

El estancado sector de los smartphones busca brotes verdes al calor de la IA

A la espera de los movimientos de Apple, las grandes marcas ya abrazan la revolución de los algoritmos como gran revulsivo frente a la profunda atonía del mercado

LAURA MONTERO CARRETERO

Una nueva era se abre paso en el sector de los teléfonos móviles, que tras dos cursos consecutivos de caída en las ventas mundiales está obligado a encontrar fórmulas que le permitan recuperar el brillo perdido. Ante un mercado muy maduro, donde poco se puede arañar, y en el que las innovaciones de los últimos años han tenido un impacto limitado, los fabricantes han visto en la inteligencia artificial generativa el asidero al que aferrarse para incrementar las ventas. Era solo cuestión de tiempo y todo apunta a que 2024 marcará el inicio de una frenética carrera en la que las marcas tratarán de cautivar a los consumidores con terminales que incorporen esta tecnología. La promesa es clara: una mejor experiencia que facilitará nuestro día a día y acceso a funcionalidades avanzadas que, se supone, justificarán el precio del dispositivo.

Samsung es quien ha tomado la delantera con la serie Galaxy S24, que integra de manera nativa inteligencia artificial para «redefinir lo que un smartphone es capaz de hacer» y que ha contribuido a catapultarle al primer puesto del ranking de proveedores de móviles, por encima de Apple, en el primer trimestre del presente ejercicio, con una cuota del 20,8% y 60,1 millones de unidades vendidas, según datos de la consultora IDC. La firma de la manzana mordida ha reconocido que tiene mucho trabajo en marcha en este ámbito, pero en principio no realizará ningún anuncio concreto hasta finales de año. Sí que ha habido filtraciones que apuntan por dónde pueden ir los tiros. De acuerdo a Bloomberg, los de Cupertino están en conversaciones con Google para obtener la licencia de Gemini de cara a su implementación en los iPhone mediante actualizaciones de software. Además, esta-

rían preparando nuevas capacidades basadas en inteligencia artificial para su próximo sistema operativo iOS 18, sin olvidar las previsible novedades en este terreno que traiga el iPhone 16, que se presentará previsiblemente en septiembre.

Los líderes por antonomasia de esta industria no son los únicos que apuestan por la IA. La china Xiaomi, tercera en discordia con una participación del 14,1%, ya ofrece en el Xiaomi 14 Ultra herramientas de edición de imagen sustentadas en esta tecnología y estaría probando cientos de funciones de inteligencia artificial generativa cuyo primer receptor sería el Xiaomi 14 Ultra, según la

información publicada en Gizmochina. Como era de esperar, Google, creadora de Gemini, se ha volcado por completo en esta revolución con los Pixel 8. Honor, por su parte, presentó en el último Mobile World Congress el software MagicOS 8.0, que aprende del uso que hace el usuario del dispositivo y las aplicaciones para comprender su intención y facilitar que una acción se complete en menos pasos. Oppo, que ocupa la quinta posición con una cuota del 8,7%, también se ha movilizado.

Nadie quiere quedarse rezagado porque si esta tecnología convence a los usuarios de su valor añadido

se convertirá en el revulsivo de un negocio estancado. Tras el repunte en las ventas mundiales de 2021, los dos siguientes años registraron un descenso del 11,33% y 3,43%, respectivamente y, aunque el primer trimestre de 2024 se ha anotado un crecimiento de los envíos del 7,8% respecto al mismo periodo del año anterior, reina la prudencia respecto al futuro.

«No hay que perder de vista que venimos de una tendencia decreciente desde el final de la pandemia. El mercado se va recuperando, pero no se espera que llegue a niveles de 2021, cuando la gente estaba en casa y hubo un crecimiento de las ventas, ni tampoco a niveles de 2018 o anteriores, sino que se prevé una estabilización en los próximos años», asegura Iñaki Martínez de Lizarrondo, Data and Analytics Manager de IDC. Lo atribuye a la alta madurez alcanzada en este segmento, a la preferencia de los consumidores por adquirir dispositivos de gama premium, que se renuevan de forma más lenta, y a la ausencia (hasta ahora) de elementos que sean verdaderamente disruptivos... Es ahí donde entra en juego la inteligencia artificial.

