

JENS SCHULTE-BOCKUM CONSEJERO DELEGADO DE VODAFONE HOLANDA

"La crisis nos beneficia porque la gente habla más por el móvil, necesita comunicarse"

El responsable de la multinacional asegura que su sector está inmerso en la fase de aprovechar el hábito de conectarse a Internet desde el móvil

01.03.09 - B. F. | VALENCIA

Jens Schulte-Bockum se expresa en cuatro idiomas y vive de un negocio, la telefonía móvil, que durante el año pasado propició en España la venta de casi 20 millones de celulares; sin embargo, de lo que habla el consejero delegado de Vodafone en Holanda apenas incide en un 25% de los usuarios de móviles, y, por cierto, el suyo, su móvil personal es tan innovador que aún no está a la venta. No obstante, Schulte-Bockum pisa la tierra, y asume un desfase que su empresa pretende resolver, pues le va el negocio en ello: "Los ciclos tecnológicos van más rápidos que los sociológicos, y eso impide a nuestros usuarios adaptarse a las innovaciones, y a nosotros, poder rentabilizarlas gracias a un consumo masivo".

El máximo responsable en Holanda de Vodafone, que el viernes impartió en la Politécnica de Valencia una conferencia organizada por la Fundación para la Innovación Bankinter, asegura que su sector "está en mitad de un proceso de gran cambio" que se produce durante una crisis que no les perjudica porque "en tiempos de crisis la gente se socializa más, se habla más, unos con otros, y el móvil tiene un papel fundamental en ello".



Jens Schulte-Bockum, en la Universidad Politécnica de Valencia.

-¿Cuál es la situación actual del mercado de la telefonía móvil?

-La industria de la telefonía móvil está en mitad de un gran cambio. Se ha pasado de la época en lo que lo importante era la voz y los mensajes de texto para entrar en una fase de utilización real de Internet a través de dispositivos móviles.

-¿Qué porcentaje de usuarios emplean el móvil más allá de las llamadas o de mandar mensajes?

-Actualmente, entre el 20% y el 25% de los usuarios en Europa emplean el móvil para algo más que realizar llamadas o mandar mensajes. Lo importante, sin embargo, es la tendencia. Nosotros calculamos que en dos o tres años el porcentaje se doblará. Las personas emplean cada vez más Internet a través de dispositivos móviles. En Holanda, un tercio de los contratos que se hacen incorporan ya un servicio de uso de Internet ilimitado. Ya se emplea Internet por teléfono aunque alternativamente se siga utilizando la red a través de los ordenadores.

-La contratación de servicios de alta tecnología no es un factor indicativo de su uso.

-Ciertamente, el escepticismo respecto al uso que se hacían de las nuevas ofertas, tenía base real. En el pasado, los contratos de los paquetes de servicios de móvil seguían un patrón de uso que consistía en que comenzaban a utilizarse mucho pero pasados unos días se dejaban de emplear para siempre. Ahora,

precisamente, se observa que el uso de Internet a través de la telefonía se ha incrementado a través de los contratos de tarifa plana, y se empieza entrando en Google y que luego se emplea para entrar en redes sociales. Se produce un siempre conectado, unas ansias de comunicarse que provoca que de forma permanente crece el número de volumen de datos provenientes de Internet que se utilizan a través de dispositivos móviles. Ese es el gran cambio, que conectarse a Internet mediante el móvil ha pasado de ser una moda a convertirse en un hábito cada vez más extendido.

-¿Cómo es posible trasladar la sofisticación constante del móvil a un cliente que, por ser cada vez más global, está también menos formado, tecnológicamente hablando?

-Esa es una cuestión clave para conseguir que la gente utilice el potencial del móvil. Primero hay que lograr un software para el móvil ya empleado por el usuario a través de los ordenadores. Además, hay que buscar plataformas nuevas muy intuitivas que permita el uso a un amplio sector de la población.

-¿Qué afección está teniendo la crisis en el uso de la telefonía móvil?

-Todo se nota, pero las telecomunicaciones están siendo afectadas menos por la crisis que otras industrias. En primer lugar porque se han convertido en una necesidad básica. Además, porque en épocas de crisis la gente tiende a socializarse más, a comunicarse, necesita hablar más, y en ese sentido nos beneficia. En cualquier caso, una crisis como esta afecta a todo el mundo, y habrán segmentos de la población que se verán más afectados que otros.

-¿Usted cree que a mí me hace falta tanta tecnología para vivir?

-Hay dos tipos de mercados, el de la oferta y el de la demanda, y nosotros estamos situados en el primero que, no obstante, puede servir para alterar el segundo. Por ejemplo, el pan es algo que se demanda; sin embargo, un día comenzó a ofertarse un producto distinto a través de las boutiques del pan, y cambió radicalmente la manera de vender pan. Nadie echaba en falta ese tipo de producto. Con la tecnología pasa algo similar. Tú no echas en falta estos nuevos teléfonos. Sin embargo, cuando lo tienes y te das cuenta de las utilidades que tienen, los aprecias y terminas por considerarlos imprescindibles para tu actividad.

-Sin embargo, el móvil aún no ha penetrado en un mercado con el potencial del comercio. ¿Por qué la gente se atreve a hacer algo tan personal como cortar una relación sentimental a través de un SMS o de una llamada y, en cambio, aún no se ha logrado que la compra en el supermercado se pague mediante el móvil?

-Es cierto, pero es que algunas cosas necesitan mucho tiempo, pero eso no quiere decir que no vaya a ocurrir. Mire, yo llevo encima el bonobús clásico que se utiliza en mi país para el transporte público. Y también tengo la tarjeta que sirve para pagar electrónicamente el mismo servicio y otros muchos más. El pago digitalizado es tan nuevo que aún no está implantado en todo el transporte. Además, el año que viene el servicio de la tarjeta podrá incorporarse a los móviles. Son avances que precisan de tiempo. La clave es que los actores en todo el entramado de operaciones tecnológicas son muchos y hay que poner de acuerdo quién paga cada cosa, lo que siempre supone entablar negociaciones, que, a la larga, terminarán fructificando. Es evidente que los ciclos tecnológicos van más rápidos que los sociológicos, y eso impide a nuestros usuarios adaptarse a las innovaciones, y a nosotros, poder rentabilizarlas gracias a un consumo masivo, por eso intentamos simplificar al máximo inventos de gran sofisticación.

como es el caso de la tecnología.