



SAMSUNG

Alfonso Fernández
Director de Marketing de Samsung España

“El ritmo de la innovación en la industria tecnológica se ha acelerado tanto en los últimos años que solo con un compromiso y apuesta constante, como los de Samsung, es posible mantenerse a la vanguardia del mercado...”

Desde su fundación en la localidad coreana de Suwon en 1969, Samsung Electronics se ha convertido en una multinacional de la tecnología líder en todo el mundo, con más de 200 filiales. Entre su cartera de productos destacan televisores, monitores, impresoras y electrodomésticos, tales como frigoríficos y lavadoras, así como modernos dispositivos de telecomunicaciones, como smartphones y tabletas. Samsung también lidera la fabricación de importantes componentes electrónicos, entre los que destacan los módulos de memoria DRAM y los semiconductores. Samsung tiene el objetivo de crear y comercializar productos y servicios que permitan aumentar la calidad de vida de sus clientes de todo el mundo. Además, tiene el firme compromiso de mejorar la sociedad en general con su búsqueda constante de innovaciones revolucionarias y la creación de valor. En este sentido, Alfonso Fernández, Director de Marketing de Samsung España, destaca que “la misión de Samsung es mejorar la vida de las personas a través de la tecnología, facilitándoles sus tareas del día a día y ofreciéndoles nuevas experiencias y el mejor entretenimiento. Para ello, dedicamos grandes recursos a conocer las necesidades reales de los usuarios y sus estilos de vida en cada mercado local en el que estamos presentes”. Conozcamos más a lo largo de la siguiente entrevista...

Con cerca de 70 años de trayectoria, ¿qué destacaría de Samsung?, ¿cuál es la misión y los valores corporativos que defiende?

Apoyándose en una filosofía de innovación continua, Samsung es una compañía que crea futuro e inspira al mundo con la tecnología más avanzada. Contamos para ello con un equipo humano que destaca por su creatividad, talento y diversidad. Este capital humano está respaldado por una gran inversión en actividades de I+D, con laboratorios de innovación en todo el mundo y una estrecha colaboración con compañías de otros sectores para fomentar la apertura y la interoperabilidad de nuestros productos.

La misión de Samsung es mejorar la vida de las personas a través de la tecnología, facilitándoles sus tareas del día a día y ofreciéndoles nuevas experiencias y el mejor entretenimiento. Para ello, dedicamos grandes recursos a conocer las necesidades reales de los usuarios y sus estilos de vida en cada mercado local en el que estamos presentes. Además, desarrollamos diversos programas de ciudadanía corporativa con los que queremos contribuir al desarrollo social en campos como la educación, la medicina o el empleo.

Samsung desafía continuamente los límites de lo posible en el campo de la tecnología. Este espíritu de innovación disruptiva nos ha permitido ser el primer fabricante del mundo en lanzar al mercado productos como la primera televisión digital o el primer teléfono móvil con reproductor MP3 integrado. Actualmente, nos permite también jugar un papel clave en el desarrollo de tecnologías del futuro como las redes móviles 5G.

Dentro del amplio grupo de productos, ¿cuáles representan mayor peso para la compañía?

Samsung es reconocida en todo el mundo por sus dispositivos inteligentes, como los smartphones y las televisiones. En ambos mercados, somos líderes globales. Sin embargo, también somos número uno por cuota de mercado en otros sectores como el de las memorias, y estamos escalando rápidamente posiciones en el mercado de electrodomésticos y equipos de climatización.

Por otro lado, y aunque tradicionalmente Samsung ha sido una compañía dirigida al mercado de consumo, nuestras soluciones y productos para la empresa -pantallas y videowalls de gran formato, impresoras inteligentes y dispositivos móviles, entre otros- tienen ya una enorme presencia en todo tipo de sectores, desde el retail a la sanidad, los transportes, la educación o los entornos de oficina.

¿Qué diferencias han encontrado en el consumidor en los últimos años? ¿Deben prescribirse ahora sus productos de forma diferente?

