

BELÉN RODRIGO

De los 1.300 millones de 'smartphones' que se vendieron en todo el mundo en 2021, tan solo 8 millones fueron plegables, según las estimaciones de la consultora IDC. Una cifra marginal en número, aunque se espera vaya creciendo en los próximos años con la entrada de nuevos fabricantes y la reciente bajada de precios en algunos de sus modelos. De hecho, según las cifras de otra consultora, DSCC, solo en el tercer trimestre se vendieron 2,6 millones de 'smartphones' plegables, cifra superior a la de los últimos cuatro trimestres anteriores combinados y 480% más que año anterior.

Más allá de lo que pueda significar para las ventas de una marca, «se trata de una categoría emblemática, porque sirve para diferenciarse en el mercado y de la competencia y mostrar el potencial tecnológico», indica Albert Cuesta, periodista especializado en electrónica de consumo y tecnologías de la información y la comunicación. Desde que saliese al mercado el iPhone, en 2007, «los 'smartphones' son aburridos y cualquier cosa que se aparte de ese modelo merece atención», señala.

En el Mobile World Congress de 2019 Huawei presentó Mate X, su primer dispositivo con pantalla plegable, mientras que Samsung mostró su propio terminal, el Galaxy Fold, que acabó por salir primero al mercado. En él estuvieron trabajando durante ocho años. En estos tres años han ido apareciendo dispositivos desplegables nuevos, aunque «a día de hoy, esta categoría es un nicho en donde Samsung tiene más del 80% de las ventas mundiales», señala Cuesta. A nivel conceptual y funcional, la gran novedad que incorporó el terminal de Samsung era proporcionar al usuario la posibilidad de llevar una pantalla

propia de una tableta en el bolsillo de un pantalón o una chaqueta. Todo ello a un precio poco asequible, por encima de los 2.000 euros. En este tiempo Samsung ha ido ampliando la gama y ya va por la tercera generación de sus modelos. Además de Huawei, ya tienen móviles plegables Motorola, Royole, Xiaomi y Oppo aunque en España, «se vende Samsung, y todo lo que saca al mercado», indica el experto en tecnología.

La compañía coreana cuenta con dos formatos, el Fold, que «al desplegarlo se convierte en tableta» y el Flip, un diseño que recuerda a los móviles de tapa y cuyo precio, alrededor de los 1.000 euros, «lo hace más asequible». Albert Cuesta espera que otras marcas lancen sus modelos plegables y al haber más «serán más económicos». Entre las mejoras que pueden llegar en estos modelos, está la de reducir el grosor. «Veremos mejoras y se irá perfeccionando el interfaz. Por su tamaño, puedes tener abiertas varias aplicaciones. Por ejemplo, Netflix y también Twitter con los comentarios de la serie que estás viendo. O un docu-

Conexión limitada

A la espera del gran salto

8 millones de 'smartphones' plegables se vendieron en todo el mundo en 2021, de un total de 1.300 millones de unidades, según IDC

800

Es el precio en euros del modelo más económico de Samsung, el Galaxy Z Flip, aunque el valor final depende de varios factores, entre ellos la capacidad de la memoria



mento Excel y el email», subraya Cuesta. Una pantalla mayor que ocupa menos espacio a la hora de transportarla.

Enrique Dans, profesor de Innovación en el IE Business School, señala la fragilidad como uno de los inconvenientes de estos modelos. «No hay muchos datos sobre la durabilidad, pero teniendo en cuenta el trato que damos a los móviles, no creo que sea una solución óptima. No se rompe a los pocos usos, pero no es especialmente sólido, aporta fragilidad», afirma. La pantalla es flexible, se despliega y no está dividida, es decir, no tiene un conector. «A esta pantalla se la somete a una tensión continua, está en el bolsillo, se aprieta...», añade.

Con el modelo de concha encuentra una cierta nostalgia en algunas personas a quienes les gustaba cerrar su teléfono, aunque «es un atractivo bastante residual» y a pesar de que los plegables dupliquen el tamaño de la pantalla, «la solución técnica no me parece brillante». Si bien tener una pantalla grande es a priori una ventaja, «hay que ver cuántas aplicaciones se desarrollan para este formato. De momento pocas, solo se haría si hubiese más demanda».

Es cierto que tiene el doble de espacio para colocar componentes y puede instalar más batería, «pero a su vez, al tener más aplicaciones, consume más». Para Dans, si bien es un producto de alta gama, «la propuesta de valor que te da no está clara». Son varios los fabricantes que han ido irrumpiendo en los desplegables, que logran multiplicar por dos la pantalla «pero supone una complicación», matiza. Mientras que Albert Cuesta confía en que en un par de años Apple lance un modelo plegable, Dans duda que ocurra. «Si así fuese, puede que aportase algún nuevo componente y cambie el mercado, creciendo su uso», matiza el profesor.

Mucho antes del advenimiento de los 'smartphones' los móviles plegables eran un formato habitual EE.UU. Aunque en España llegaron más tarde, modelos como el de Motorola o Sonic Ericsson están en la memoria de todos los que vivieron esa época. Habrá que esperar unos años para ver si este dispositivo aún de nicho deja de serlo y pasa a ser una moda.