

Por PAÚL ALONSO

FALTA poco más de una semana para el Mobile World Congress de Barcelona, el evento más importante del mundo en cuanto a tecnologías de telefonía móvil, y algunas marcas como Meizu no esperan para lanzar productos nuevos al mercado.

Meizu es una empresa china con sede en Zhuhai que nació en 2003 y en sus inicios se dedicaba a la fabricación de reproductores MP3 y MP4. En 2006 la orientación de la compañía viró hacia los teléfonos inteligentes lanzando su primer teléfono móvil en el año 2009: el Meizu M8. La empresa es una de las 10 mejores fabricantes de smartphones en China y cuenta con más de 22 millones de unidades vendidas en todo el mundo en 2016.

El nuevo M5s se adelanta a lanzamientos de otras marcas como Xiaomi (que probablemente espera al Mobile World Congress de Barcelona) y busca posicionarse como referente en la gama más económica de teléfonos inteligentes. Su precio será de 110 euros e incluye funciones y características avanzadas.

En palabras de su vicepresidente, Li Nan, sobre el nuevo M5s “hace unos años anunciamos que no fabricaríamos teléfonos móviles inteligentes por debajo de los 135 euros porque estábamos convencidos de que era imposible ofrecer un aparato de calidad a ese precio. Ahora, sin embargo, el desarrollo de la tecnología lo hace posible. Es un terminal que busca atraer al público más joven con la mejor relación calidad-precio”.

Potencia y resolución altas a un precio muy bajo

Con este nuevo terminal Meizu ofrece características de smartphones avanzados sin que esto repercuta directamente en el precio. Sus ingenieros han conseguido construir un potente dispositivo fabricado en cuerpo metálico, con pantalla HD de 5,2 pulgadas y un procesador Mediatek Octa-Core (ocho núcleos). La memoria RAM es de 3 GB y su almacenamiento interno puede ser de 16 GB o de 32 GB. Tiene dos cámaras: en la parte posterior es de 13 megapíxeles y su lente tiene una focal de f 2.2; en la parte frontal, la cámara selfi, tiene una resolución de 5 megapíxeles y una focal de f 2.0. Además, en la parte frontal se puede observar el mítico botón que la marca desarrollo hace algún tiempo, el MTouch, que incorpora todas las funciones de los tres botones de Android además de un lector de huellas dactilares.

Durante la presentación, el vicepresidente de Meizu hizo especial hincapié en la carga rápida que incorpora el terminal, al-

La marca china Meizu lanza el M5s para los más jóvenes

Pistas digitales. La empresa china con sede en Zhuhai que nació en 2003 y en sus inicios se dedicaba a la fabricación de reproductores sigue con su estrategia.



go muy valorado por los usuarios y que no ofrecen otras marcas por 110 euros.

La batería tiene una capacidad de 3.000 mAh y en diez minutos es posible cargar hasta un 19% de dicha capacidad. Esto quiere decir que en media hora se puede conseguir una carga del 56% de la batería

Esfuerzos dedicados a mejorar el software

La velocidad de desarrollo de hardware es tal que supera con creces hasta las necesidades de los usuarios que juegan de forma intensiva y que requieren de potentes procesadores, gráficos fluidos, velocidad...

En Meizu están enfocados en mejorar el software para que la experiencia de usuario sea excelente y en el nuevo Flyme 6 (la capa de Meizu basada en Android) incluyen un sistema de inteligencia artificial desarrollado por ellos llamado One Mind. Su misión es ayudar al usuario a completar sus tareas principales y auguran que también afectará al rendimiento del smartphone, aprendiendo las necesidades habituales del propietario para adelantarse a ellas.

Estrategia de crecimiento y apertura de nuevos mercados

En el año 2014 comenzó un



↑ El nuevo móvil de Meizu, el M5s, promete funciones de smartphone avanzado por 110 euros.

← El tamaño del M5s es similar a un iPhone e incluye cámara trasera de 13 megapíxeles y cámara selfi de 5 megapíxeles.

sus necesidades y a sus aspiraciones”. Esta es una referencia a Apple, marca que significa estatus en China (a pesar de la pérdida del trono del iPhone frente al OPPO R9s).

Meizu puso en marcha hace un año su página oficial en España para ofrecer garantía y servicio técnico locales. Además, la comercialización de sus nuevos productos es más rápida, aunque en Europa la estrategia sea, por el momento, introducir la gama más económica.

Una vez abierto el camino con los teléfonos móviles, Meizu quiere comenzar con la introducción del resto de aparatos de su catálogo: robots aspiradores, cámaras, gadgets de todo tipo con conectividad Bluetooth, etc.

Su vicepresidente concluyó diciendo “contamos con varias ventajas. Está, por supuesto, el hecho de que las fábricas se encuentran en China. Y que disponemos de un creciente número de jóvenes muy bien formados y sin miedo a innovar”. ●

periodo de lanzamiento de más de un terminal al año gracias a la inyección de dinero de Alibaba. Gracias a esto el catálogo de Meizu ha crecido exponencialmente y sus ventas aumentaron un 18% en 2016. Aun así no consiguieron meterse entre las cinco marcas chinas con mayor cuota de mercado en su país, posiblemente debido al excesivo

nivel de lanzamientos del año pasado (llegando a los 13 nuevos productos).

En palabras de Li Nan “ahora, nuestro objetivo es ofrecer un abanico de productos que sirva a todos los usuarios. Que los jóvenes puedan desarrollarse profesional y personalmente y no necesiten cambiar de marca para que el móvil se adecúe a