



Desde sus comienzos ¿Qué pasos ha seguido Acer para llegar a ser una marca reconocida en España?, ¿Qué magnitudes tiene la empresa en nuestro país?

En Acer hemos mantenido siempre, como prioridad, el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor y ofrecer la tecnología más reciente e innovadora al usuario final. El consumidor está en el centro de nuestra visión, por lo que hemos trabajado exhaustivamente para que tenga una experiencia de uso gratificante que cumpla con sus expectativas. Además, hemos sostenido siempre una estrategia de venta orientada a nuestro canal de distribución.

Estos dos pilares han marcado nuestras acciones, tanto en España como a nivel global, y suponen la clave de nuestro reconocimiento.

Acer cuenta con varias líneas de negocio ¿Cuál de ellas reporta más beneficio a la compañía?

Nuestra fortaleza radica en la solución global que ofrecemos al mercado, aunque en la actualidad las líneas de negocio que más novedades están aportando son la de tablets y ultrabooks. Los tablets se han convertido en una revolución para las empresas de informática, con una estupenda perspectiva de crecimiento, y los novedosos ultrabooks cuentan con un calado cada vez mayor entre los consumidores que demandan movilidad, productividad y rendimiento.

¿Cómo son aceptados los productos Acer por los consumidores españoles?, ¿Qué productos son los más demandados?

Podemos afirmar orgullosos que los productos Acer tienen una gran acogida y aceptación en el mercado español. La línea estratégica que mantenemos, y que consiste en acercarnos a nuestros clientes con productos de última tecnología que satisfagan al cien por cien sus expectativas de uso, está dando sus frutos. Nuestra percepción es que el cliente final ve los productos Acer como dispositivos fiables que suponen una inversión segura: las cifras de mercado avalan nuestra percepción.



José Luis Muñoz

Director de la División de Consumo de Acer Computer Ibérica S.A.U.



“Podemos afirmar orgullosos que los productos Acer tienen una gran acogida y aceptación en el mercado español”

Entrevistamos en este número de Protiendas a José Luis Muñoz, Director de la División de Consumo de Acer Computer Ibérica, S.A.U., que nos destaca la importancia que para su compañía tiene el consumidor, por el que trabajan exhaustivamente en una constante búsqueda del uso gratificante de sus productos que cubra, sobradamente, las expectativas que el usuario tiene sobre ellos. Al igual nos detalla que “la misión de Acer es siempre poner la tecnología al alcance de la gente”, y que, para activar las ventas, “estamos impulsando las líneas de negocio con mayor éxito y demanda entre los consumidores: tablets, portátiles y ultrabooks, así como todos los productos con funcionalidades táctiles”.

“El consumidor está en el centro de nuestra visión, por lo que hemos trabajado exhaustivamente para que tenga una experiencia de uso gratificante que cumpla con sus expectativas”

En la actualidad los productos más atractivos para el usuario son todos aquellos con funcionalidades táctiles, independientemente del segmento en el que se ubiquen.

¿Dónde se venden mejor sus productos, en tiendas de informática o en grandes tiendas de electrodomésticos?

Nuestros objetivos se están cumpliendo en ambos escenarios. Adaptamos siempre la estrategia en función de las particularidades de cada cliente.

¿Qué garantía ofrece la compañía a los consumidores?, ¿Cómo responde el servicio técnico?

A día de hoy el grado de satisfacción de nuestros clientes con respecto al servicio técnico está por encima de la media de mercado. No obstante, en Acer trabajamos constantemente para buscar nuevas formas de ofrecer una experiencia cada vez mejor al consumidor.

En España contamos con el centro de soporte técnico desde donde mantenemos el control global de los procesos, supervisando en todo momento la calidad de los mismos. Cabe señalar, para dejar constancia de la respuesta de nuestro servicio técnico, que cuenta con un promedio de 2,5 días en la reparación de los equipos.

¿Los productos Acer requieren de una formación específica en el punto de venta?, ¿Se realizan cursos para formar a los vendedores? ¿Con qué periodicidad?

Nuestro modelo de negocio de canal 100% indirecto, nos ofrece una ventaja competitiva única y nos permite ofrecer un gran apoyo a nuestro canal para garantizar fiabilidad y coherencia, ofreciendo apoyo a nuestros partners en el desarrollo de su negocio por medio de una serie de herramientas que incluyen un portal dedicado y un programa de formación completo.

Acer proporciona a sus distribuidores una información detallada acerca de los productos que ofrecerán a sus clientes. Igualmente, proporcionamos herramientas e instrumentos de formación para que los distribuidores aprendan sobre el producto, comprendan el objetivo para el que se conciben y sean conocedores de las tecnologías y

características clave de venta que maneja la compañía.

El I+D+i es una parte importante, ¿Desde Acer qué se está realizando?

Dedicamos especial interés a esta cuestión. Prueba de ello son las diversas tecnologías de software que hemos desarrollado recientemente para optimizar la experiencia de uso de nuestros equipos, como Acer Green Instant On o Acer Always Connect, que mejoran considerablemente la eficiencia y productividad de los dispositivos en que se utilizan.

Otro ejemplo del esfuerzo de la compañía en materia de I+D+i es el sistema de refrigeración incorporado en el ultrabook Aspire S7, que consta de un ventilador que absorbe el aire y otro que expulsa el calor del equipo. Este sistema está pendiente de patente y representa uno de los logros de la compañía en lo que respecta a diseño de sistemas de ventilación.

En cuanto a fabricación, también hemos sido capaces de contribuir al sector con innovadoras propuestas, como la utilización de cristal Gorilla Glass 2, la bisagra de doble torsión o el diseño de aluminio de una sola pieza característicos del ultrabook Aspire S7, que, por otra parte, ha recibido un gran reconocimiento por parte de la prensa informática y los consumidores y ha convertido a este modelo de ultrabook en uno de nuestros productos con más éxito.

En estos últimos años tan delicados, ¿Qué está haciendo su empresa para activar las ventas?



Hemos sabido anticipar y satisfacer las necesidades de los consumidores, un factor crucial en una coyuntura económica tan complicada como la actual. Para activar las ventas, estamos impulsando las líneas de negocio con mayor éxito y demanda entre los consumidores: los tablets, portátiles y ultrabooks, así como todos los productos con funcionalidades táctiles, enmarcados o no dentro de las tres categorías de producto mencionadas.

Para impulsar las ventas de estos equipos, continuamos con nuestra filosofía de poner a disposición de los usuarios equipos que cumplan totalmente con sus expectativas.

¿Tienen previsto lanzar algún producto este año?, ¿Con qué nos sorprenderán?

La misión de Acer es siempre poner la tecnología al alcance de la gente. De esta manera nuestro compromiso es intentar siempre ser los más dinámicos a la hora de presentar los productos más novedosos al mercado.