

El desembarco del iPhone en España se da como cierto pero su éxito no está garantizado

por Josep Valor, profesor del IESE
Mayo 2008



Un reguero de operadoras de todo el mundo han anunciado recientemente que comercializarán el iPhone en sus respectivos países. De momento España no es uno de ellos pero todos esperan que la noticia sobre la disponibilidad del móvil de Apple llegue aquí el 9 de junio. También se da por supuesto que sea de la mano de Telefónica, aunque no hay que olvidar que en España el mercado móvil está muy repartido, de modo que lo más prudente es aguardar a conocer la decisión oficial. Y lo más importante: que funcione en redes de tercera generación, terminando así con las limitaciones de ancho de banda que impone la tecnología GPRS.

Con la aparición del iPhone en Estados Unidos en 2007, Apple demostró una vez más su carácter innovador, dotándolo de un software y un hardware vanguardista, especialmente con su pantalla táctil, que logró revolucionar el concepto de móvil. Menos logrado eran su precio, inicialmente elevado y que ha quedado reducido a 299 euros, la autonomía de sus baterías, que aguantaba ocho horas de autonomía y 24 para las comunicaciones de voz, y su relativamente modestos 8 GB de capacidad de almacenamiento, aunque hay una versión con mayor capacidad, 16 GB, con un precio un poco más elevado.

La primera versión de su software, basado en Mac OS X, incluía las microversiones de su reproductor de música y vídeo, correo electrónico, gestor de fotografías, mensajería, calendario y otras herramientas típicas del Mac, además de los mapas de Google. Sin embargo, sus aplicaciones de productividad podían mejorar mucho en compatibilidad con los estándares de facto de Microsoft, como Word y Excel, y el navegador Safari no aprovechaba los recursos de la web basados en Flash y Java. Algunas de estas limitaciones dejarán probablemente de serlo el próximo 9 de junio, cuando Steve Jobs anuncie la disponibilidad de la versión 2.0 del software del iPhone, hasta ahora en versión beta.

Con el resultado de esta apuesta y la funcionalidad del diseño innovador, Apple repitió lo que ya había conseguido con el iPod: revolucionar el mercado.

Ahora bien, ¿se repetirá este éxito en Europa y concretamente en España, donde se dice que el nuevo iPhone 3G se estrenará? No es obligatorio que esto ocurra, incluso teniendo en cuenta que será más competitivo que el actual. En Europa ya hay 20 millones de usuarios de móviles 3G, de Nokia y de otros fabricantes que utilizan el modelo tradicional de las telecomunicaciones, basado en vender a la operadora sus terminales, que ésta subvenciona.

Pero el contrato que Apple suscribió con AT&T contempla un modelo insólito para un fabricante de móviles: además de vender el terminal, Apple recibe una parte de los

ingresos, que aporta cada aparato a la operadora y, AT&T se reserva la exclusividad. Esta fórmula se ha mantenido en los países donde el iPhone ya está disponible. En Gran Bretaña, con la operadora O2, filial de Telefónica (de ahí que se espere que sea Telefónica la que lo distribuya en España), y en Alemania y Francia con T-Mobile. Pero posteriormente no se ha aplicado a Italia, donde Vodafone y Telecom Italia distribuirán el iPhone. ¿La innovación y el glamour que aporta el iPhone comporta los beneficios suficientes para que las operadoras europeas acepten un modelo similar al de la AT&T? Si el atractivo del iPhone para los clientes reduce la normalmente elevada rotación de estos, es muy probable que este sea el caso. Además, Apple tiene en contra el actual estancamiento del mercado de los móviles en los países desarrollados, cuyas ventas han bajado este mes por primera vez en Europa, los precios del tráfico en las redes 3G y la fuerte reacción de los fabricantes rivales. Muchos de los cuales se han recuperado de la sorpresa inicial añadiendo a sus catálogos modelos alternativos, especialmente por parte de Nokia, que además de seguir siendo el líder indiscutido juega en campo propio.