

LA GEOGRAFÍA ECONÓMICA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL EN LOS MERCADOS EMERGENTES

Ana Luisa Hernández García

Escuela Nacional Preparatoria Número 2 “Erasmus Castellanos Quinto”, UNAM

profesora.ana.geo@gmail.com

María de Lourdes Ramos Rojas

Escuela Nacional Preparatoria Número 2 “Erasmus Castellanos Quinto”, UNAM

mariadelourdesrr9@hotmail.com

Resumen

A través de los años que he impartido Geografía Económica, he apreciado que las generaciones han cambiado paulatinamente, así mismo los intereses de los alumnos, en la actualidad los estudiantes necesitan encontrar en las asignaturas de todos los campos del conocimientos, algo significativo al siglo XXI, es importante recordar que nuestros programas son de 1996, y tienen una antigüedad de 19 años, por ese motivo la forma que me pareció adecuada, para estar a la vanguardia, fue adaptar el programa de geografía económica para conocer y explicar lo que nos ofrecen las grandes potencias en lo más sofisticado de la tecnología móvil actual, porque es en esta asignatura es en donde se desarrollan temas sobre los recursos, producción, distribución, consumo, trabajo en las diferentes regiones económicas del mundo. Si se apropian del conocimiento, lo pueden aplicar en cualquier carrera que estudien, en cualquier campo de la ciencia y de la vida.

Para realizar dicha adaptación, tome como fundamento el aprendizaje significativo, que dice “Para entender la labor educativa, es necesario tener en consideración otros tres elementos del proceso educativo: los profesores y su manera de enseñar; la estructura de los conocimientos que conforman el currículo, el modo en que éste se produce y el entramado social en el que se desarrolla el proceso educativo. Lo anterior se desarrolla dentro de un marco de la psicología educativa que trata de explicar la naturaleza del aprendizaje en el salón de clases y los factores que lo influyen, estos fundamentos psicológicos proporcionan los principios para que los profesores descubran por sí mismos los métodos de enseñanza más eficaces (Ausubel: 1983).

A los alumnos les interesa aprender todo lo que tenga que ver con la tecnología virtual, de información, de comunicación y sobre todo de alta velocidad que se adapte a sus posibilidades económicas, por eso al indagar las expectativas que los alumnos tenían sobre la materia, ellos comentaron que esperaban conocer la producción, distribución así como, en donde se daba la mayor adquisición y consumo de dispositivos móviles, por lo que nos dimos a la tarea de investigar más a fondo todo lo referente a los smartphones.

Los smartphones son productos relativamente nuevos en algunas partes del mundo, a diferencia de los países desarrollados donde las ventas de teléfonos de gama alta es la principal fuente de ingresos de los fabricantes, en los países en desarrollo o mercados emergentes la cosa es distinta, ya que en estos mercados predomina la venta de equipos de medianas prestaciones así como sus precios.

Los mercados emergentes pueden servir de plataformas para posicionar marcas y que estas despeguen en países desarrollados, así como se pueden convertir en ejemplos a seguir en la creación de mercados nuevos o como una cuna para los nuevos fabricantes, dependiendo de la mano de obra disponible, las materias primas y sobre todo, los precios bajos y posibles adquisiciones para la población en general.

El mercado de los smartphones es de los que mayor crecimiento ha tenido, ya que tan solo en 2014 se vendieron alrededor de 1,228 millones de dispositivos a nivel mundial y los mercados emergentes son los principales responsables de esta alza, ya que al contar con smartphones más baratos y las operadoras móviles ofreciendo planes de financiamiento para los terminales de tecnología de punta permiten una mayor apertura hacia la tecnología para la población.

LA GEOGRAFÍA ECONÓMICA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL EN LOS MERCADOS EMERGENTES

Ana Luisa Hernández García²

María de Lourdes Ramos Rojas¹

INTRODUCCIÓN

La importancia que tiene para un profesor que los alumnos adquieran aprendizajes, duraderos, para toda la vida, que les ayuden a resolver problemas de la vida cotidiana, es fundamental para considerar como idónea su práctica docente.

La Geografía Económica es la ciencia que se dedica al estudio del emplazamiento de las actividades productivas, así como su desarrollo en el tiempo. Es por eso que es una ciencia que se enriquece día tras día con el cambio que presenta la sociedad y que se ve reflejado en los modelos económicos que se van adaptando a las necesidades cambiantes de la humanidad.

