

Tribuna

Samsung y su olla a presión

Al grupo surcoreano le costará mucho recuperar su imagen en el negocio de los 'smartphones'

ENRIQUE DANS | 11-10-2016 22:11 0



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Opinión](#) [Galaxy Note 7](#) [Samsung Galaxy](#) [Ciencia](#) [Samsung Electronics](#) [Smartphone](#)
[Apple](#) [Gadgets](#) [Telefonía móvil multimedia](#) [Telefonía móvil](#) [Empresas](#) [Telefonía](#)

Varias personas observan los últimos Note 7 en una tienda en Indonesia. (Reuters)

¿Cuántas veces has entrado en un avión y, en las advertencias de seguridad, te has encontrado con una específicamente dedicada a una marca concreta? Vuelo a menudo, y el pasado 21 de septiembre fue para mí la primera vez: "recomendamos encarecidamente a todos nuestros pasajeros que mantengan cualquier Samsung Galaxy Note 7 completamente apagado y desconectado de cualquier tipo de toma de corriente mientras se encuentre a bordo de nuestros aviones".

Que traten tu dispositivo como si fuera una bomba es difícil de superar, aunque seas una de las marcas más importantes del mundo, asunto de estado para la economía de todo un país. Si además comienzas a reemplazar unidades, y hasta en ocho casos estas unidades ya reemplazadas y supuestamente seguras arden o explotan, la cosa se complica. Y si en el medio de todo ello –y de maldita casualidad– explota una lavadora fabricada por tu compañía, algunos pueden retirarte una confianza que, sin duda, costó mucho ganar.

Las estimaciones del coste de la retirada del Samsung Galaxy Note 7 han pasado en pocos días desde los 10.000 millones de dólares, hasta los 17.000 millones. Tras intentar capear la crisis, la marca ha terminado por detener la fabricación de ese modelo. ¿A qué se ha debido semejante despropósito? La electrónica de consumo está, en muchos sentidos, torturando los límites de la Física tratando de conseguir baterías que duren más, pantallas con más resolución o cristales que se rompan menos, entre otras cosas. Pero ¿qué lleva a una marca a arriesgar hasta convertir sus dispositivos en un peligro?

En el caso de Samsung, la urgencia es muy sencilla: competir con Apple. En las semanas previas a la presentación del iPhone 7, numerosos analistas y bloggers apuntaron que el nuevo modelo de la marca de la manzana sería un terminal "aburrido", continuista, con pocos cambios con respecto a su predecesor... salvo, tal vez, una batería algo mejor. Esas noticias fueron suficientes para desencadenar en Samsung un proceso de histeria colectiva: había que aprovechar la oportunidad de batir al competidor, de presentar un modelo muy bueno, que lo superase en muchas especificaciones. Y sobre todo, en la duración de la batería.

Lo más leído

El cine costará 2,90 euros del 24 al 26 de octubre

Estas son las averías más frecuentes de cada marca de automóviles

El abaratamiento del precio de las hipotecas echa el freno

OCU recomienda no llevar los VW a revisión por el diésel

Los dueños de Alcampo desafían a Media Markt

Ver

Destacamos



El impactante castigo de una madre a su hija por reírse de...



Pasapalabra da el bote más alto en la historia de Telecinco



Hay una señal para saber si una mujer está ovulando (pero...



La película más taquillera de Corea del Sur sorprende en...

recomendado por



LOS ESPECIALISTAS

1 de 3

Dividendos atractivos en tiempos de represión financiera
EL COLOR DE LOS MERCADOS
Renta 4



Resurgir de las exportaciones alemanas.
EL PUENTE
Alexis Ortega



MAS ALLA DE LA POLÍTICA MONETARIA
UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
José Luis Martínez Campuzano



La decisión fue optar por una batería más potente. Pero dado que el diseño constreñía el espacio disponible, la batería estaba comprimida en su sitio. Los test de estrés no lo revelaron porque el fallo es muy poco frecuente, pero el producto era, efectivamente, peligroso: la presión sobre la batería podía recalentarla y hacerlo arder.

Apple no es una de las empresas más grandes del mundo por casualidad. Si crees que “todo es marketing”, piénsalo de nuevo. Sus terminales no son los mejores especificación por especificación, sino que llevan cada una hasta el límite que creen que el mercado va a valorar, sin pasarse. El resultado es un conjunto con el que resulta muy difícil competir. El iPhone 7 salió al mercado y está siendo un éxito.

Samsung es una gran marca con grandes productos, pero le costará recuperar su imagen en esta categoría. Ellos mismos fabricaron su propia olla a presión competitiva... y les ha explotado.

Enrique Dans profesor de Innovación en el IE Business School

CincoDías | Gracias por la lectura

[» Ir a la portada para consultar toda la actualidad diaria «](#)

TE RECOMENDAMOS



A un paso de que fichar sea obligatorio



López Garrido: "El Comité Federal del PSOE fue un teatro..."



García Paramés: "Buffett me pidió consejo para comprar una..."



El reloj automático más barato del mundo



Invertir en consumo: 4 valores que comprar



¿Se le acaba el tiempo a Twitter?



Rato carga contra Goirigolzarri en su defensa de las...



Rajoy no pondrá condiciones al PSOE para su investidura



El peso mexicano y el dólar canadiense como indicadores de las posibilidades de Trump
[EL BLOG DE LA BOLSA](#)
Euribor bolsa



¿Qué esperamos de los resultados empresariales del S&P500?
[LA VENTANA A LOS MERCADOS](#)
BNP Paribas Personal Investors



1 de 3

Ver+

Última hora en Cinco Días

La crisis del Note lleva a Samsung a recortar previsiones

Google anuncia la fecha para la llegada oficial de Android 7.1

May se plantea llevar el brexit al Parlamento y la libra sube

¿La compra de vacaciones estimula al empleado?

"La prensa de EE UU no ha estado a la altura frente a Trump"

Ver+