El smartphone consolida su avance

Tecnología. Estudio de Ipsos establece que el 84% de peruanos en zona urbana ya usa un smartphone, trece puntos más que en el 2017.

MARCELA MENDOZA RIOFRÍO

Indispensable. Así definen muchos de los peruanos a su teléfono móvil. "Casi una extensión de nuestro cuerpo que nos mantiene conectados", precisa Javier Álvarez, trends senior director de Ipsos, quien además asegura que esta valoración del smartphone no cambiará.

¿Su uso cotidiano y masivo, entonces, lo ha relevado de ser considerado un sinónimo de estatus? No. Álvarez acepta que, en efecto, dada su masiva penetración, ya no es considerado un lujo como antes, pero sigue siendo reflejo del segmento al que se pertenece. La marca y el modelo del equipo siguen siendo sinónimo de estatus para varios o reflejo de sus aspiraciones, añade.

Para Álvarez la tendencia es clara: la inmensa mayoría quiere el mejor equipo que pueda pagar. El smartphone está llegando a todos los niveles de uso y avanzando en cada segmento socioeconómico. "Incluso somos más exigentes con las ofertas de los operadores, cazadores de mejores planes y menos leales por precio", comenta.

GANANDO PRESENCIA

En términos de penetración, el smartphone ha ganado 13 puntos porcentuales en los dos últimos años, llegando a ser usado por el 84% de la población en zonas urbanas, según el reciente estudio de Ipsos "Hábitos, usos y actitudes hacia la telefonía móvil".

En los niveles socioeconómicos más altos –A y B– es utilizado por el 97% y en el C baja apenas al 90%. En los segmentos D y E también tiene un porcentaje mayoritario de uso –76% y 61%, respectivamente– lo cual confirma su avance frente a los equipos de gama baja (no inteligentes) que solo son empleados por el 3% del Perú urbano.

La medición de Ipsos no incluye zonas rurales, pero la tendencia histórica al alza también existe ahí, aunque en menor proporción. Según las mediciones realizadas por Osiptel (Erestel 2012-2018), se pasó de 17,9% a 38,2% de hogares con smartphone en cuatro años. A nivel país –considerando zonas rurales y urbanas– la penetración es del 73,4% de hogares, el doble de lo que se tenía en el 2015, según Kantar Ibope Media.

Para este año, si se observara solo la evolución de importaciones de equipos con curva descendente, según los reportes de Dominio Consultores, se podría suponer que en el 2019 no se sumarán nuevos usuarios. Pero no sucede así. La velocidad de incremento ha caído en el último año, pero no llega a descender.

Álvarez considera que la explicación está, por un lado, en el reciclado de equipos a nivel de núcleo familiar (el padre hereda su smartphone al hijo -o viceversa- antes de renovarlo) y, por otro, en el alto nivel de comercio de teléfonos de segunda mano. Eso sumado a que la renovación de smartphone –si no fue robado– es de dos años, lo cual ha coincidido con una reducción de las subvenciones en la gama alta, lo cual puede ralentizar la compra de equipos nuevos.

CONSUMO EN EVOLUCIÓN

Como usuarios, explica Álvarez, estamos en constante evolución. Seguimos teniendo en promedio 20 aplicaciones instaladas, con las redes sociales en el nivel más alto de preferencia, pero nos vamos sofisticando, ya no solo buscamos entretenimiento sino también información y las compras a través del móvil van ganando terreno.

En el 2017, por ejemplo, solo el 26% usaba siempre su celular para comparar precios antes de comprar. Este año, el reporte de Ipsos revela que la cifra subió a 30%. Y si revisamos el porcentaje de los que no buscaban información, se pasó de 61% en el 2017 a 43% este año.

También se observa una evolución en el tipo de contrato a elegir. En la medida en que los jóvenes consiguen un trabajo dependiente y mejoran sus ingresos, migran a planes pospago y priorizan el diseño del móvil, procesador y peso del dispositivo (se espera que sea liviano).

"La razón principal para ser pre o pospago está íntimamente relacionada con la disponibilidad de dinero y la capacidad de gasto. Si cuentas con presupuesto vas por el pospago", recalca.

Este hallazgo de Ipsos concuerda con las métricas de Osiptel, en las que figura que entre 2017 y 2019 se han sumado 2,5 millones de líneas pospago, mientras que las prepago solo fueron 1,9 millones más.