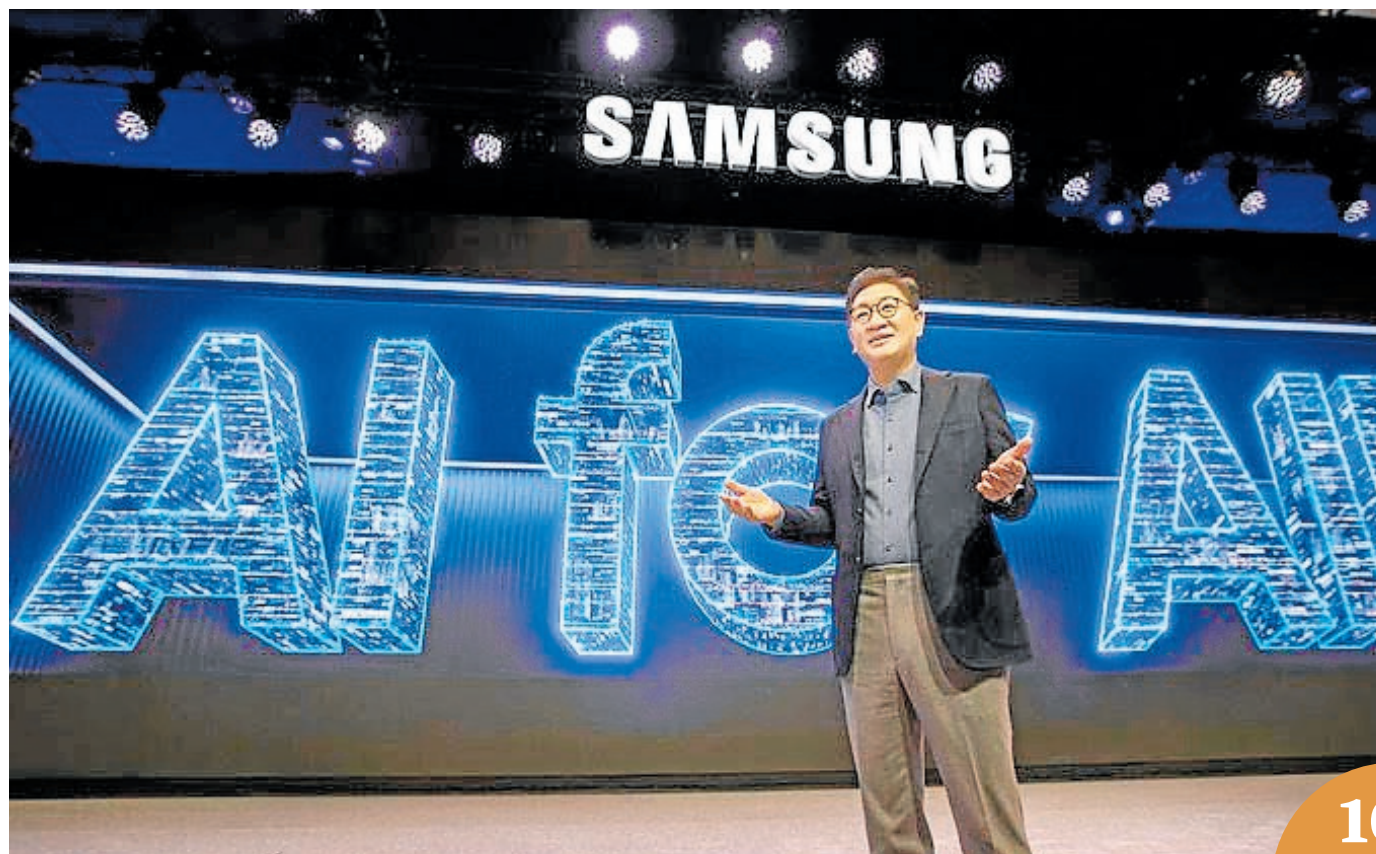
Los expertos coinciden en que esta tecnología se generalizará en los aparatos estrella de nuestras vidas. «Se va a incorporar a todos los smartphones y el fabricante que mejor lo venda será el que saque más

