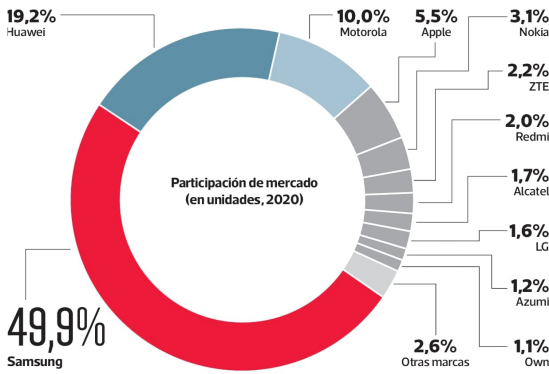
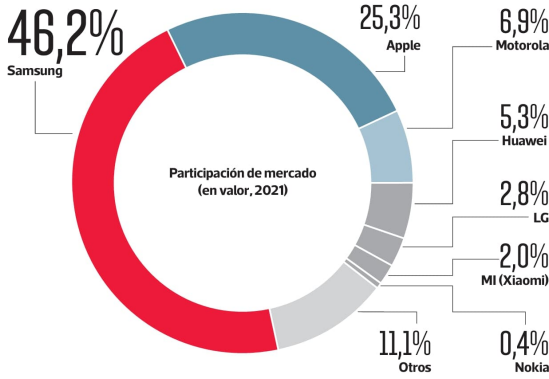


EL MERCADO DE LOS CELULARES EN CHILE



MERCADO DE CELULARES

Samsung lidera; Apple domina en aparatos premium, y Huawei, en los más baratos

Reportes de GFK indican que la firma coreana tiene casi la mitad del mercado local de terminales telefónicas en unidades y en valores. El fabricante de iPhone encabeza el segmento de alta gama: aparatos que cuestan más de US\$ 600. El 80% de los teléfonos viene de China, domina el formato presencial y la venta en el retail.

VÍCTOR COFRÉ

Participaciones de mercado en equipos móviles según gamas (GFK Adimark, 2020)

	Entry (< US\$ 100)	Low (US\$ 100 - 200)	Mid (US\$ 200 - 400)	High (US\$ 400 - 600)	Premium (> US\$ 600)
SAMSUNG	Samsung 8,7%	5,6%	42,3%	60,5%	33,0%
Apple	0,1%	0%	0%	3,6%	63,0%
Huawei	21,1%	13,5%	20,5%	19,9%	3,2%
Motorola	2,3%	1,9%	14,9%	8,6%	0%
LG	0,3%	0,2%	4,4%	1,8%	0%
MI (Xiaomi)	0,1%	0,1%	2,6%	5,2%	0,4%
NOKIA	Nokia 3,2%	3,0%	8,7%	0,5%	0%
Otros	64,1%	76,1%	6,7%	0,3%	0,2%

Ventas presenciales y online de terminales de telefonía móvil en Chile En 2020

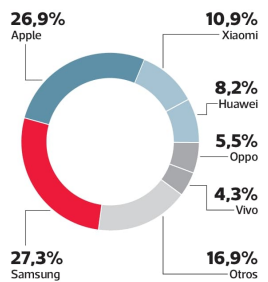
Presenciales



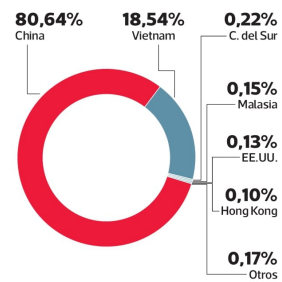
Online



Participaciones en terminales de telefonía móvil a nivel global (Statcounter Globalstats, julio 2021)



Porcentaje de importaciones de terminales de telefonía móvil según origen



FUENTE: GFK Adimark, según informes al TDLC de Samsung y Touchsmart

El fabricante coreano Samsung y uno de sus distribuidores en Chile, Comercial Touchsmart Electronics, están enfrentados en tribunales civiles y de la libre competencia. La disputa es

sobre los términos de su relación contractual, en la que tienen posiciones encontradas. Sus ataques mutuos son frontales. Pero en algo coinciden. Sus presentaciones utilizan la misma información de mercado: reportes de la consultora GfK Adimark que han empleado para describir la industria.

Los reportes de GfK indican que el líder del mercado de los terminales telefónicos es Samsung. En 2020, tuvo una participación de mercado del 49,9%, en unidades. En el segundo lugar estaba Huawei (19,2%), seguido por Motorola (10%) y Apple, con solo el 5,5%. En quinta posición estaba Nokia, con el 3,1%. Eso, según la información proporcionada al TDLC por Touchsmart, en número de aparatos vendidos. Por que medido en valor, las cifras son diferentes.

