

La historia detrás del gran monstruo asiático

Samsung: la mayor tecnología del mundo



paneles de cristal líquido. También es la corporación más fuerte de Corea del Sur, representando el 20% de las exportaciones que realiza su país, la cuarta economía del mundo asiático, tras China, Japón e India. Otro dato relevante es que la compañía emplea aproximadamente 150 mil personas en cerca de 134 oficinas distribuidas alrededor de 62 países. Un auténtico monstruo comercial.

LA FILOSOFÍA DE UNA MARCA LÍDER EN EL MUNDO

El nombre de la empresa contiene un mensaje especialmente asignado por su fundador Byung Chull Lee. Samsung significa "tres estrellas" en lengua coreana y en ellas se puede leer el espíritu de la institución. Tres estrellas que buscan extenderse por el mundo, cada uno con un significado: primero, servir a la nación a través de los negocios; segundo, poner los recursos humanos sobre los materiales; y tercero, lograr una actividad gerencial eficiente. En Samsung, están convencidos de que su éxito mundial es producto de estas consignas, que son aquellas con las que todo un pueblo se muestra ante el mundo.

La mística que se imprimió a la empresa desde su fundación fue seguida por la nueva generación. Con los nuevos tiempos, las viejas consignas han sido plasmadas mediante un código de conducta que la empresa inculca en sus oficinas a lo largo y ancho del mundo. He ahí la clave para los

La empresa Samsung nace el año 1938 en la ciudad de Daegu, en Corea del Sur, fundada por Byung Chull Lee. Nace originalmente como una tienda de alimentos para exportación, pero su rubro empresarial va cambiando conforme avanzan los años. Solo diez años después de su fundación, Samsung ya estaba inmerso en la fabricación de maquinarias para repostería. Sin embargo, en todos los casos, su mira siempre estuvo puesta en el exterior.

Pero, es realmente a partir del año 1987 que comienza su despliegue mundial. Es en este año que Kun-Hee, hijo del fundador, lideró lo que se llamó la Segunda Fundación de Samsung. El objetivo fue convertir

a la empresa en una corporación para el siglo XXI. Y vaya que lo consiguió. Se reestructuró a la compañía, convirtiéndola en una corporación multi-negocios con tecnología de punta en diversos rubros. De esta manera, Samsung se dividió principalmente en cuatro divisiones empresariales: electrónica, maquinaria pesada, química y financiera. Desde entonces, el crecimiento que experimentó la corporación a nivel mundial fue vertiginoso.

Actualmente, Samsung es una de las cinco principales compañías mundiales de electrónica. A su vez, es el líder global en la fabricación de televisores digitales, chips de memoria, teléfonos celulares y

buenos negocios: una observancia disciplinada de su sistema de valores. Así, la filosofía Samsung se puede resumir en: brindar atención y oportunidades a las personas que hacen la empresa, buscar la excelencia profesional, promocionar el cambio y la innovación continua, así como lograr la integridad y prosperidad compartida, como elementos éticos indispensables de una gran empresa.

Por eso, a Samsung se le llama un ciudadano corporativo responsable. Este concepto muy importante resume su actitud frente a la sociedad. Siendo una empresa, acuña este concepto para decir que como los demás ciudadanos también tiene deberes (además de derechos) en la comunidad global, muy especialmente en el aspecto medioambiental, que es algo que procura cuidar en el desarrollo de su tecnología. El resultado está en sus productos, que buscan enriquecer la vida de sus consumidores, pero que también quieren aportar a la preservación ecológica.

Toda esta filosofía rinde sus frutos, y se ve reflejada en la empatía que existe entre el público consumidor y la empresa, que ha sido calificada por la consultora Brand Keys de Estados Unidos, como la compañía número 1 en cuanto a lealtad de los clientes por octavo año consecutivo; un efecto de preferencia que resulta vital a la hora de sacar cuentas.

MAYOR TECNOLOGÍA, MEJORES CIFRAS

La innovación e inversión continua son también garantía de buenas cifras. Esto es palpable tanto con el nivel de acogida alcanzado por Samsung como con los precios de sus productos en el mercado. Hace sólo una década competían con precios relativamente bajos, mientras hoy en día los precios de sus distintas líneas son más bien

altos. La tecnología de punta lograda tiene la respuesta para ambas cosas. Por un lado, engancha clientes con las novedades y productos pioneros que ofrece, y de otro, al estar dichos productos respaldados por una buena calidad, redundan en un mayor valor de la marca y sus precios.

Aunque como dijimos, Samsung es todo un conglomerado empresarial de enorme alcance, que también construye edificios, maquinarias e incluso produce ropa en distintas latitudes; es, sin duda, la fuerte tecnología desplegada por su división Samsung Electronics, a través de sus centros y unidades de investigación y de recursos, su mayor capital y la que

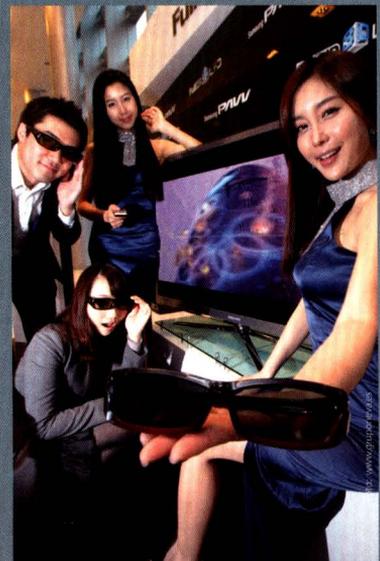
le ha generado enormes divisas. Repasemos algunas de sus cifras.

