

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

# Ha llegado Internet móvil

Jens Schulte.Bockum

Director Global de Terminales de Vodafone  
y miembro de la Fundación de la Innovación Bankinter

**El servicio móvil** ha representado una saga de éxitos inesperados, un fenómeno social que en los últimos veinte años ha ido de la mano de una innovación y unos beneficios económicos sin precedentes. Sin embargo, algunos expertos han mostrado últimamente su escepticismo con respecto a las perspectivas de futuro - parece ser que las redes 3G no han conseguido desencadenar otra oleada de crecimiento, que la penetración en la mayoría de mercados europeos ha alcanzado su punto álgido y que la agresiva competencia de precios ya está teniendo su impacto en una industria antes destacada y altamente rentable.

Podría decirse que los productos de datos de primera generación no han estado a la altura de las altas expectativas que les rodeaban. Los teléfonos 3G que llegaron al mercado europeo en 2005 eran grandes y voluminosos, la experiencia del usuario estaba limitada a jardines tapiados, los precios eran altos y las redes lentas y con problemas de cobertura. Sin embargo, la revolución silenciosa siguió su curso: los operadores invirtieron más en las redes y nuevas funcionalidades comenzaron a surgir desde lugares inesperados; hoy día millones de usuarios en movimiento conectan sus ordenadores portátiles a Internet mediante tarjetas de datos móviles.

Impulsada por importantes tendencias y avances, la revolución del Internet móvil está en este momento lista para despegar. La demanda de servicios Web 2.0 por parte del cliente está disparándose y está adquiriendo un carácter móvil, las redes móviles de alta velocidad están ya disponibles y presentan un rendimiento extraordinario con una excelente cobertura, los dispositivos móviles han mejorado radicalmente su capacidad y los nuevos modelos económicos favorecen el uso y la participación por parte del cliente.

**El factor multimedia**

Los servicios móviles de primera generación estaban relacionados principalmente con el factor multimedia. Se centraban en contenidos limitados como TV o vídeo, descargas musicales y juegos, dirigidos a sectores específicos.

No obstante, Internet es un entorno de servicios que atrae a casi todo el mundo y varias categorías de servicios muestran una auténtica acogida masiva en el mercado, como es el caso de los motores de búsqueda, el correo electrónico, la mensajería instantánea, las comunidades y la venta y subasta de productos. La demanda de es-

tos servicios es intrínsecamente móvil. Las personas quieren contactar con sus amigos mediante Facebook o MySpace dondequiera que estén y quieren recibir correos electrónicos tan pronto como lleguen a su bandeja de entrada.

En Vodafone, experimentamos un incremento explosivo del uso desde el momento en el que lanzamos estos servicios y el año pasado nuestro volumen de datos se multiplicó por cuatro. Parece obvio que los servicios de pago y de mapas o navegación adquieren mucha más relevancia en un contexto de uso móvil -los clientes sólo necesitan descubrir sus nuevas oportunidades.

**Velocidad de descarga**

Actualmente, las redes móviles más rápidas ofrecen velocidades de descarga de 7,2 Mbps, una cifra muy comparable a la que ofrece el Internet fijo. Aunque dos tercios de la población europea tengan ya acceso a redes móviles de datos de alta velocidad, lo mejor está aún por venir: la reorganización del espectro llevará la banda ancha móvil a prácticamente todos los lugares en sólo unos años.

En lo relativo a los dispositivos móviles, la innovación alcanza una velocidad asombrosa. Ya existen varios dispositivos con capacidad de navegación con la calidad de un ordenador y las principales firmas planean ofrecer dispositivos con una capacidad de procesamiento de hasta un gigahercio. En todos lados pueden observarse nuevos formatos con grandes pantallas de colores luminosos y tecnología táctil, donde aparecen widgets, que son mini aplicaciones que se conectan a Internet en un segundo plano y ofrecen información personalizada para el usuario. En los sistemas operativos abiertos como Windows Mobile o Linux, los entornos más activos con miles de desarrolladores generarán aplicaciones y servicios móviles basados en Internet.

En el futuro, los fabricantes de dispositivos móviles, las compañías de Internet, los propietarios de contenido y los operadores móviles competirán y cooperarán a la vez entre ellos. En este esfuerzo conjunto por ofrecer servicios atractivos e innovadores y experiencias de usuario convincentes e integradas, el cliente saldrá ganando. El iPhone de Apple o la estrategia de servicio de Nokia OVI nos dan una primera visión de los avances competitivos que nos depara el futuro. Por todo ello, en Vodafone creemos que la revolución móvil no ha hecho más que empezar.