



José Manuel Rodríguez

Marketing & PR Manager Spain & Portugal Lenovo



“En Lenovo nos dirigimos a un público muy amplio, ya que contamos con un portfolio de productos muy extenso. Los consumidores que suelen elegirnos tienen un punto en común y es que son personas arriesgadas que quieren productos innovadores, originales y de gran calidad...”

“Los usuarios de hoy no se conforman con cualquier producto, ellos quieren productos innovadores con tecnología punta que se adapten perfectamente a sus necesidades y estilo de vida...”, analiza José Manuel Rodríguez, Marketing & PR Manager Spain & Portugal de Lenovo. A lo largo de la siguiente entrevista, ahonda en mayor medida en la situación actual del sector, analizando los distintos aspectos y estrategias que se está siguiendo desde su compañía, para seguir siendo pioneros en su sector.

Desde su constitución, hasta su desarrollo actual, ¿podría comentarnos los principales logros de su empresa?, ¿qué magnitudes tiene Lenovo en estos momentos en nuestro país?

Durante casi 4 años en España hemos logrado muy buenos resultados dentro del mercado español, posicionándonos de forma sólida como segundo fabricante a nivel nacional, con un 24,8% de cuota de mercado.

Si hablamos de nuestra gama de consumo, actualmente somos número 1 con una cuota de mercado de 23,9%, lo que se traduce en que uno de cada cuatro ordenadores que se venden en España es de la firma Lenovo.

¿Qué valor añadido ofrece Lenovo para diferenciarse de la competencia?

En Lenovo decimos que ‘We Never Stand Still,’ lo que quiere decir que no nos detenemos y que siempre estamos innovando para ofrecer los productos rompedores que están demandando los consumidores.

Lenovo realmente marca la diferencia con respecto a la competencia gracias a su modelo empresarial completo integrado verticalmente. Este modelo es único entre las principales empresas de tecnología y constituye una importante fuente de ventaja competitiva que nos ayuda a introducir más innovaciones en el mercado, de manera más eficiente y a abordar agresivamente la oportunidad de la era PC+.

¿Qué tipo de público suele elegir la marca Lenovo?

En Lenovo nos dirigimos a un público muy amplio, ya que contamos con un portfolio de productos muy extenso. Los consumidores que suelen elegirnos tienen un punto en común y es que son personas arriesgadas, que quieren productos innovadores, originales y de gran calidad, que los ayude en su día a día haciéndoles la vida más fácil.

Actualmente, las tablets están desbancando al ordenador portátil, ¿cree que los usuarios son cada vez más exigentes a la hora de buscar la mejor experiencia multimedia en sus tablets?

Los usuarios de hoy no se conforman con cualquier producto, ellos quieren productos innovadores con tecnología punta que se adapten perfectamente

“Gracias a nuestro gran equipo de I+D Lenovo ha recibido más 100 premios de diseño, recientemente hemos sido reconocidos con 18 premios durante los Red Dot Design Awards, lo que demuestra la creatividad constante de nuestro equipo de diseñadores a nivel mundial...”

a sus necesidades y estilo de vida, es por eso que en Lenovo ofrecemos un amplio catálogo de productos donde cualquier usuario puede conseguir el equipo perfecto.

Siempre escuchamos a los usuarios para poder saber lo que están demandando y poder incluir esas soluciones en nuestros equipos.

A partir de varios estudios detectamos que hoy en día las tablets se utilizan mayormente como dispositivo multimedia, y sobre todo para ver vídeos de todo tipo. Es por esto que hemos lanzado al mercado la nueva YOGA Tab 3 Pro, una tablet que incluye un proyector de hasta 70 pulgadas que ofrece una experiencia visual nunca antes vista. También incluye 4 potentes altavoces JBL en la parte delantera para reproducir sonidos de alta definición, y lo nunca visto antes, una experiencia virtual con Dolby Atmos® a través de sus altavoces integrados para crear una sensación de sonido en movimiento en tres dimensiones que envuelve al usuario.

En un mercado tan cambiante, tanto social como tecnológicamente, ¿cómo se logra que un producto sobreviva y triunfe?

El mercado español es muy complejo debido al gran número de marcas que intervienen, y es por eso que no dejamos de invertir en I+D, nunca dejamos de innovar y cada trimestre lanzamos al mercado nuevas soluciones que se adaptan perfectamente a las necesidades de los usuarios. No nos quedamos estancados y eso es lo que hace que nuestros productos sobrevivan y triunfen.

I+D+i ¿Por qué su compañía es innovadora en este área? ¿Cómo han evolucionado los productos y la marca Lenovo en los últimos años?

En Lenovo tenemos el mayor registro de innovaciones del sector informático y mantenemos un firme compromiso con la innovación en todas nuestras gamas de dispositivos.

Contamos con grandes talentos: más de 5.000 ingenieros, investigadores y científicos. Nuestros equipos de I+D han lanzado numerosos productos pioneros, respaldados por un registro de innovaciones que incluye más de 6.500 patentes reconocidas mundialmente y más de 100 premios de diseño destacados

Las adquisiciones, la colaboración con asociaciones del sector y las inversiones en investigación y desarrollo, nos permiten anticiparnos a las tendencias del mercado y ofrecer una completa cartera de productos.

En el año 2012 fuimos los primeros en el mercado en presentar una nueva categoría dentro de la gama de portátiles: los convertibles. Lanzamos nuestra famosa familia YOGA que permite a los usuarios utilizar el dispositivo en diferentes posiciones dependiendo de la tarea que quiera realizar, aportando un punto único al equipo y una experiencia sin igual. A partir de ese momento no hemos dejado crear soluciones siempre orientadas a satisfacer las necesidades de los usuarios.

En cuanto al diseño, ¿cuáles son las últimas tendencias que se están viendo?

Como decía anteriormente, gracias a nuestro gran equipo de I+D Lenovo ha recibido más 100 premios de diseño, recientemente hemos sido reconocidos con 18 premios durante los Red Dot Design Awards, lo que demuestra la creatividad constante de nuestro equipo de diseñadores a nivel mundial y que nuestros diseños siempre están centrados en satisfacer las demandas de los consumidores.

Un ejemplo de nuestro compromiso con el diseño es el YOGA 900s, considerado el ordenador portátil más delgado del mundo con un grosor de 12,8 mm y un peso de 999 g debido a su fabricación con fibra de carbono. Además, ofrece hasta 10,5 horas de reproducción de vídeo, una bisagra de 360º en forma de correa de reloj con cuatro modos de uso que permiten a los usuarios adaptar el equipo a sus necesidades.

Siempre buscamos que nuestros equipos se adapten a las demandas del mercado,



pero también al estilo de vida de cada uno de los usuarios. Para los más atrevidos y que buscan un estilo único, ofrecemos diferentes dispositivos en colores vibrantes perfectamente combinables.

Y, por último, ¿qué novedades concretas están lanzando o tiene previsto lanzar Lenovo?, ¿nos sorprenderán próximamente?

Cada poco tiempo presentamos productos rompedores, y recientemente durante el pasado Mobile World Congress lanzamos nuevos portátiles como el YOGA 710, 510 e ideapad™ MIIX 310 que se caracterizan por sus mejoras en cuanto a peso, conectividad y duración de la batería.

En cuanto a tablets, presentamos la nueva TAB3 10 Business, una tablet Android diseñada para los negocios, y las TAB3 7 y TAB3 8 diseñadas para las familias.

