

¿El nuevo iPhone quiere ganar terreno al mercado de Android?



“Si **Apple** va por el mercado de **Android**, es difícil decirlo, ya que **existen audiencias diferentes**” explica **Jorge Luis Coronel Fuentes**, investigador en Marketing Digital del **Tecnológico de Monterrey campus Puebla**.

El experto hace referencia a la lucha que **estos 2 gigantes tecnológicos** han mantenido por el mercado durante varias décadas y que se retoma ahora con la presentación por parte Apple del iPhone SE 3.

“No solo compiten en la utilidad de los equipos, en su función, la interfase, tamaño, diseño, colores, o uso de la pantalla, **siguen compitiendo en el desarrollo tecnológico**”.

De acuerdo con **Coronel**, la principal característica de **Apple** es tener un sistema diferente al de **Android** y que por naturaleza las aplicaciones que se desarrollan para cada uno de estos sistemas **no son compatibles uno con el otro**.

“Pero hay entornos que permiten emular aplicaciones de una u otra. Lo que está ganando posición para los usuarios es que **Apple tiene más emuladores o espacios** donde puede traer determinadas aplicaciones desarrolladas en **Android**, pero no viceversa”.

Los smartphones se ha convertido en computadoras y consolas de videojuegos



Van por la utilidad y sistemas más inteligentes

De acuerdo el profesor Coronel lo interesante en esta nueva oferta es observar **como a través de la experiencia total del cliente** empresas como Apple, también las que ofertan sistemas Android, ganan mercado para favorecerse con la decisión de compra y cita:

“Hacer que prefieran su marca ya no es una cuestión de estatus o diseño, ya se vuelve una cuestión de utilidad”.

Por ello comenta que las marcas trabajan en **generar versiones cada vez más útiles**. Añadió que hace apenas **3 o 4 años** costaba trabajo al configurar por ejemplo, un **iPhone XR** con un **iPhone 13**, hoy se resuelve prácticamente con 2 botones.

“Se comunica el equipo y ya hace todo por ti, eso es lo que vale” resalta el académico sobre la mejoría de estos equipos.

El experto avala que en términos tecnológicos, y aunque los usuarios no los perciban, **hay cambios importantes internamente** en velocidad de procesamiento y capacidad que los equipos tienen para gráficos.

“Hacen que prefieran su marca ya no es una cuestión de estatus o diseño, ya se vuelve una cuestión de utilidad”.- Jorge Coronel.

*“Si comparas versiones anteriores como un **iPhone 5 contra el XR o el 10**, hay una capacidad tremenda y totalmente diferente en el manejo tecnológico”.*

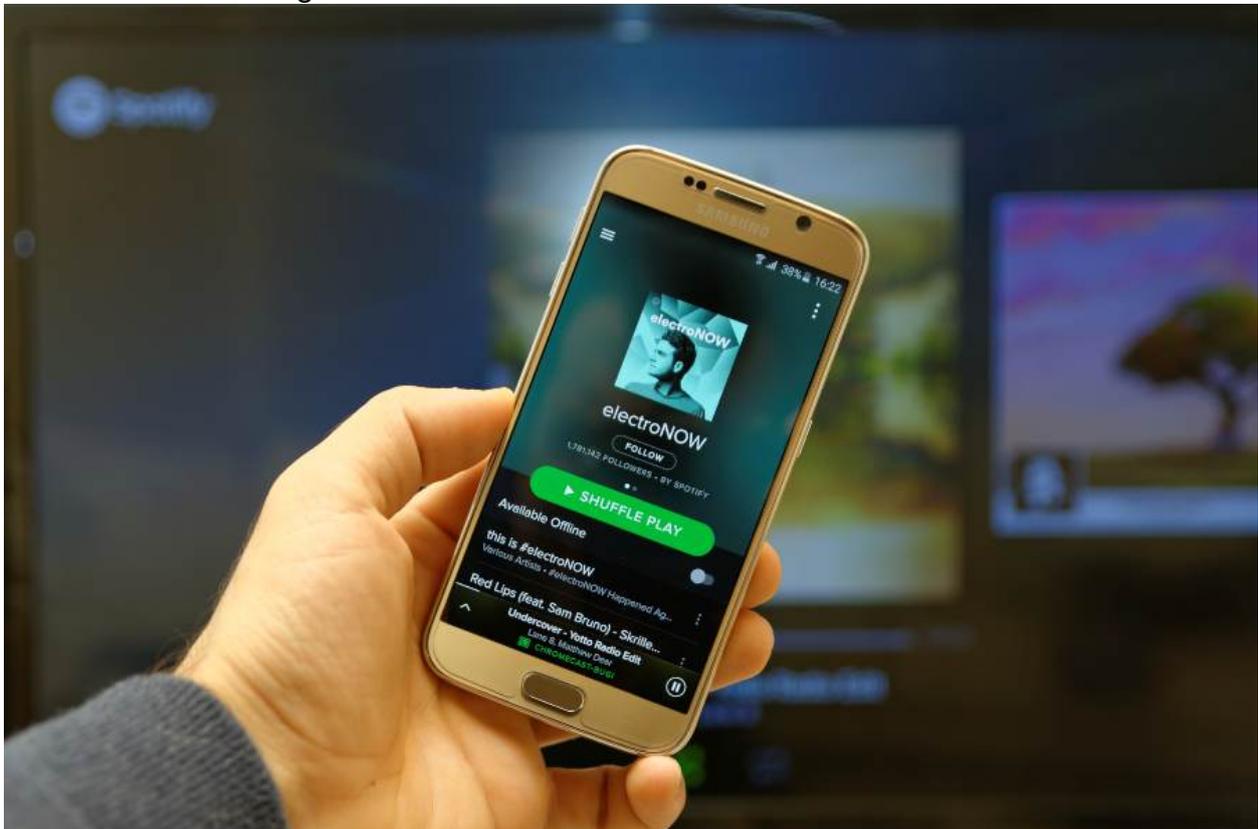
Coronel también cita que las versiones nuevas de estos dispositivos **se han convertido en computadoras, consolas de videojuegos y varias cosas** que modelos anteriores no lo eran.