El consumidor es hoy mucho más exigente, está mejor informado y, además, está conectado con el resto de consumidores gracias a las redes sociales. En el desarrollo de nuestros productos y servicios,

una de las tendencias que más ha influido ha sido la personalización. Intentamos ofrecer a cada tipo de usuario el dispositivo que espera y necesita y que, además, encaje con su propio estilo de vida y personalidad. Nos apoyamos en una amplísima gama de productos y en un diseño “a la carta” para muchos de los accesorios y complementos -por ejemplo, las correas y esferas de nuestros smartwatches o los fondos de pantalla de nuestros smartphones-, para que el usuario se sienta identificado con el dispositivo que le acompaña a todas partes.

A la hora de comunicarnos con los usuarios y de llegar a determinados públicos, como la generación millennial, Samsung innova continuamente en las estrategias de marketing. Utilizamos nuevos lenguajes narrativos como el que hace posible la tecnología de realidad virtual, los contenidos interactivos y las acciones más divertidas y emocionantes, siempre con la intención de crear experiencias inolvidables para los consumidores.

¿Qué convierte la marca Samsung en una propuesta de referencia en el sector?, ¿qué les hace fuertes?

La apuesta por la innovación ha colocado a Samsung en la posición en la que se encuentra actualmente. Junto a nuestra potente inversión en I+D, continuamente exploramos nuevos mercados y apoyamos a los nuevos talentos para seguir creciendo. Esto nos ha convertido en un líder de mercado creativo, siempre preocupado por conocer y dar respuesta a lo que las personas desean y esperan de la tecnología.

Estamos expandiendo continuamente nuestra gama de productos y soluciones, desde los dispositivos móviles a la tecnología de realidad virtual y los displays interactivos o la tecnología de imagen más avanzada en nuestra línea de televisores. Destaca asimismo nuestra apuesta por los wearables y el Internet de las Cosas, donde lideramos el desarrollo de componentes, dispositivos y plataformas en ámbitos clave como los hogares inteligentes y los coches conectados. Por otro lado, una de nuestras mayores aspiraciones es que Samsung sea una de las mejores empresas en las que trabajar, ya que esto nos ayuda a atraer el talento en todo el mundo.

I+D+i ¿Por qué su compañía es innovadora en esta área?

El ritmo de la innovación en la industria tecnológica se ha acelerado tanto en los últimos años que solo con un compromiso y apuesta constante, como los de Samsung, es posible mantenerse a la vanguardia del



mercado. Nuestros equipos de I+D en todo el mundo desarrollan continuamente avances en ingeniería y diseño. Más de una quinta parte de nuestros empleados trabajan, de hecho, en actividades de I+D.

Además de los lanzamientos pioneros en el mundo que hemos protagonizado, como el primer reproductor Blu-ray o el primer smartphone con pantalla curva, el número de patentes registradas por Samsung dan testimonio de este firme compromiso con la innovación. Somos la segunda compañía en Estados Unidos y Europa que más patentes ha registrado en los últimos diez años. En nuestros laboratorios de I+D, se trabaja con la ingeniería más avanzada para el Internet de las Cosas, la nanotecnología y las tecnologías convergentes, entre otras. El diseño y la forma en la que los usuarios interactúan con la tecnología son muy importantes para nosotros.

Por encima de todo, nuestra innovación se dirige a las personas. Ayudamos a los usuarios de nuestra tecnología a ser más productivos y creativos, además de disfrutar de nuevos contenidos y experiencias. Vivimos en un mundo cambiante, por lo que tratamos de adaptarnos continuamente e ir un paso por delante para construir futuro desde el presente.

Recientemente han lanzado al mercado el Samsung S7, ¿qué otras novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Samsung?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Uno de nuestros últimos lanzamientos que más ha sorprendido y fascinado a los consumidores es el smartwatch Samsung

Gear S3. Se trata de una nueva generación de reloj inteligente que combina lo mejor de la relojería tradicional con la última tecnología móvil, en un diseño atemporal, resistente al agua, ideal para practicar deporte gracias a su GPS incorporado.

Con el smartphone como centro de un universo digital conectado, este año van a tener una gran relevancia todos los avances relacionados con la tecnología de realidad virtual, los contenidos en 360 grados, y los pagos móviles, que llegaron a España en junio con Samsung Pay.

En otros ámbitos como el de los televisores, hemos presentado también recientemente en España nuestra revolucionaria gama SUHD 2016, que da un enorme salto en calidad de imagen gracias a la tecnología Quantum dot display, con una impresionante exactitud de los colores, negros más profundos, un diseño ultra fino y una experiencia Smart TV enormemente intuitiva y rápida.