‘SMART HOME’

Más allá de la IA, desde Ingram Micro apuntan que los smartphones seguirán integrando mejoras en las cámaras, mayor capacidad de procesamiento, mayor eficiencia energética para que la batería dure más y requiera menos tiempo de carga... «Un elemento de fondo muy importante es la integración del smartphone con otros dispositivos, como los del Internet de las Cosas. Si conceptos como el ‘Smart Home’ no han calado demasiado ha sido por los ecosistemas cerrados que se han creado

entre marcas, que tratan de romper iniciativas como Matter. Ahora vemos cómo, obligados por las leyes, los sistemas operativos móviles más importantes se van a abrir incluso a otras tiendas de aplicaciones de terceros. Vamos hacia un modelo más abierto que influirá en el papel que jugarán tanto los fabricantes como los desarrolladores», asegura Herminio Granero.





rérito de ello», augura Martínez de Lizarrondo, convencido de que ayudará a estimular el mercado, aunque su relevancia dependerá de cómo se planteen los casos de uso y de cómo los clientes perciban que les beneficia en su manera de relacionarse con los dispositivos.

Múltiples funciones

Paula Lamo Anuarbe, profesora del Grado en Informática y del Máster en Internet de las Cosas de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), cree que es difícil prever hasta dónde será capaz de llegar la IA. «Seguramente, más allá de nuestra imaginación», dice. En su opinión, la forma en la que se puede implementar para que contribuya a la revitalización del mercado estará vinculada a la mejora de la experiencia de usuario, abriéndose un amplio abanico de posibilidades.

«La inteligencia artificial generativa puede contribuir a personalizar la experiencia con el móvil, aprendiendo de las interacciones del usuario y adaptándose a sus necesidades o preferencias», comienza por explicar. Entre sus ventajas, menciona también una mejora de la funcionalidad, por ejemplo, automatizando tareas u ofreciendo sugerencias proactivas. Asimismo, señala que se puede reforzar la seguridad (protección de datos, detección de patrones anómalos...) e interfaz de usuario, consiguiendo interacciones con el dispositivo más intuitivas o mejorando las aplicaciones que ya existen con funciones nuevas que incluyan

GANADORES COLATERALES

Paula Lamo Anuarbe, profesora de la UNIR, subraya que los fabricantes de móviles tienen grandes posibilidades para desarrollarse y ampliar mercado, pero recuerda que «directamente asociados están los fabricantes y proveedores de chips y las empresas de software y plataformas que permiten desarrollar IA con ellas (que serán usadas en los nuevos dispositivos que se creen)». Un buen botón de muestra es el gigante de los microprocesadores

esta tecnología», resume.

Bajado al terreno, la serie Galaxy S24 permite, por ejemplo, resumir cualquier contenido escrito en una lista de puntos para obtener una visión general o hacer búsquedas instantáneas con solo rodear el objeto en la pantalla, sin necesidad de teclear nada. David Alonso, director de Mobile Experience en Samsung Electronics Iberia, asegura que la compañía concibe Galaxy IA como una «habilitadora de experiencias únicas, que fomenta la productividad, la creatividad y nuevas formas de interacción entre las personas». La serie Galaxy S24 ha sido la punta de lanza, pero ya se encuentra disponible en modelos anteriores como las series Galaxy S23, Galaxy S23 FE, Galaxy Z Fold5, Galaxy Z Flip5 y Galaxy Tab S9. «Lo estará en más dispositivos próximamente», adelanta.

