

## La columna de...

ANDREA MOLINA,  
GERENTE DE MARKETING Y PR DE HONOR CHILE

# El mercado Latinoamericano de smartphones

Las estadísticas recientes proporcionadas por Canals y ampliamente difundidas por los medios de comunicación reflejan el dinamismo y la capacidad de adaptación que caracteriza al mercado latinoamericano de smartphones. El crecimiento del 26% en los envíos de smartphones en el primer trimestre de 2024, alcanzando los 34,9 millones de unidades, es una señal clara de un mercado vibrante y en expansión. En este contexto, nuestros resultados son especialmente notables y dignos de análisis.

Nos hemos logrado posicionar como un actor importante en este mercado en constante evolución. Con un impresionante crecimiento anual del 293%, hemos consolidado nuestra posición como uno de los cinco principales proveedores en la región, alcanzando 2,6 millones de unidades vendidas. Este éxito no es fortuito; es el resultado de una estrategia bien pensada y ejecutada que combina innovación tecnológica, comprensión del consumidor y una fuerte presencia de marca.

La mejora de las condiciones económicas y los niveles de inventario más saludables han creado un ambiente propicio para el resurgimiento de la demanda. Hemos aprovechado estas condiciones al máximo, con productos atractivos en los distintos segmentos de precios. Nuestra capacidad para ofrecer dispositivos con características avanzadas a precios accesibles ha resonado profundamente con los consumidores latinoamericanos, quienes buscan calidad y valor en sus compras.

Este crecimiento también ha sido impulsado por nuestra expansión en el ecosistema de productos. No solo estamos ofreciendo smartphones, sino que también hemos introducido productos complementarios como relojes inteligentes, audífonos, parlantes y, desde mayo, tablets. Estos productos no solo diversifican nuestra oferta, sino que también amplifican la experiencia del consumidor y aumentan la visibilidad de la marca en un mercado competitivo.

En un mercado donde el 82% de los smartphones vendidos cuestan menos de 400 dólares, la incorporación de funciones avanzadas de inteligencia artificial (IA) y otras tecnologías innovadoras en dispositivos de menor precio es un desafío. No obstante, estamos comprometidos a llevar la mejor tecnología a todos nuestros consumidores. Es fundamental que las expectativas generadas por nuestras campañas de marketing estén alineadas con las capacidades reales de nuestros productos, asegurando así la satisfacción del consumidor.

La intensa competencia en el mercado latinoamericano de smartphones beneficia a los consumidores al ofrecerles una amplia variedad de opciones y nos impulsa a seguir innovando y diferenciándonos. Estrategias como mejorar nuestras plataformas de ventas en línea y ampliar nuestra presencia en establecimientos minoristas físicos son clave para mantener nuestro crecimiento.

Estamos convencidos de que la clave del éxito futuro reside en mantener un equilibrio entre la innovación tecnológica y la accesibilidad. Nos dedicamos a mantener el valor de nuestro ecosistema y a seguir ofreciendo productos que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores sin comprometer la calidad.