El mercado chileno en ventas valoradas, según un reporte de Samsung, también es liderado por la firma coreana, con el 46,2%. Pero aquí la segunda posición corresponde a Apple, que con sus iPhones captura el 25,3% de las ventas en Chile. Más atrás están Motorola, con 6,9% y Huawei, con 5,3% (ver infografía). Las cifras, según Samsung, variaron por la pandemia. Antes del Covid-19, dice la coreana, en el mercado chileno Huawei tenía un 11,6% y Xiaomi (MI) detenía el 8,4%, siempre en valor. "Xiaomi aumentó su participación en ocho puntos porcentuales entre 2019 y 2020", relata Samsung en una reciente presentación ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) para intentar graficar cómo el dinamismo, la innovación y la competencia modifican rápidamente las participaciones. Pero no su liderazgo.

Ejemplo de ello, agrega, es el auge y caída de otros actores. Nokia, por ejemplo, llegó a tener el 26,6% del mercado en 2010; diez años después tiene menos del 1% en valor y un 3,1% en unidades. La tendencia chilena replica la tendencia global. En el mundo, Nokia llegó a tener el 39% del mercado en 2011; ahora el 0,7%. El camino inverso siguió Apple, que en Chile saltó del 2,6% en 2010 a casi una cuarta parte del mercado ahora.

En un período similar, los clientes de telefonía móvil subieron en Chile desde 16,4 millones en 2009, a 25,1 millones al cierre de 2020, según cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

Apple, líder en premium

El mercado local de terminales telefónicos puede, según Samsung, segmentarse en capacidades técnicas y precio, algo que la misma Fiscalía Nacional Económica ha distinguido al diferenciar entre equipos de alta, media y baja gama. Los reportes de GfK Adimark destacan cinco tipos de gamas según los precios de los equipos. El más bajo, denominado *entry*, incluye a teléfonos de valores bajo US\$ 100, luego vienen las categorías *low* (US\$ 100 a US\$ 200); *mid* (US\$ 200 a US\$

400); *high* (US\$ 400 a US\$ 600) y *premium*, cuyos valores sobrepasan los US\$ 600 (unos \$ 480 mil).

En esta última categoría, la de mayores precios, Apple es el líder indiscutido, con el 63% del mercado el año pasado, versus el 33% de Samsung. Apple casi no tiene presencia en los otros segmentos.

En la categoría *high*, Samsung lidera con el 60,5%, seguido de Huawei, con 19,9%. Samsung también domina el rango de precio de US\$ 200 a US\$ 400, con el 42,3%. Y Huawei lidera en todas las categorías inferiores, aunque ahí el mercado es mucho más atomizado, con muchas otras marcas que suman más del 60%. Según Samsung, las "gamas contribuyen a identificar los sustitutos cercanos de un terminal de telefonía móvil en particular". Y la competencia no se detendrá: Samsung constata que en los últimos meses se ha anunciado y materializado el ingreso a Chile de las marcas Vivo y Oppo, fabricantes de origen chino que en el mundo tienen cuotas de mercado del 4,3% y 5,5%, respectivamente.

En su defensa en el TDLC, Samsung describe un mercado con altísimos grados de innovación e intensidad competitiva. Para graficarlo, recuerda que en 2017 el 98,2% de los teléfonos venía equipado con una sola cámara. En 2020 más de la mitad ya tenía tres o más. Una evolución similar, apunta, ocurre con el acelerado aumento de la capacidad de almacenamiento disponible en los terminales.

Según los abogados de la coreana, quienes no han sido capaces de mantener el ritmo de innovación de la industria han sufrido las consecuencias. "Es ilustrativo el caso de BlackBerry, de la compañía canadiense RIM, que fue de las primeras en incorporarse al mercado de los teléfonos inteligentes. Pasó de ser la marca precursora en la categoría de teléfonos inteligentes, con una participación de mercado global del 20% en el año 2010 a terminar con la producción de equipos propios en el año 2016", razona Samsung.

De dónde vienen y cómo se venden

Todos los terminales son producidos en el extranjero: el 80,6% de los aparatos que entraron a Chile en 2019, según cifras de Aduanas, provenía de China. El 18,54% viene de Vietnam, que abastece básicamente a Samsung. La coreana trae a Chile el 57% de sus aparatos de China y el 42% de Vietnam. Solo el 0,34% viene de Corea del Sur.

¿Quién vende los celulares en Chile? Mayoritariamente han sido los operadores de telefonía como Entel, Movistar, Claro y Wom, que los venden a consumidores finales por lo general asociados a planes de consumo. Por años, ese canal se llevaba el 60%, pero en 2020 bajó al 49,7%, siendo levemente superado por el *retail*, el otro canal minorista relevante que el año pasado capturó el 50,3% de las ventas, según cifras de GfK Adimark.