Samsung ha utilizado la IA para traducciones de texto y voz en ambos sentidos y en tiempo real, para ofrecer más opciones a la hora de tomar y

Nvidia, que el 23 de febrero superó el umbral de los 2 billones de dólares de capitalización bursátil y que en 2023 obtuvo un beneficio acumulado de 29.760 millones de dólares, un 581% más interanual. «En otro plano, también se beneficiarán los desarrolladores de software, las nuevas startups que desarrollen tecnología de IA, las empresas de ciberseguridad, las aplicaciones de internet de las cosas y de industria 4.0/5.0 en general», añade.

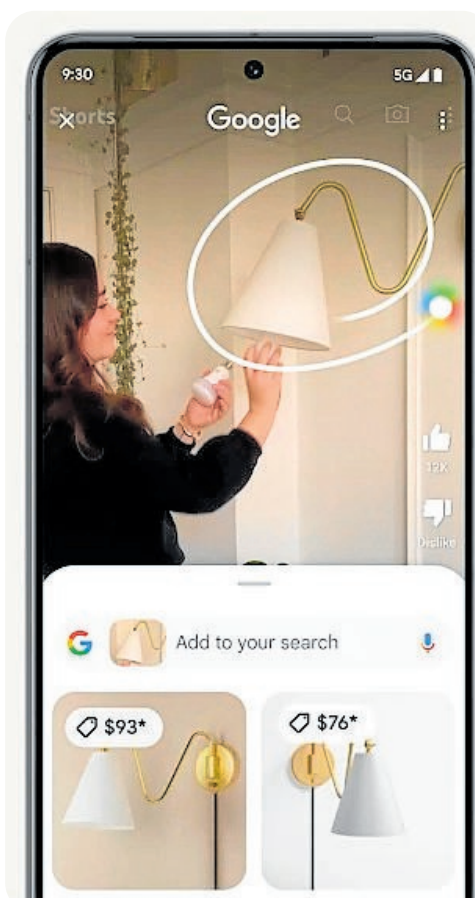
100
Millones de móviles con IA se venderán en 2024

editar fotografías, para transcribir conversaciones de voz a texto, resumirlas e incluso traducirlas... «Estas nuevas funcionalidades buscan tanto hacer la vida más fácil a las personas como aumentar la productividad de las empresas, y por ello, las previsiones de ventas son positivas», comenta Alonso, que remite a las conclusiones del estudio 'La IA y la Seguridad en los móviles: Usos, actitudes y percepciones', realizado por Samsung e Ipsos, según el cual un 54% de los es-

pañoles afirma que la IA mejorará su día a día, y un 44% reconoce que está dispuesto a comprar un móvil que integre esta tecnología, mientras que cerca del 20% de las empresas incorporarán IA para obtener ventajas competitivas, automatizar procesos y retener el talento. El furor que despierta esta tecnología y el deseo de llevarla en nuestro bolsillo los corrobora la consultora Counterpoint, que calcula que a lo largo de 2024 se venderán 100 millones de smartphones con inteligencia artificial. Para 2027 serían 522 millones de unidades, un 40% del total.

Búsquedas sencillas

Google, creadora de la herramienta Gemini, sacó al mercado el Pixel 8, que, entre otras funciones, permite dibujar un círculo con el dedo alrededor de una imagen, un texto o un video para que su IA encuentre resultados rápidamente



Nuevo paradigma

Desde el fabricante Oppo sostienen que la IA generativa está transformando muchos de los aspectos de la industria. «Consideramos que va a jugar un papel importante en la mejora de la experiencia de usuario y en la personalización de la tecnología. Además, va a potenciar el diseño de capas de personalización más creativas, y va a facilitar el análisis de grandes cantidades de datos, contribuyendo a optimizar procesos de investigación», sintetizan. Ventajas que van a suponer, según la firma, «una adaptación mayor de los fabricantes a la demanda de los usuarios, lo que impulsará en gran medida la oferta en el sector».

