

ECONOMÍA Y TRABAJO



Tienda de móviles de segunda mano en Newport (Reino Unido). / MATTHEW HORWOOD (GETTY)

Mientras que las ventas de los modelos nuevos se estancan, el mercado de dispositivos reacondicionados ya alcanza a uno de cada cinco aparatos

La inflación impulsa el negocio de la segunda vida de los móviles

JOSEP CATÀ, **Barcelona**
Han pasado 17 años desde que Steve Jobs deslizó el dedo por la pantalla del primer iPhone y los asistentes a la presentación, boquiabiertos, vieron cómo se abría ante ellos una carrera de innovación entre las marcas para superarse con modelos de teléfonos inteligentes cada vez más revolucionarios. La competición arrastró con fuerza a los consumidores, que pronto se volvieron presos de una tendencia: la de querer tener siempre el último grito en dispositivos. Los precios iban subiendo, y la demanda acompañaba. Desde hace un tiempo, no obstante, es difícil ver a simple vista qué hay de nuevo en cada aparato, y la sorpresa en algunos casos ha dado paso a la burla: en septiembre, cuando Apple lanzó su iPhone 14, internet se llenó de memes que sugerían que era prácticamente el mismo móvil que el anterior, pero más caro. Desde hace unos meses, las ventas de móviles nuevos se han estancado, mientras que el negocio de los aparatos de segunda mano y reacondicionados va en aumento.

Los fabricantes de móviles han tenido que adaptarse a esta falta de efecto sorpresa, y esto se ha ido viendo en las últimas ediciones del Mobile World Congress, la gran feria tecnológica que se celebra en Barcelona: cada vez hay menos presentacio-

nes de dispositivos y, si las marcas llevan aparatos, lo hacen apostando por darle más valor (mejorando las cámaras de foto, o presentando versiones de móviles que se doblan) para compensar la reducción del volumen. Esta falta de sorpresa del consumidor se suma a un momento complicado para el sector tecnológico en general: tras vivir un auge de ventas durante la pandemia, aupadas por la digitalización y el ahorro de las familias, el sector ha entrado en una etapa de caída de la demanda que además ha coincidido con la escalada de precios. La inflación en España fue el año pasado del 5,7%, y en el caso de los móviles, según un estudio de Idealo, el coste medio ha subido un 28% en los últimos dos años, hasta los 230 euros. El precio medio de los diez móviles más vendidos, que son los modelos más caros, fue de unos 600 euros.

Todo ello ha hecho que el mercado de los móviles —que según qué marcas y modelos son casi artículos de lujo y más caros que algunos ordenadores— se haya resentido. En 2022, se vendieron en España 13,4 millones de aparatos, un 8% menos que el año anterior, según un estudio de la firma de análisis Canalys. En el último trimestre del año, pese a la campaña de Navidad y al Black Friday, la caída de ventas fue del

Los memes del iPhone 14 sugieren que es igual que el anterior y más caro

La caída de ventas de los 'smartphones' en el mundo fue del 12% en 2022

“Solo se innova en cosas como la foto”, explica un experto en reparaciones

16%. En todo el mundo, la caída de ventas de *smartphones* en 2022 fue del 12%. La consultora IO Investigación sitúa la caída de ventas en España en un 6%, aunque apunta que, por la subida de precios, las compañías lograron facturar un 8% más.

En este contexto, la opción de la segunda mano ha ganado peso. El portal Wallapop explica que, según un estudio propio, un 43% de los españoles que tienen que comprar algo se plantean optar por productos reutilizados. En su plataforma se publican casi tres millones de anuncios de móviles y telefonía, y los más demandados en lo que va de año son Samsung Galaxy, iPhone 11 y iPhone 12.

También han surgido empresas y portales especializados. Uno de ellos es Back Market. “Vendemos productos que han sido usados y que pasan por las manos de reacondicionadores expertos que cambian las piezas que sean necesarias”, explica Nathanaël Berbessou, director general de la compañía en España. Berbessou diferencia su negocio del de la segunda mano, ya que este último suele ser entre particulares, y en su caso se trata de una empresa que ofrece para sus productos una garantía de dos años, la misma que el producto nuevo. El portal se fundó en Francia en 2014, y tiene a España como primer mercado internacional.

“Nuestra propuesta de valor encaja perfectamente con el consumidor español, ya que permite comprar productos de grandes marcas —la más demandada es Apple— a un precio que puede llegar a ser un 50% al del producto nuevo”, explica Berbessou. “Por ejemplo, el producto más vendido en Back Market, el iPhone 12, cuesta unos 400 euros mientras que nuevo costaría 900”, detalla.

Según los cálculos del portal, que trabaja con unas 1.000 empresas en todo el mundo que reacondicionan móviles y los venden a través de Back Market, la venta de móviles de este tipo se ha duplicado en dos años, y ya representa uno de cada cinco móviles vendidos en España. “Aquí hay un poder adquisitivo menor, y la inflación ha impactado mucho, especialmente en los productos nuevos. El aparato reacondicionado es un producto antiinflación, porque tiene entre dos y cuatro años de antigüedad”, apunta su director general.

Conciencia ambiental

Jacqueline Pistoulet es directora en España de una de las empresas que reparan los móviles. La empresa se fundó en 1986 y se dedicaba al mantenimiento electrónico para operadoras de telecomunicaciones, pero tuvo que reinventarse ante la competencia de precios que ofrecían países de Europa del este. Y encontraron oro con la reparación de móviles, cuando rebautizaron la compañía como Smaart en 2017. “Es extraño lanzar una marca que vende productos de otras marcas, pero la idea es poner en valor la calidad industrial del producto que ha pasado por nuestro taller: certificamos el borrado de datos, tenemos un proceso de auditoría sobre el producto, reparamos micrófonos, pantallas rotas, cambiamos la batería... controlamos todo el proceso y damos una garantía de dos años”, explica Pistoulet. Ellos compran los móviles usados principalmente a operadores como Orange o a empresas que suelen cambiar cada cierto tiempo los aparatos de sus trabajadores, aunque también pueden comprar a particulares a través de su página web.

Pistoulet defiende que esta tendencia va al alza gracias no solo a la inflación, sino también a la conciencia ambiental. “Tener un *smartphone* es casi imprescindible ahora mismo, pero la gente está cambiando los hábitos. Muchos dicen que quieren la última versión, y luego no saben usar ni un tercio de las posibilidades que ofrece un producto nuevo. Ahora además solo se innova en aspectos como la fotografía, y quizá no vale la pena comprarse un móvil nuevo por la cámara”, apunta. Su empresa factura 26 millones de euros, ha crecido un 24% en el último año, y desde 2017 el volumen de negocio se ha multiplicado por cuatro. “Las ventas en el sector del reacondicionado suben un 10% cada año. La gente está cambiando el chip, aunque bueno, la gracia consiste en darle una nueva vida a este chip”, se ríe.