Y si históricamente la venta era más bien presencial, con el 80,6% de las colocaciones en 2019, el año de la pandemia esa ponderación descendió al 63,2%. La venta *online* subió en 2020 al 36,8%, desde el 19,4% del ejercicio previo. ●

PUNTO DE VISTA

—POR MARCOS LIMA —
Expresidente ejecutivo de Codelco



Chile, socio estratégico del planeta

¿Qué circunstancias pueden llevar a un país que representa solo el 0,25% de la población y el 0,32% del PIB del planeta, ubicado, además, lejos de los grandes mercados mundiales, a transformarse en un factor decisivo para enfrentar la principal amenaza de la humanidad: el cambio climático? ¿No será un delirio de grandeza?

Tres factores contribuyen a hacer realidad esta aparente fantasía y constituyen una oportunidad única para Chile.

1.- El cobre. La prestigiosa revista *The Economist* decía hace poco acertadamente: "En las venas y arterias de la economía verde corre cobre", en un artículo dedicado al futuro de las energías solar y eólica, la electromovilidad y otros esfuerzos que apuntan a cumplir con las metas de cero emisiones para el año 2050 y, a los que recientemente, se sumaron las principales empresas mineras del mundo.

Según la IEA (Agencia Internacional de Energía), se requieren casi 4 toneladas del metal rojo por MW en instalaciones de energía fotovoltaica y eólica (*onshore*). Cada nuevo vehículo eléctrico requiere casi tres veces más cobre que los actuales de combustión interna. Tan importante es su necesidad, que se calcula que las tecnologías verdes representarán, hacia 2040, más del 40% del consumo. Gran noticia para un país con las mayores reservas.

2.- El litio. Es un mineral fundamental para las energías limpias. Tanto es así que se espera que la demanda agregada ¡¡¡ se octuplique!!! hacia 2030, impulsada por la electromovilidad y la necesidad de almacenar la energía generada por fuentes intermitentes. Chile, con el 51% de las reservas, tiene un papel fundamental.

3.- El hidrógeno verde. Es un eslabón clave para alcanzar la carbono neutralidad y donde Chile tiene ventajas comparativas para ser líder. Nuestros costos son los más bajos del mundo en la generación de la energía eléctrica necesaria para fabricarlo, tanto solar por la radiación del desierto del Norte, como por la eólica de la Patagonia, con una capacidad potencial que es 80 veces la actual.

Para aprovechar todo esto, aquí y ahora, se requerirán cuantiosas inversiones, más las mejores tecnologías y, por consiguiente, debemos ofrecer a las grandes empresas mineras y energéticas globales: tratamiento tributario competitivo, un sistema de permisos ambientales razonable y, sobre todo, reglas de inver-

sión claras y estables.

En cuanto a lo primero, hoy la minería en Chile está gravada con impuestos equivalentes a los de países mineros: Perú, Canadá y Australia y, por ello, puede afirmarse que el nivel actual es razonable. Pretender aumentar la tributación con un nuevo *royalty* expropiatorio, hará que no inviertan las empresas mineras, siempre cuidadosas de no repetir algunas desastrosas decisiones tomadas durante el último super ciclo de precios.

En relación a las autorizaciones ambientales, si persisten los más de 800 permisos requeridos hoy día, sencillamente no habrá inversiones. La reglamentación ambiental es importante, pero debe ser dictada por los técnicos, al tenor de la normativa de países desarrollados y no por las minorías iluminadas. Racionalizar el trabajo de las diversas reparticiones del Estado y modernizar su tarea es un imperativo estratégico.

En Chile, hay una cartera de US\$ 69.000 millones en proyectos hasta el año 2030 que, habida cuenta de las discusiones sobre el marco inversional minero y el mal llamado "modelo extractivista", están a la espera que se aclare el panorama. Al respecto, valoramos el esfuerzo del Ministerio de Minería por avanzar con la Política Nacional Minera 2050, documento en que han participado más de 3.000 personas, con metas ambiciosas que pretenden una nueva minería "sustentable, colaborativa, transparente, equitativa, contribuidora, conectada y sostenible en el tiempo".

También nos parece excelente la agresiva estrategia destinada a impulsar la industria del hidrógeno verde en Chile, que ya lo tiene posicionado entre los principales actores a nivel global, e incluso un prestigioso instituto de investigación de Japón reconoce a Chile como el exportador más competitivo a ese país.

Antes de propiciar más impuestos y cambios en las reglas del juego para la inversión, nuestros políticos deberían mirar a nuestros competidores y no dejarse llevar por la ideología y los mitos en torno a la actividad minera. Ello, especialmente de parte del Senado, donde se ha reanudado la discusión sobre el *royalty*, los candidatos a la presidencia de la República y de quienes redactan la nueva Constitución para Chile.

Lo importante de la minería en Chile, más que lo que hemos recibido de ella, es lo mucho que podríamos obtener a futuro. No desaprovechemos nuestra oportunidad.