Además, el smarthopne se ha consolidado como el principal medio de acceso a Internet. Según Osiptel, se ha elevado la cantidad de clientes que contrata Internet móvil a nivel nacional: en el plan pospago se pasó del 74,3% en el 2017 al 90,3% en la actualidad y en el prepago pasaron del 33,3% al 42,6%.

Según Ipsos:

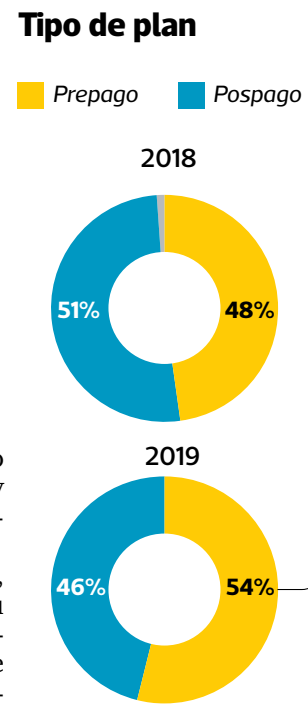
¿Qué busca el consumidor?

Mejores prestaciones
Hoy el comprador valora la duración de la batería, la memoria, buena calidad de sonido, velocidad de conexión, cámara con más megapíxeles y pantalla más grande.

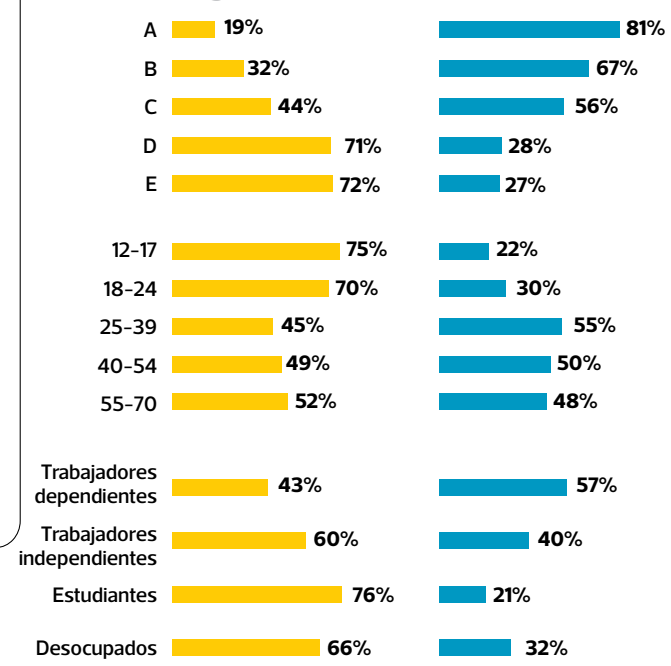
PERFIL

Así son los usuarios de telefonía móvil

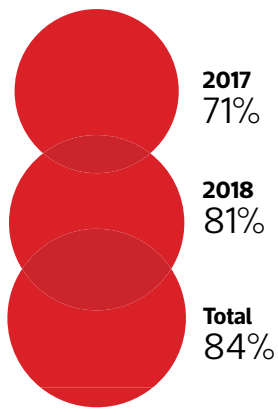
Tipo de plan



Por segmento (2019)



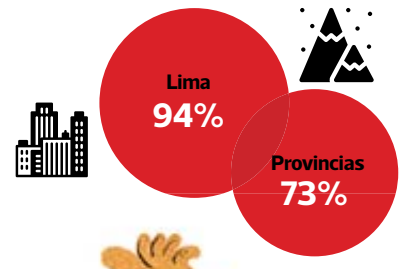
Tenencia de smartphone



Por segmento (2019)

		Edad	
NSE A	98%	12-17	95%
NSE B	97%	18-24	87%
NSE C	90%	25-39	89%
NSE D	76%	40-54	81%
NSE E	61%	55-70	64%

Ocupación	
Trabajadores dependientes	92%
Trabajadores independientes	73%
Estudiantes	94%
Desocupados	65%



Usuarios de telefonía móvil de 12 a 70 años en el Perú urbano: 16'652.000

Fuente: Estudio "2019 Ipsos. Hábitos, usos y actitudes hacia la telefonía móvil". Muestra de 1.009 personas.