Enseñar a los alumnos de sexto año de preparatoria esta ciencia en forma de asignatura, es todo un reto, porque los estudiantes en la actualidad son dispersos ya que su percepción de su realidad está en constante cambio y consideran que la vida solo es de hechos que se pueden ver en el momento y les es muy difícil estudiar teoría de 50 años atrás “que es el sustento del conocimiento, pero los alumnos no le encuentran un significado, que trascienda su vida.”

Por lo tanto este tema implica a la actualidad de los jóvenes con el desarrollo de la tecnología su impacto de ésta en su día a día tomando en cuenta sus gustos y preferencias.

La vida de nuestros alumnos gira en torno de los dispositivos electrónicos, que para los docentes puede ser un objeto común con cierta utilidad, así como un distractor potencial de nuestras clases “el enemigo que distrae la atención de los alumnos del trabajo escolar” sin embargo, estos dispositivos pueden ser un verdadero apoyo en la docencia debido a que con ellos se puede hacer uso de un sinnúmero de recursos gráficos, son útiles para buscar información en el momento, despejar las dudas, utilizar GPS, mapas de climas, google earth, learn world geography, que apoyan el conocimiento de los estudiantes.

Este trabajo se centra en los Smartphone porque son los más accesibles para la mayoría de los estudiantes de la Escuela Nacional Preparatoria por su costo y versatilidad.

Mi trabajo tiene sustento teórico en el aprendizaje significativo que dice “Durante mucho tiempo se consideró que el aprendizaje era sinónimo de cambio de conducta, esto, porque dominó una perspectiva conductista de la labor educativa; sin embargo, se puede afirmar con certeza que el aprendizaje humano va más allá de un simple cambio de conducta, conduce a un cambio en el significado de la experiencia. La experiencia humana no solo implica pensamiento, sino también afectividad y únicamente cuando se consideran en conjunto se capacita al individuo para enriquecer el significado de su experiencia. (Ausubel: 1983).

El alumno si sabe que es escuchado, atendido y tomado en cuenta, este será más receptivo a las enseñanzas podrá confiar en el profesor, así mismo será capaz aceptar con buena

disposición los conocimientos que le son impartidos que se encuentran dentro del programa de estudios vigente. De la misma forma, el alumno podrá proponer nuevos estilos de aprendizaje, así como herramientas que le ayudan a tener aprendizajes duraderos, de la misma forma, el profesor tendrá la posibilidad de aplicar nuevas estrategias en su práctica docente.

El trabajo da a conocer como se ha desarrollado la tecnología móvil en los mercados emergentes y se podrá hacer una interpretación objetiva dentro de la Geografía Económica, lo que nos permite adentrarnos en el mundo de la innovación de la comunicación, sus aplicaciones a través de la ciencia, que en la actualidad estimulan el aprendizaje de los alumnos.

Justificación:

En este trabajo podremos involucrar al maestro migrante tecnológico con el alumno nativo de la tecnología para integrar un conocimiento en ambos sentidos, lo que enriquece la comunicación en todas las esferas del aprendizaje.

Es importante destacar que la planta docente de la Escuela Nacional Preparatoria paulatinamente se ha integrado al mundo de la Innovación científica y tecnológica a través de los sistemas operativos móviles, porque los planteles se han puesto a la vanguardia en cuanto disposición de aulas virtuales, a equipos de cómputo y capacitación integral de todos los profesores, es por eso de vital importancia, que la enseñanza de la Geografía Económica se sume a la iniciativa que tiene la Institución por integrar la tecnología a los planes de estudio. Ya que su impacto y repercusiones positivas se pueden observar en todos los escenarios y alcances de la vida universitaria

Como los smartphones ya no son productos exclusivos de la clase alta o de países desarrollados, están al alcance del presupuesto de cada quien, los profesores pueden intercambiar puntos de vista con los alumnos sobre la tecnología móvil e integrar desde su planeación aspectos del programa que se adapten al nuevo mundo virtual en el que aprenden los estudiantes del mundo actual.

Como Javier Pastor (editor en Xataka Móvil) escribe en un artículo:

“Hasta no hace mucho, el concepto de Smartphone estaba asociado a la gama alta de dispositivos móviles: las soluciones de la primera generación tenían unos precios elevados que hacían su adquisición inaccesibles para la mayoría de los usuarios”.

Las operadoras aliviaron ese tema —al menos, en apariencia— y facilitaron el acceso a las terminales más modernas con subsidios de los fabricantes y los contratos que incluían en sus cuotas, fue el pago financiado de dichas terminales, pero estos planes solo estaban presentes en países desarrollados.

