LUN

Fecha: 20/08/2025 Audiencia: 271.020 Sección: OCIO Y TIEMPO LIBRE
Vpe: $3.947.205 Tirada: 91.144 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $4.399.200 Difusión: 91.144
Vpe portada: $4.399.200 Ocupación: 89,73%

Samsung trae más modelos, pero Apple cobra más caro: ¿y los chinos?

Marca por marca: los celulares más vendidos del primer semestre

"La diversificación de opciones y la presión de marcas chinas hacen que los líderes pierdan un poco de participación", analiza profesor de la UDD.

Costo promedio de un teléfono en Chile por marca

Marca	Precio promedio*
Apple	$546.726
Samsung	$191.034
Xiaomi	$136.027
Huawei	$192.722
Motorola	$139.194

**Monto CIF de cada marca dividido por las unidades importadas, convertido a pesos chilenos (cambio US$1=$966).*

Unidades de celulares importadas a Chile según marca

Marca	Unidades importadas 1er semestre			Participación mercado 1er semestre 2025	Variación Participación 1er semestre 2025/2024
	2023	2024	2025		
Samsung	879.437	1.263.159	1.005.027	30,5 %	-20,4 %
Xiaomi	441.220	437.253	649.433	19,7 %	48,5 %
Apple	464.592	426.056	508.683	15,4 %	19,4 %
Motorola	480.888	512.331	441.355	13,4 %	-13,9 %
Huawei	124.888	211.937	369.275	11,2 %	74,2 %
ZTE	8.263	45.854	69.155	2,1 %	50,8 %
Sky	189	525	45.942	1,4 %	8650,9 %
Tecnolab	-	43.000	40.014	1,2 %	-6,9 %
Mlab	12.000	11.000	40.000	1,2 %	263,6 %
Vivo	64.002	101.604	39.178	1,2 %	-61,4 %
Otras marcas	182.214	129.804	84965	2,7 %	-
Total	**2.657.693**	**3.182.523**	**3.293.026**	**100%**	**3,5 %**

Monto de las importaciones

Marca	Monto CIF* importado 1er semestre (en dólares)			Participación mercado 1er semestre 2025	Variación Participación 1er semestre 2025/2024
	2023	2024	2025		
Apple	302.362.826	255.760.242	287.898.939	38,7 %	12,6 %
Samsung	186.724.174	253.082.611	198.752.170	26,7 %	-21,5 %
Xiaomi	73.083.250	71.168.710	91.450.181	12,3 %	28,5 %
Huawei	18.770.874	45.549.797	73.672.286	9,9 %	61,7 %
Motorola	78.392.598	76.362.521	63.578.372	8,5 %	-16,7 %
Sky	35.574	93.411	6.635.316	0,9 %	7003,4 %
Vivo	9.304.374	17.614.365	5.456.935	0,7 %	-69 %
ZTE	779.166	5.189.267	4.613.275	0,6 %	-11,1 %
Infinix	226	2.394.121	1.860.721	0,3 %	-22,3 %
Mlab	192.906	215.795	624.895	0,1 %	189,6 %
Otras marcas	19.233.144	10.725.498	8.625.755	1,3 %	-
Total	**688.879.111**	**738.156.337**	**743.337.018**	**100%**	**0,7 %**

Fuente: Declaraciones de Ingreso (DIN); Importaciones a título definitivo ajustadas con sus documentos modificatorios. Servicio Nacional de Aduanas.
Monto CIF: término utilizado en el comercio internacional que determina el valor total de una mercancía (incluye costo del producto, flete y seguros).

VALENTINA ESPEJO

El mercado celular está al rojo en Chile, con cinco marcas dando la pelea arriba y una amplia gama de dispositivos a la venta. Así lo reflejan las cifras de envíos de smartphones reportadas por el Servicio Nacional de Aduanas, que representan el número de unidades que los fabricantes reparten por el mundo, en este caso, a nuestro país (ver tablas).

Aunque no son exactamente lo mismo, los envíos son el eufemismo que usa la industria para calcular las ventas totales de cada marca. El panorama del primer semestre luce más o menos así: grandes marcas chinas -Xiaomi, Huawei- están ganando terreno en los extremos del mercado, tanto en la gama alta como en la gama baja, mientras las marcas más tradicionales -Apple, Samsung- luchan por mantener su liderazgo.