La compañía precisa que están invirtiendo grandes recursos en la transformación de sus técnicas actuales para adaptarlas a las necesidades de los consumidores. «Un ejemplo de cómo estamos introduciendo esta tecnología en nuestros smartphones

▶▶▶ es la última serie Oppo Find X7, que contiene más de cien funciones basadas en IA», indican. Desde la firma añaden que en los próximos dispositivos que presenten en el mercado europeo incluirán innovaciones en materia de inteligencia artificial, con el objetivo de seguir acercando a sus usuarios los beneficios de la tecnología más avanzada.

El potencial transformador es enorme. Herminio Granero, Executive Director en Ingram Micro Iberia, sostiene que la llegada de la inteligencia artificial a los smartphones solo es comparable a la de internet a los teléfonos móviles: «Un smartphone con IA es algo diferente que todavía no tiene nombre, pero que debería tenerlo. No se trata de una simple evolución dentro de la norma, sino de una disrupción que está cambiando por completo el funcionamiento, usabilidad y potencial de estos dispositivos, sobre todo cuando se convierte en el epicentro de los mismos y no en una mera app o función añadida a apps ya existentes». Si bien aún es pronto para imaginarlo, el experto dice que hablamos de un cambio que supone pasar de una tecnología más bien reactiva a una proactiva, «en la que un asistente virtual sea quien lleve la voz cantante y sepa adelantarse a nuestras necesidades o cubrirnos por nosotros». Como conclusión, cree que lo que vamos a ver en los próximos meses y años lo modificará todo en el mundo digital y, por tanto, en nuestras vidas.

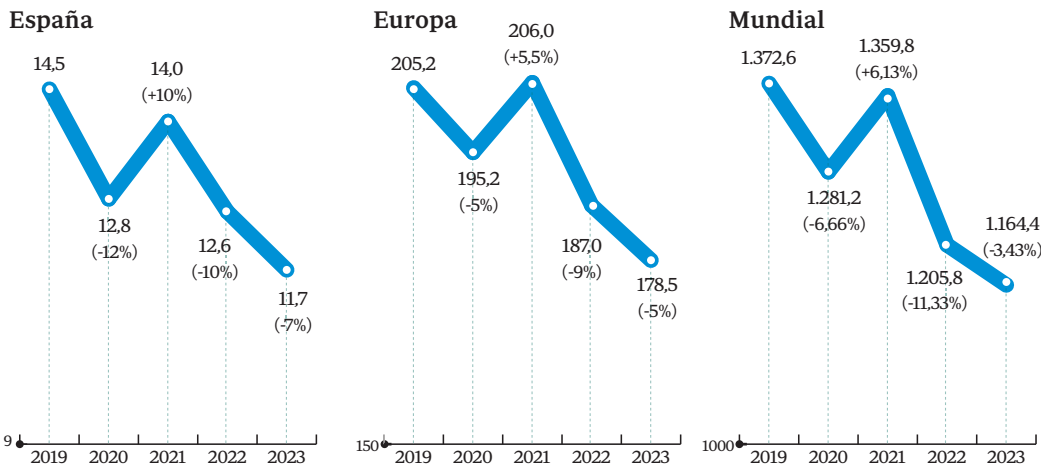
La onda expansiva de este terremoto tecnológico se sentirá en todas las geografías. Martínez de Lizarrondo, de IDC, expone que para las aplicaciones de inteligencia artificial que necesitan teléfonos móviles con gran potencia en términos de computación, el impacto será mayor en mercados de alto valor, como el anglosajón, alemán, francés o estadounidense, pero aclara que «en mercados emergentes la IA va a seguir siendo importante, quizá no porque haga las mejores fotos, pero a lo mejor sí ayudando a una mejor gestión de la batería o de la red, por ejemplo».