*“El poder que tienen ahora es bastante bueno, el detalle está en que en la mayoría de las veces **como usuarios básicos no percibimos esos cambios tecnológicos**”.*

El investigador también señala que a una persona que utiliza los equipos para trabajo de diseño o producción audiovisual, es posible que no le interesen las aplicaciones de Android, es posible que prefieran la plataforma IOS por su usabilidad y poder.

*“Si hablamos de un usuario que quiere tener sus juegos, quiere tener integración, hacer streaming y desea una mayor compatibilidad, **es probable que escoja a Android**; ese es el mercado que podría estar en disputa”.*

El desarrollo tecnológico es la clave



Qué pasa con la fidelidad a la marca

Para el profesor Coronel **la reputación de Apple en México es buena**, la diferencia reside en comprobar si el grueso de los usuarios tiene los recursos, aunque sea financiados, para cambiar sus equipos.

Aclaró que en **México** la gente mantiene preferencia por **Apple**, sin embargo el costo de sus equipos ha rebasado su poder adquisitivo.

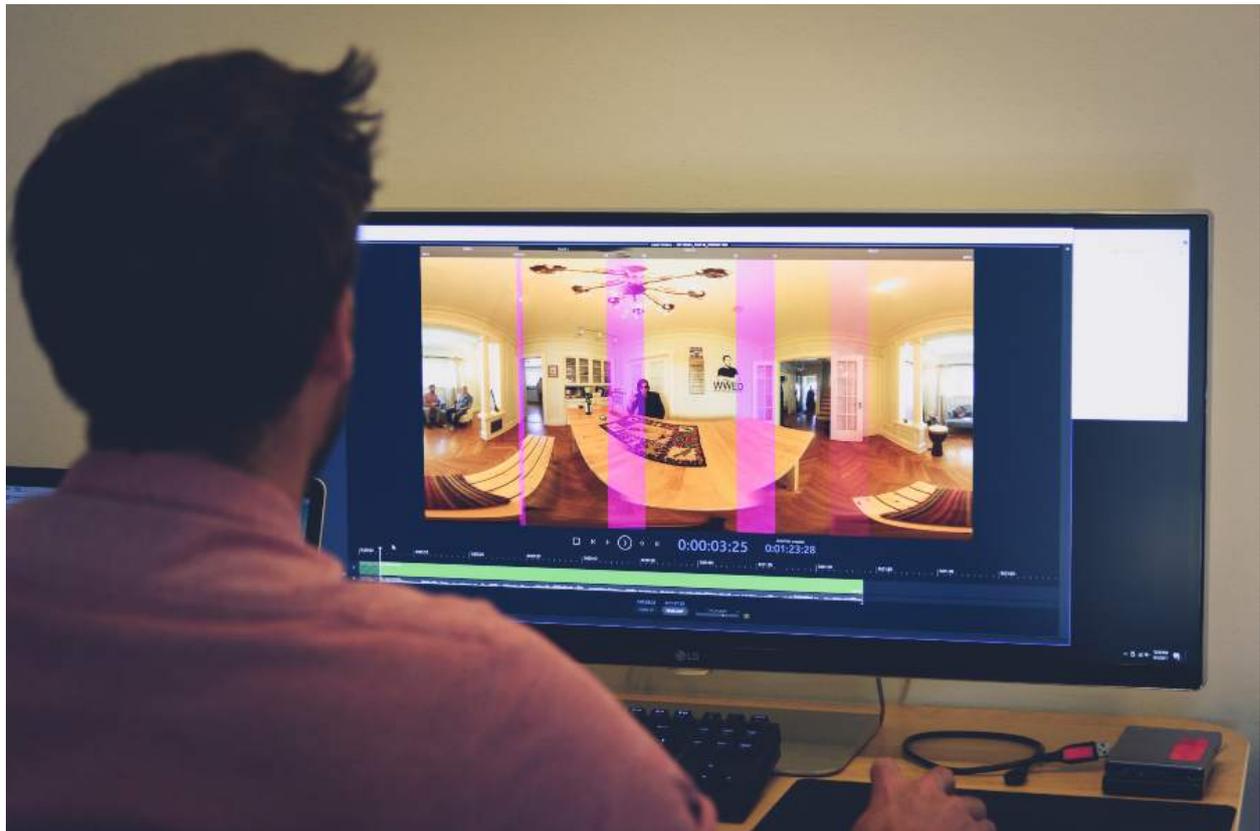
*“En un país con **57 millones de pobres**, la mayoría de las personas prefiere irse de vacaciones con familia y otras cosas más, por lo tanto, **ya no ve una ventaja competitiva en adquirir el equipo más nuevo**”.*

*“Me puede agradar, quiero ser o soy un **Apple Lover**, me gusta la marca, pero **mi lealtad se ve rota por algo que es básico como el costo**”*

Por su parte **Inmaculada Martínez**, profesora de intercambio en el **Tec de Monterrey campus Puebla**, proveniente de la **Universidad de Murcia**, añade que en **España el Android es el sistema más utilizado** porque es un sistema económico.

*“**Apple** sigue siendo para un segmento de mercado que quiere el tema de la innovación”.*

