

Kippel⁰¹

BLOGS

Todos los caminos conducen a España

21 OCT 2018



DANIEL LÓPEZ
PRESS PASS

@DANIELLOPERE



La competencia en el mercado de los *smartphones* se ha encarnizado tras la irrupción de una serie de *players* originarios de China. Tras Huawei, que ya amenaza el liderato de Samsung después de arrebatárselo a Apple la segunda posición mundial en venta de terminales, actores como Xiaomi, Oppo y OnePlus han materializado su expansión internacional casi a la vez. **España se ha convertido en el destino predilecto de estos fabricantes y en su puerta de entrada a Europa.**

Ahora que los precios de los móviles de gama alta están por las nubes, son muchos los consumidores que buscan alternativas: prestaciones de elevada categoría a precios más competitivos. Es ahí donde entran las marcas citadas, que desde sus inicios apostaron por ofrecer esa clase de producto con el fin de darse a conocer, y vaya si lo hicieron. **Primero, se ganaron el cariño de los *techies*, y cada vez han seducido más al público masivo.**

Estas empresas chinas vendían sus *smartphones* por la vía online, a través de algunos acuerdos con plataformas de e-commerce o directamente a través de sus sitios web. Fue precisamente así como obtuvieron el *feedback* necesario para identificar España como un mercado de altísimo potencial. Y es que el canal físico y la posibilidad de tocar y probar el producto, pese a todo, continúa siendo muy valorado por el cliente de tecnología, especialmente por el que menos sabe y más asesoramiento necesita *in situ*. Y, obviamente, es útil para darse a conocer.

1/2

<https://www.kippel01.com/blogs/press-pass/todos-los-caminos-conducen-a-espana.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

BLOGS

Xiaomi pareciera haber ganado madurez, al menos en imagen, desde que decidiera aterrizar en el mercado español en noviembre del año pasado. Lo de esta marca con España es muy curioso, ya que hasta no hace mucho sólo era accesible a través de canales de venta online que importaban los productos de China, con las desventajas que ello conlleva. Aún así, consiguió convertirse en uno de los fabricantes que más vendía vía digital.

Xiaomi ya es una enseña altamente reconocible en el país. **A base de abrir tiendas propias en múltiples provincias, la empresa ha proyectado una imagen de fabricante grande.** Y es que ya lo es: es el cuarto que más vende en todo el mundo, según Canalys.

Otro grupo chino que acaba de entrar en España es Oppo que, tras cesar operaciones en el territorio en 2016, regresó el pasado junio con la apertura de una oficina en Madrid. En su caso, España no ha sido el enclave de partida para su reaparición en Europa, puesto que la empresa ha establecido en París la sede para el continente. No obstante, **España ha sido escogido como uno de los primeros mercados en los que la tecnológica ha querido estar presente de primeras.**

OnePlus también entra este año en España. Primero decidió dar el salto al offline el pasado septiembre mediante un acuerdo con Fnac para vender sus dispositivos en los puntos más destacados de la cadena minorista. Ahora, la compañía china abrirá oficinas en el país como parte de su plan de expansión por el mercado europeo.

Estos movimientos reflejan una realidad, y es que al cliente español le convence los terminales de origen chino. Huawei sentó un precedente y Xiaomi lo corroboró. El movimiento es inteligente. **Ante tanto Samsung y Apple a precio de sueldo mensual, conviene que algunos fabricantes tiren de los precios hacia abajo con propuestas igualmente competitivas y más asequibles.** En España, tener un móvil chino está de moda.