Para todos los públicos

Sobre esta cuestión también reflexiona Granero, de Ingram Micro Iberia: «Por lo general, los móviles topes de gama suelen tener mejor encaje en mercados maduros desde el punto de vista digital y con mayor poder adquisitivo de su población. Sin embargo, que sea Samsung quien lleve la voz cantante ahora mismo en el mercado global

Evolución de las ventas de móviles

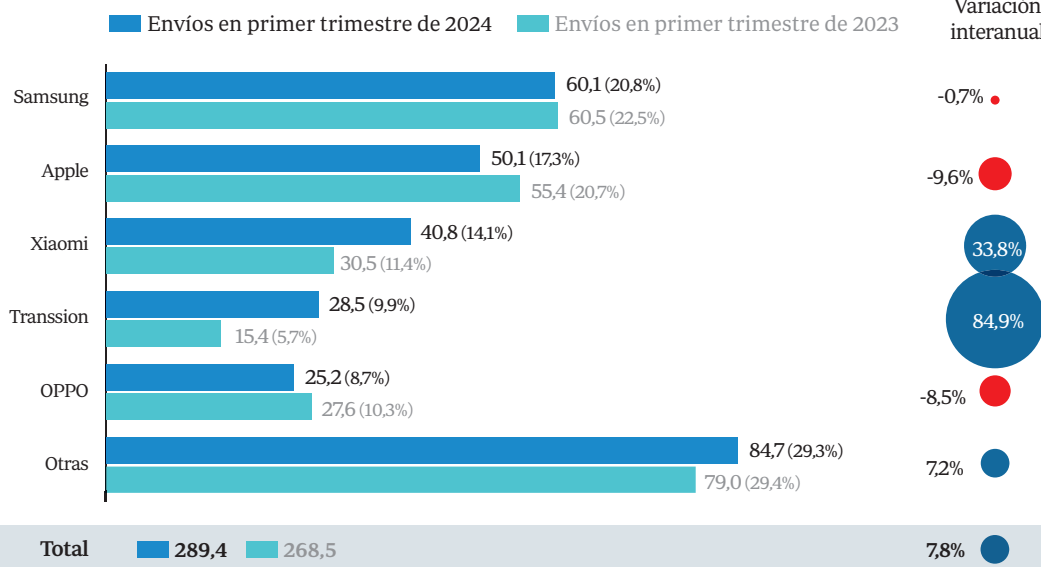
Unidades en millones



Reparto del mercado mundial por marcas

Primer trimestre de 2024

(Resultados preliminares, en millones de unidades)



Fuente: IDC

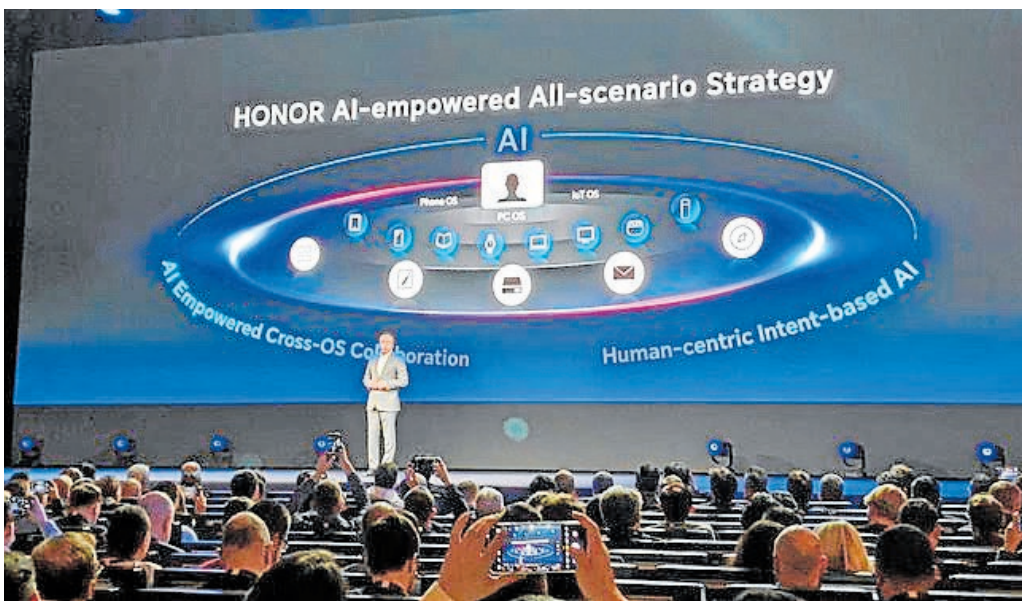
dores», de modo que, a su juicio, «no tendría mucho sentido restringir estos avances solo a gamas que no van a llegar a muchos usuarios de primeras».