Samsung mantiene la mayor cuota de mercado (30,5%), aunque sus importaciones experimentaron un fuerte retroceso. ¿Quién crece a costa de los surcoreanos? Xiaomi subió 48,5% en unidades importadas y suma 19,7% de participación de mercado; Huawei registró un fuerte aumento del 74,2% en importaciones, consolidando un 11,2% de participación. Apple, mientras tanto, aumentó su participación (+19,4%), reflejo de un segmento importante de consumidores dispuesto a pagar por dispositivos premium.

Paradoja del líder

Para Santiago Allamand (@stgoallamand en Instagram), profesor de la Universidad del Desarrollo, inversionista y aficionado a la tecnología, el mercado chileno de celulares se está reconfigurando: "Se observa una polarización clara: Apple domina la gama alta, mientras las marcas chinas avanzan con fuerza en la media. Samsung queda en el centro, obligado a defender terreno en ambos frentes: es síntoma de cómo se mueve el poder adquisitivo y las ganas de gastar de los chilenos en un año que se endurece financieramente".

A su juicio, "Samsung enfrenta la paradoja del líder: cuando ya dominas el mercado, crecer es más difícil y las caídas se ven más marcadas. La diversificación de opciones y la presión de las marcas chinas hacen que los líderes pierdan un poco de participación en períodos cortos de tiempo, pero eso no significa realmente perder su liderazgo de largo plazo". Añade que "Apple tiene un elemento clave para los chilenos y que trasciende el celular: es estatus y ecosistema. Incluso en épocas de ajuste, las personas priorizan este 'lujo aspiracional', donde la marca comunica tanto como la tecnología".

Nicolás Silva, director de tecnología de Asimov Consultores, empresa chilena que desarrolla apps móviles, software e inteligencia artificial, asocia el crecimiento de Apple a que los bancos y operadores ofrecen iPhones hasta en 24 cuotas sin interés, lo que los vuelve mucho más accesibles. "El valor de reventa de un iPhone es más alto que el de cualquier Android, entonces la gente lo ve como una inversión más segura dentro de la gama alta", añade. "En términos de valor de importaciones, Apple es el gran ganador, porque aunque venden menos unidades que Samsung, importan teléfonos mucho más caros".

De hecho, al calcular el precio por teléfono, Apple promedia más de $540.000 por unidad, mientras Samsung no llega a $200.0000. Ello explica que la marca norteamericana lidere en montos totales, aunque haya importado a Chile -y luego vendido, por ende- menos equipos.

Precio/calidad

"Xiaomi y Huawei combinan innovación veloz con precios competitivos, lo que los vuelve muy atractivos cuando pierdes poder adquisitivo, como está ocurriendo en Chile. Tener cámaras de alto nivel, baterías potentes y 5G las hace muy atractivas para un consumidor chileno exigente pero sensible al costo", opina Allamand.

Al respecto, Nicolás Silva cree que ambas marcas son las que más crecen en el mercado nacional porque "ofrecen una relación calidad-precio muy atractiva. Están presentes en todos los canales, como operadores y retail; incluso hasta tienen tiendas propias y eso les da mucha visibilidad. Huawei, pese a las restricciones globales, mantiene una base fiel, mientras Xiaomi se ha convertido en la alternativa preferida de los jóvenes que quieren buen rendimiento a menor precio".

Para Silva, ingeniero civil de la Universidad de Chile y máster en TI de la Universidad de Carnegie, marcas como Motorola "están perdiendo espacio porque no logran diferenciarse ni en innovación ni en precio. Hoy el segmento de entrada lo domina Xiaomi, y en la gama media y alta la pelea es entre Samsung y Apple. Motorola se queda en el medio, sin un relato claro, y eso explica su retroceso".

Allamand aclara que lo que estamos viendo en Chile "se parece mucho a lo que está pasando en el mundo: Apple mantiene su nicho premium, Samsung resiste como histórico y China gana velocidad en mercados sensibles al precio, como nuestro país. La diferencia es que en Estados Unidos, donde no son sensibles al costo y tienen mucho endeudamiento para este tipo de productos, Apple es casi hegemónico, mientras en regiones como Latinoamérica la variable costo es decisiva".

Silva también destaca que "la diferencia en Chile es que el iPhone tiene más presencia que en otros países de la región, porque el consumidor chileno apuesta fuerte por la alta gama, ayudado por el acceso al crédito". Por último, le llama la atención "que Huawei en Chile resiste más que en otros mercados, donde cayó mucho por la falta de servicios de Google".