La revolución móvil en la comunidad africana

POR **KEN BANKS**

No tardamos mucho tiempo en averiguarlo. Después de todo, las antenas de telefonía móvil no son tan fáciles de ocultar y Masindi es una pequeña ciudad concentrada situada en terreno llano en Uganda occidental. Después de llevar varios minutos conduciendo y pasar innumerables distribuidores de telefonía móvil, cibercafés y operadoras de telefonía local, ahí estaba. La última vez que fui a Masindi fue en 1998, no hace mucho en términos generales, aunque sí toda una eternidad en la breve historia de la telefonía móvil. En aquel entonces, esa antena no se encontraba ahí, al igual que tampoco estaban las tiendas de telefonía móvil, los cibercafés y los operadoras de telefonía local. La única línea telefónica disponible en la ciudad, y si es que lo estaba, era cortesía de la oficina de correos local. Cada dos semanas conducíamos hasta allí para recoger nuestra correspondencia procedente de la Autoridad Ugandesa de Vida Salvaje y para mandar nuestras cartas, tomarnos una cervecita fría, comprar algunos «recuerdos» y, de vez en cuando, tratar de llamar a casa. En aquellos tiempos, los mensajes móviles no existían.

Tal y como había hecho diez años antes, me senté en el *Traveler's Rest* a tomarme un café mientras dejaba pasar el tiempo viendo Masindi. Edificios sin terminar se aglutinaban a las afueras de la ciudad, un escenario muy parecido al de la última vez que estuve allí si no fuera porque esta vez innumerables vallas publicitarias estropeaban las vistas. Como osada estrategia de *marketing*, a la cafetería se le puso el nombre de «Celtel red», aunque sólo trataba de competir con la «MTN yellow» del otro lado de la calle. La gente estaba ocupada en sus tiendas, ocupada cargando con bultos, ocupada llevando a los pasajeros en las bicis y ocupada con sus teléfonos. La revolución móvil es evidente, aquí y en cualquier sitio. Lo que ha sucedido en Masindi también ocurre por todo el continente africano, que actualmente cuenta con casi 300 millones de abonados y presenta una tasa de penetración que rápidamente alcanzará el 30 por ciento.

Y lo mejor de todo es que nadie lo esperaba. En el año 2004, fui coautor de uno de los primeros informes sobre las posibilidades que ofrecen los teléfonos móviles para la conservación y el desarrollo. Centrándonos principalmente en África y financiados por la Fundación del Grupo Vodafone, lo escribimos en una época en la que la mayoría pensaba que los africanos que vivían en el campo y que subsistían con un par de dólares diarios nunca podrían permitirse el lujo de tener un móvil y, menos aún, tener el dinero para mantenerlo. Ni

Fundación Telefónica
Telefónica

que decir tiene que hace cuatro años los teléfonos móviles *eran* caros, pero en muchos lugares el crecimiento desenfrenado de los mercados de segunda mano propició que los terminales estuviesen al alcance de todos por primera vez. Aquí nada se desperdicia. Al mismo tiempo, el que todo el mundo tuviese acceso a teléfonos nuevos fue uno de los objetivos clave de la «Iniciativa EMH» (móviles en mercados emergentes, por sus siglas en inglés) de la Asociación GSM, que se anunció en el año 2005 y que continúa hasta la fecha con los propios fabricantes de móviles, muchos de los cuales trabajan duro para desarrollar teléfonos que cuesten menos de 20 dólares para este «último eslabón de la pirámide» tan singular en este mercado.

Llegar a entender a los consumidores de los mercados emergentes -muchos de los cuales tienen necesidades muy distintas en cuanto a teléfonos se refiere- ha fomentado el desarrollo de terminales móviles con múltiples agendas telefónicas, teléfonos comercializados como linternas e incluso móviles sin pantalla. Si pensamos en que la mayor parte de la innovación se desarrolla en Occidente, detengámonos a examinar lo que está sucediendo en India y África. Incluso los operadores se están aventurando en la movida, ofreciendo servicios como «Llámame que no tengo saldo», que permite a los abonados de Vodacom en Sudáfrica mandar hasta cinco mensajes diarios gratuitos pidiendo al destinatario que les llame. Servicios de este tipo han surgido como respuesta al comportamiento del consumidor, como es el caso de los usuarios que previamente «han visualizado» a la persona con la que desean hablar llamando y colgando. «Llámame que no tengo saldo» formaliza el proceso, ayuda a minimizar el tráfico de la red mediante un menor número de llamadas que se desconectan antes de tiempo y permite a las operadoras añadir valor a sus servicios distinguiéndolas del resto.

Gran parte del estudio, a menudo catalizador de estos nuevos dispositivos y servicios, está cada vez más en manos de los compañeros antropólogos, Jonathan Donner de Microsoft Research y Jan Chipchase de Nokia, que pasan la mayor parte del tiempo estudiando el uso de los teléfonos móviles en el campo y, en el caso de Jan, mediante el uso de un gran número de bicicletas durante el proceso. Cuando se trata de innovación móvil, la laguna entre países desarrollados y países en vías de desarrollo no es tan grande en absoluto. La innovación móvil en Occidente, movida en su mayor parte por la tecnología, se equipara con la de los países en vías de desarrollo, donde la lucha por eliminar las limitaciones de los usuarios en el plano geográfico, económico y cultural se considera la manera más sensata de avanzar. Esto explica la aparición de móviles con linterna para usuarios que viven en zonas con poco o nada de luz, o numerosos móviles con agendas para los usuarios que comparten sus teléfonos con otros familiares. Como aspecto importante, una plétora de aplicaciones financieras ha tenido eco en la sociedad con el servicio *m-Pesa* de Safaricom, que ha conseguido ser el más famoso hasta ahora. Utilizado de forma habitual por cientos de miles de keniatas, normalmente se le describe como «Tarjeta de débito keniata», permitiendo a los usuarios transferir dinero a través de sus teléfonos móviles para ayudar a familiares y amigos o para comprar y vender bienes y servicios a través de las ondas. Para los diez millones de keniatas sin cuenta bancaria, *m-Pesa* representa tanto una revolución como una revelación. Ahora se está extendiendo a otros países, siendo Afganistán el siguiente de la lista.