Defiende que esta vez vamos a ver cómo la IA entra en los móviles mucho antes y no solo desde arriba, porque parte del negocio estará en restringir después las mejores capacidades de estos sistemas a usuarios de pago. «Ya sabemos que cuando se trabaja con modelos ‘freemium’ -indica- la clave del éxito es contar con la más amplia base de usuarios posible porque al final trabajas sobre un porcentaje de usuarios que después se harán de pago. Cuantos más usuarios gratuitos haya, mayor probabilidad de que haya muchos usuarios que paguen».

Estar a la última

Como expone Fernando Suárez, presidente del Consejo General de Colegios de Ingeniería en Informática-CCII, estamos ante un movimiento imparable: «Los modelos que salgan a partir de ahora, sobre todo los tope de gama, van a tener capacidades de inteligencia artificial». El salto cualitativo en las especificaciones técnicas está fuera de duda, pero a su juicio la motivación de los fabricantes responde también a la presión para no quedarse en el vagón de cola. «Si el tope de gama de Samsung tiene inteligencia artificial y Apple no la incorpora, por mucho que sea un iPhone, habría consumidores que sentirían que no están a la última», ahonda. Frente a lo que ocurría en el pasado, cuando «una mayor capacidad de procesamiento no suponía nada para el usuario», Suárez destaca que ahora sí que va a traducirse en mejoras sustanciales. Esa capacidad de computación es una de las características de estos terminales, junto con un software actualizable para disfrutar de las novedades que vayan apareciendo.

La batalla del futuro de la industria se libra en el campo de la inteligencia artificial, aunque Suárez advierte de que la gran explosión todavía está por venir y se producirá cuando esta tecnología cree un nuevo paradigma en la forma de relacionarnos con los dispositivos. «Un cambio relevante fue cuando desaparecieron los teclados físicos en favor de la pantalla táctil y la IA nos permitirá interactuar de una manera totalmente distinta, a través de la voz o de gestos», apunta. El mercado de los smartphones se conecta a la IA para reactivar su pulso y dar un giro de 180 grados a la oferta de terminales.



Tecnología de moda

George Zhao, CEO de Honor, aprovechó el Mobile World Congress 2024 para exponer la apuesta del fabricante por la IA y presentar el Honor Magic6 Pro (incluye el sistema operativo MagicOS 8.0), equipado con nuevas funciones gracias a esta tecnología

de smartphones, tras su sorpasso a Apple, podría ser una oportunidad para que esta tecnología nazca directamente desde las gamas medias y no solo desde las más altas». El experto recuerda que la de la IA es una lucha encarnizada entre gigantes digitales de todo tipo, con una competición de fondo entre Estados Unidos y

China por liderarla a nivel mundial en los próximos años, por lo que «lo que necesitan los fabricantes es acumular una gran base de usuarios capaz de generar data, mejorar los algoritmos y posicionar mejor sus modelos de lenguaje y aplicaciones basadas en IA para quitar de antemano cuota de mercado a sus potenciales competi-