Pero afortunadamente la evolución del mercado fue la esperada: la popularidad de este segmento hizo que los precios se redujeran gradualmente, y hoy en día solo los buques insignia de las grandes empresas siguen manteniendo esos elevados precios. Por debajo han aparecido toda una nueva producción de smartphones de gamas media y baja que, son igual de ‘smart’ que sus hermanos mayores.”

Esto nos permite como docentes, ocupar los campos de interés de nuestros alumnos y encaminarlos a demostrarles la aplicación de los conocimientos adquiridos en la materia de Geografía Económica y la importancia e impacto que tienen éstos, en su mundo virtual y real en el que se encuentra inmersos. Por tanto, los conocimientos que adquieran utilizando la innovación tecnológica así como, la experiencia docente podrá apoyarles en cualquier campo del conocimiento en el que se desenvuelvan.

Objetivo General:

Explicar la forma de enseñar Geografía Económica, al conocer el impacto de los smartphones en tres, mercados emergentes y dar a conocer como las compañías, fabricantes de tecnología móvil hacen más accesibles sus servicios a los usuarios en un mundo globalizado.

Objetivos Específicos:

- a) Explicar la forma como el mercado latinoamericano sirve de plataforma de despegue de los grandes fabricantes y por qué es considerado, un mercado emergente.
- b) Dar a conocer el impacto de la reciente apertura del mercado chino y la forma como afecta a los fabricantes y sobre todo los efectos que traerá al mercado global

- c) Dar a conocer la forma como la India puede ser un mercado emergente que verdaderamente haga un cambio radical en el negocio del Smartphone.

Hipótesis: Los alumnos de la Escuela Nacional Preparatoria utilizan gran variedad de dispositivos móviles, que no aprovechan en todas las asignaturas para ampliar y reforzar sus conocimientos, por falta de habilidad, tanto del profesor como del alumno, del manejo una estrategia didáctica, que les facilite enfocar los aprendizajes esperados con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación

1.-EL MERCADO LATINOAMERICANO Y LA TECNOLOGÍA MOVIL

Latinoamérica es un mercado emergente porque los países que la conforman, están en vías de desarrollo, tienen un crecimiento acelerado en su economía, pero con un riesgo de situación política y financiera inestable, en el que muchas compañías, de todos los ámbitos, buscan posicionar sus productos en este mercado, ya que si logran un éxito en Latinoamérica, lo lograrán en cualquier lugar.

Durante años, los principales teléfonos en esta región eran los conocidos feature phones¹, cuando comenzaron a llegar los smartphones, llegaron con precios exorbitantes, lo que los hacía inalcanzables para la mayoría de la población. Pero con el tiempo, los fabricantes comenzaron a producir teléfonos más baratos, lo que permitió un crecimiento muy significativo en la región.

Latinoamérica se ha posicionado como un mercado importante; tan solo en el 2013 había 328 millones de usuarios móviles individuales (según GSMA²) y para finales de 2014 se contaban cerca de 341 millones de usuarios. Los tres países principales de la región son: Brasil (112 millones), México (97 millones) y Argentina (53 millones).

Se espera que para 2017 haya 374 millones de usuarios, esto impulsado por los nuevos terminales de bajo precio y los planes de financiamiento de los operadoras telefónicas.

Latinoamérica es un mercado clave para el mercado de los smartphones, ya que en el 2014 fue la región con mayor crecimiento en este rubro por encima de Europa y Norte América, lo que

¹ Teléfono móvil que no es un Smartphone y que suelen utilizar sistemas operativos propios de la compañía.

² Asociación de operadores móviles dedicada al soporte, estandarización y promoción del sistema GSM

indica que, en efecto, Latinoamérica es una verdadera plataforma de despegue para los smartphones, principalmente, de gama baja.

2.- CHINA Y LA TECNOLOGÍA MOVIL

China es un mercado emergente porque aún se presentan ciclos económicos irregulares y cambiantes donde su política monetaria amerita de ciertas variables teniendo como indicadores esenciales a la inflación, la balanza de pagos y la evolución del PBI, siguen siendo sensibles ante la existencia de crisis o inestabilidad económica que se puede presentar a largo plazo. Más que ser un mercado para lanzar smartphones, parece ser su principal enemigo y es que con productos similares al móvil insignia de los grandes fabricantes, Iphone de Apple, que los chinos venden a la mitad de precio, los smartphones chinos se están abriendo paso tanto en mercado emergentes, como en mercados consolidados.