Preferencias de acuerdo a la necesidad de cada usuario



Al igual que **Coronel, Martínez** coincide en que si la capacidad económica de las personas se ve minimizada, estas buscarán adquirir dispositivos de menor precio, **lo que pone en juego el tema de la fidelidad de marca**.

Coronel dice que una estrategia de las compañías, como la de **Apple** y otras, ha sido acercar el producto al cliente y **ofrecerles facilidades**, además de intentar entender mejor sus necesidades.

El investigador aclara que anteriormente a las personas se les **segmentaba** de acuerdo al lugar dónde vivían, su capacidad económica y el efecto psicográfico.

*“Eso hoy ya no funciona, ahora se les segmenta por lo que se denomina **behavioral segmentation**, donde se entiende al consumidor por su conducta y comportamiento, **incluso se**”*

segmentan por el uso que le dan a su equipo”.

**“Apple sigue siendo para un segmento de mercado que quiere el tema de la innovación”.-
Inmaculada Martínez.**

Ante estos escenarios Jorge Coronel aclaró que las empresas como Apple ha recurrido a otras **estrategias como el financiamiento.**

*“Ya no solo los bancos, nos solo los puntos de venta, **el propio Apple** hoy en día te ofrece programas de financiamiento por el equipo”.*

Para Martínez el tema tiene que ver con una **fidelidad a la marca** pues a su parecer hay un publico que se mantiene fiel y afirma:

*"Si soy de iPhone **voy a ser siempre de iPhone**, y los que son de Android, van a ser siempre de Android; no veo que las nuevas capacidades del medio me hagan cambiar".*

TAMBIÉN QUERRÁS LEER

¡Con el chip listo! PrepaTec Puebla presenta robot para reto FIRST¡Con el chip listo!
PrepaTec Puebla presenta robot para reto FIRST

El robot Ónix es la creación del equipo IMPERATOR 5887 de PrepaTec Puebla.
tec.mx