Samsung anunció que sus ventas en el 2009 ascendieron a los 114,410 millones de dólares, con lo que se convierte en la mayor compañía de tecnología del mundo, con un crecimiento del 75%. A su vez, tuvo ingresos globales por 117.410 millones de dólares a nivel mundial. Por todo ello, la compañía celebró el 2009 como el mejor año de su historia, otorgando altos bonos salariales a sus empleados, como símbolo de reconocimiento. Por si fuera poco, este 2010 se calcula que la venta de chips logrará el récord de 300 mil millones de dólares.

Expectativa por los televisores 3D de Samsung

Para marzo, se dio el lanzamiento mundial de los televisores con tecnología 3D de Samsung. La magia de la máxima tecnología en imágenes toma ahora la forma de la pantalla chica. Así como lo oye. El privilegio virtual con el que contaban los cines -piense sino en películas como Avatar-, podrá ser trasladado a los hogares, gracias a Samsung, pioneros en esta línea de productos. Las diez mil unidades vendidas en Corea a seis semanas de su lanzamiento nos dan idea de su éxito. Se calcula una venta de 2 millones de unidades a nivel mundial durante el presente año.

En el caso de Perú, se espera que la cifra alcance las 6 mil unidades este año. Según Jhonny Herrera, gerente senior de la división de Electrodomésticos de Lima, Samsung repetirá el plato del año pasado cuando sorprendió con la avanzada generación de tele-



visores LED TV y vendió más de 2 mil millones de unidades. Hoy, la apuesta es mayor. "El secreto detrás del éxito de los 3D TV de Samsung radica en su tecnología de conversión automática que transforma los contenidos 2D en 3D en tiempo real, con tan solo apretar un botón. Se trata de un nuevo hito en la industria, que permitirá a los usuarios ser parte de la acción", explica Herrera.



Por otra parte, Samsung no solo es el líder indiscutible en pantallas planas y televisores, sino es además una empresa que marca las tendencias en esta industria. Primero con las pantallas LCD, después con el lanzamiento de las pantallas LED (medio ambientales), y este 2010 con las televisiones 3D de alta resolución. Y las novedades también incluyen pantallas flexibles para móviles y transparentes para portátiles. Sin duda, Samsung hace realidad su lema para esta nueva década: "Inspirar al mundo, crear el futuro".

SAMSUNG EN PERÚ

El año pasado, Samsung calculó en el Perú ventas aproximadamente por US\$ 200 millones, debido en parte al auge mostrado por sus centros comerciales en Trujillo, Chiclayo y Cajamarca. Se estima que el 23% del total provendría de su línea de televisores. En cuanto a los móviles, los números también son buenos. En el 2009, se experimentó un crecimiento de

15% de venta de celulares en un mercado que mueve alrededor de 23 millones de equipos celulares. Actualmente, está entre las tres marcas de mayor participación en el mercado peruano de celulares, dado que lanza alrededor de 15 nuevos modelos al año. Este 2010 se comenzó con el lanzamiento de televisores digitales, tras el anuncio del Gobierno de la adopción de dicha tecnología.

Las perspectivas no pueden ser mejores. Los réditos obtenidos hicieron que Samsung abra una filial en nuestro país para este año, cuya inversión alcanzará inicialmente los US\$ 20 millones. "La instalación de esta subsidiaria permitirá a la marca brindar directamente el servicio de venta y posventa a nivel nacional, así como encargarnos de la logística, la importación, la parte comercial, entre otros, que antes estaban a cargo de Samtronics, empresa del

grupo Romero", indicó Javier Díaz Teves, director de negocios de Samsung. Con ello, la marca tiene previsto introducir nuevas categorías de productos.

Por lo pronto, la empresa viene apostando por los televisores LED donde hay poca competencia. El presidente de Samsung Electronics sucursal Perú, Yune-Bai Park, indicó que una tendencia que se observa es la adopción de televisores con tecnologías más amigables con el medio ambiente, como los LED TV, que permite un ahorro de energía del 40% frente a otros televisores. Otra línea importante son los televisores 3D ahora que viene el mundial de fútbol. A su vez, existe una mayor demanda de computadoras portátiles (notebook y netbook) que permitirá su abaratamiento. En general, la sucursal peruana proyecta incrementar en 20% sus ventas de este año. ■

Novedades del monstruo asiático para el próximo año

Parece que a Samsung no le basta ubicarse entre las principales compañías electrónicas del mundo. Está dispuesto a ser el mayor conglomerado empresarial a nivel mundial en distintas ramas. Si bien cada año que pasa apuesta por una mayor inversión, esta vez ha sobrepasado todos los cálculos pensados en su afán de alcanzar la meta. Así invertirá un récord de 18 billones de wones este año, frente a los 8 billones del 2009, es decir más del doble. Esta inversión equivale a 16 millones de dólares. Sin duda, una suma colosal.

De esta manera, la brecha tecnológica con sus rivales se hará abismal. Y es que el plan de inversión de Samsung empuja el presupuesto de sus rivales directos en Asia: LG y Toshiba. Sin duda, es una mala noticia para las demás marcas, y posiblemente su anuncio tenga a su vez la intención de causar ese efecto ahora que el mercado internacional se ha estabilizado: busca desalentar. Pero, con ello, Samsung también debe asumir todos los riesgos de tamaño inversión, pues el mercado aún es volátil. Parte del plan de inversión está destinado a construir una nueva planta de chips en Corea del Sur para expandir a niveles insospechados una industria en donde es líder absoluto. Se contempla invertir 11 billones de wones en semiconductores y 5 billones de wones en LCDs. Nuevos campos que incluyen salud, medicina y biotecnología buscan también ser explorados.