En el 2013 la compañía OPPO, presentó su Smartphone estrella el OPPO N1, las especificaciones de este teléfono bien podrían dar batalla al Samsung o iPhone más recientes, aunado a la poca apertura del mercado chino, los fabricantes no lo ven como un mercado seguro en el cual invertir, pero los usuarios lo ven como una alternativa a los elevados precios de las otras marcas.

Son varios los fabricantes chinos que, aunque tenían presencia en el extranjero, no eran la primera opción para los usuarios, pero gracias a las nuevas marcas y a sus terminales con un mejor costo-beneficio, esto está cambiando. Es cierto que el mercado chino está creciendo con la venta de equipos nacionales y a diferencia de otros mercados emergentes, el mercado chino se está convirtiendo en una gran opción para usuarios con poco poder adquisitivo de países pobres o dependientes con limitado acceso a la creación de tecnología.

Sin duda alguna China es la cuna de los próximos grandes fabricantes de smartphones, no solo de la región sino del mundo, pero necesitan sobrepasar a los “grandes” de la potencia económica mundial que es Estados Unidos, en la fabricación de tecnología móvil y para eso aún falta tiempo.

3.- INDIA Y LA TECNOLOGÍA MOVIL

La India es considerado un mercado emergente porque la economía está en desarrollo y es dependiente de países altamente desarrollados, también es catalogado como nación de renta baja o media, según la clasificación del Banco Mundial, que está determinado en función de su renta per cápita. A pesar de llevar años de funcionar en algunos ámbitos con un elevado desarrollo tecnológico y está integrado en mercados internacionales, se considera emergente por su aún insuperable necesidad de inversiones de capital de potencias externas.

Google anunció en 2014 Android One, un producto diseñado específicamente para mercados emergentes, en este caso, la India. La idea de google, que opera desde Silicon Valley, California en Estados Unidos con Android One, ha sido crear un mercado competitivo de dispositivos móviles y trasladar sus centros de fabricación a donde no los hay.

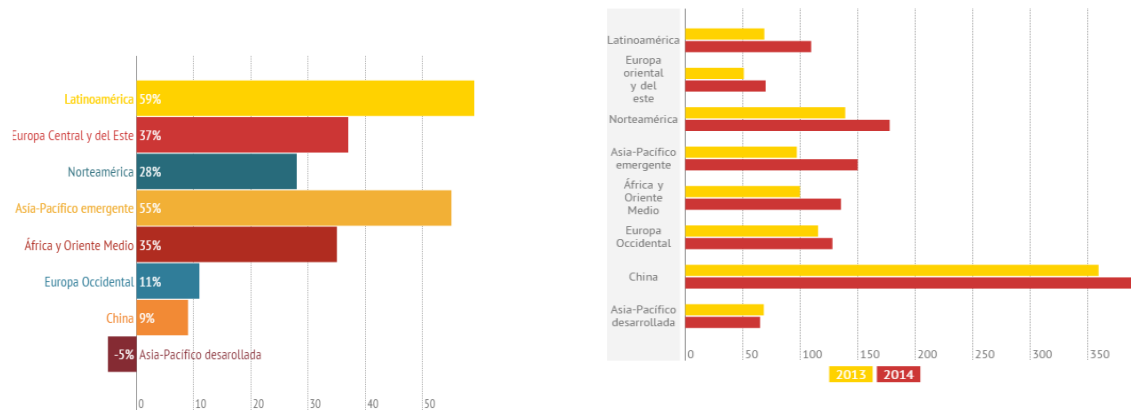
En India, entonces, debuta Android One, donde compañías locales como Micromax (que se disputa con Samsung, el liderazgo de ese mercado), Karbonn o Spice usarán diseños de MediaTek (el fabricante chino de procesadores para smartphones) para sus equipos. Y se suman Qualcomm, Acer, Alcatel, Asus, HTC, Intex, Lava, Lenovo, Panasonic y Xolo. Google planea ir por Indonesia, Filipinas, Bangladesh, Nepal, Pakistán y Sri Lanka para fin de año.

Android One sirve para crear un denominador mínimo común de rendimiento aceptable. Esto se hubiera dado naturalmente, por el simple progreso del hardware y del mercado, que tiene su propio camino para reducir costos y mejorar expectativas de uso. Aunque Android One está pensado para los mercados asiáticos por ahora, eventualmente repercutirá en la oferta más económica que los fabricantes lleven a otros países.

Explicar a los alumnos conceptos de geografía económica con estos nuevos conceptos que nacen producto del desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación virtual que ellos conocen muy bien, así como, enseñar a los alumnos a que localicen los centros de producción, los niveles con los que operan, la localización de los centros financieros, los mercados que venden los móviles y los países que los compran, es una forma de aprovechar sus bases tecnológicas, para generar nuevo conocimiento.

RESULTADOS DE LAS VENTAS DE TECNOLOGIA MOVIL EN LAS REGIONES ECONÓMICAS DEL MUNDO

Globalmente se registró un crecimiento global del 23%. Las ventas pasaron de 998 millones de unidades en el 2013 1228 millones en el 2014, siendo Latinoamérica el mercado que más creció.



Porcentaje de crecimiento entre 2013 y 2014 Unidades vendidas (millones)

CONCLUSIONES

La forma como los estudiantes adquirieron los conocimientos de Geografía Económica referentes a la importancia de la producción, circulación, distribución, compra y uso, de los dispositivos móviles, así como la competencia de los países por vender estos productos al público, les presento otro escenario de desarrollo en el mundo globalizado actual, así mismo les dio a conocer otra alternativa de uso y aprovechamiento de los Smartphone que pueden ocupar, no solo en su vida cotidiana, también en sus estudios.

Los mercados emergentes son muy importantes para los fabricantes de smartphones, ya que son un territorio sin mucha variedad de dispositivos y sirven para posicionar sus marcas y dispositivos. Pero así como tiene ventajas, tiene sus desventajas, ya que al ser mercados con un limitado número de dispositivos y al ser estos de gama media-baja no tienden a dar rendimientos suficientes a las compañías y terminan alejándose de dichos mercados. Aun así, el poder adquisitivo de la población, está aumentando en estas regiones, lo que derivara en mejores teléfonos a mejores precios y que los alumnos adquieran la habilidad de comprar

dispositivos móviles que vayan de acuerdo a su realidad económica y puedan aprovechar el 100% de sus funciones.

BIBLIOGRAFÍA

Ausubel. (1985). *Teoría del aprendizaje significativo*. Recuperado 16/05/2015, de educa.informatica.com Sitio web: http://delegacion233.bligoo.com.mx/media/users/20/1002571/files/240726/Aprendizaje_significativo.pdf

GOLEMAN, Daniel. (1995). *Inteligencia Emocional*. México. Javier Vergara Editor.

WOOD, Robert y Tolley, Harry. (2004). *Ponga a prueba su Inteligencia Emocional*. España. Gestión 2000.com

Castellanos Torres Jorge Raúl. (2009). *Orientación educativa 2*. Brevia

www.tutoria.unam.mx/sitetutoria/ayuda/sitUNAM.pdf. Fecha de consulta: 30 abril 2015 (Sistema Institucional de Tutoría UNAM, 2012)

Pastor, J. (2013). *Los mercados emergentes, la próxima gran conquista de los smartphones*. 18 de Febrero del 2015, de Xataka Móvil Sitio web: <http://www.xatakamovil.com/mercado/los-mercados-emergentes-la-proxima-gran-conquista-de-los-smartphones>

No Especificado. (2015). *Latinoamérica lideró el aumento de smartphones en el mundo*. 18 de Febrero del 2015, de El Comercio Sitio web: <http://elcomercio.pe/paginas/smartphones-tablets/latinoamerica-comando-aumento-smartphones-mundo-noticia-1792109>

Sandoval, A. (2014). *Una radiografía del mercado móvil de Latinoamérica para 2014*. 18 de Febrero del 2015, de Latinlink Sitio web: <http://latinlink.usmediaconsulting.com/2014/03/una-radiografia-del-mercado-movil-de-latinoamerica-para-2014/?lang=es>

Domínguez, F. (2014). *Mercados Emergentes, el futuro del smartphone*. 18 de Febrero del 2015, de Forbes México Sitio web: <http://www.forbes.com.mx/mercados-emergentes-el-futuro-del-smartphone/>

Zamora, J. (2014). *Google anuncia Android One, el proyecto para smartphones low-cost*. 18 de Febrero del 2015, de El Androide Libre Sitio web: <http://www.elandroidelibre.com/2014/06/google-anuncia-android-one-el-proyecto-para-smartphones-low-cost.html>

Sametband, R. (2014). *La plataforma Android One de smartphones baratos debuta en India*. 18 de Febrero del 2015, de La Nación Sitio web: <http://www.lanacion.com.ar/1727424-la-plataforma-android-one-de-smartphones-baratos-debuta-en-india>