Sin embargo, la innovación no es siempre tan oficial o formalizada. La población de los países en vías de desarrollo casi nunca se muestra receptora simple ni pasiva de la tecnología y pocas veces espera a que los forasteros les den solución a sus problemas. El espíritu emprendedor está vivo y se hace patente en la gran cantidad de pequeños negocios que prosperan y que

Fundación Telefónica
Telefónica

uno se encuentra en cada esquina de las calles de todos los pueblos y ciudades. El verano pasado, en un resumen sobre el sector del Correo y las Telecomunicaciones desde junio de 2006 hasta junio de 2007, el Director Ejecutivo de la Comisión de Comunicaciones de Uganda presentó estadísticas bastante increíbles. El empleo oficial en la industria de las TIC en Uganda -dominado por empleados de las telecomunicaciones- apenas se situaba por encima de los 6.000. El número de trabajadores no oficiales que no estaban directamente contratados, pero que se ganaban la vida a espaldas de la industria, se estimó en una desproporcionada cifra de 350.000. Por muy asombroso que parezca, Uganda no es ninguna excepción. Esto sucede por todo el continente africano.

Estos negocios «informales» aparecen en cualquier forma y tamaño y como hacen las máquinas expendedoras, emplean productos manufacturados con cualquier material, desde madera hasta chapas metálicas o simplemente son productos fabricados con meras mesas y sillas de plástico. Las tiendas de reparación de móviles, a menudo equipadas con un simple puñado de herramientas básicas (¡y espantosamente grandes!), han surgido para permitir que los propietarios saquen el máximo provecho de sus terminales, muchos de los cuales se encuentran en las peores condiciones que uno se pueda imaginar. Los teléfonos móviles se enganchan en bicicletas de dos y de tres ruedas, e incluso en barcas, y se llevan hasta donde se encuentra el negocio. En Uganda, a estas bicicletas, conocidas como «bodaboda», se les acopla baterías de repuesto y dispositivos de sobremesa, aunque móviles, para crear lo que cariñosamente se conoce como «Bodafones». Conocí al dueño de uno en la carretera de Kampala el verano pasado y me puse a hablar con él en el idioma universalmente aceptado de la Premier League. También predijo exactamente el resultado del partido del Liverpool que se jugaba más tarde ese mismo día -tenía que haberme quedado con su número-.

Christiana Charles-Iyoha, en su obra, *Mobile Telephony: Leveraging Strengths and Opportunities for Socio- Economic Transformation in Nigeria* (*Telefonía móvil: un balance de las fuerzas y oportunidades de la transformación socioeconómica en Nigeria*) arroja una fascinante luz sobre las dificultades a las que los comerciantes nigerianos se enfrentan para tener un móvil. Entre los primeros obstáculos de la lista, en un 87 por ciento, se sitúan el suministro irregular de energía y las dificultades para recargar. Por supuesto, los nigerianos no son los únicos que se enfrentan a este problema y a los empresarios se les están ocurriendo ingeniosos métodos para satisfacer esta necesidad del usuario tan esencial. Actualmente, en algunas zonas rurales, los usuarios pueden recargar sus teléfonos con una batería de coche que se lleva a la ciudad más cercana, se carga y se lleva de vuelta.

Cualquier debate sobre telefonía móvil, países en vías de desarrollo y oportunidades económicas resultaría incompleto si no se menciona la iniciativa Village Phone, proyecto pionero de Grameen en Bangladesh que recientemente ha visto la luz en África. Desde entonces, han surgido varios proyectos que compiten con Village Phone, ofreciendo oportunidades de negocio especialmente a las mujeres, normalmente en zonas rurales, que toman prestada una pequeña cantidad de dinero para adquirir un teléfono. Miembros de la comunidad o pasantes abonan una módica cifra para llamar o mandar un mensaje de texto. Algunos de estos proyectos utilizan teléfonos de escritorio que muchos propietarios prefieren por su robustez y por el hecho de que hay menos probabilidades de que se vayan a dar una vuelta. Culturalmente, cuanto más grande mejor, perspectiva que no concuerda con el pensamiento que se tiene en el mundo occidental sobre los dispositivos móviles.

Fundación Telefónica
Telefónica

Otros proyectos utilizan teléfonos móviles normales, como el Nokia 1100 básico (durante un tiempo el teléfono más vendido del planeta), mientras que Motorola desarrolló su propio «teléfono de pago» exclusivamente para el trabajo, permitiendo a las operadoras introducir el número de unidades que se emplearían antes de entregar el teléfono a la persona que va a llamar. Con esto se aseguraba que el cliente no hablase más tiempo del que había pagado y se evitaba la costumbre que tenían los operadores de quitar el teléfono de forma grosera dejando a los clientes con la frase en la boca o colgar enérgicamente el teléfono antes de que tuviesen oportunidad de despedirse.

He visto en muchos sitios terminales que se emplean principalmente como agendas telefónicas, linternas e incluso como un método de hacer seguimiento a deudas incobrables pero, a pesar de algunas aplicaciones *off line*, los móviles no se emplean mucho como dispositivo de *comunicación* sin señal. En pocas palabras, los operadores hacen lo que pueden pero con poblaciones geográficamente dispersas y, en la mayoría de los casos, con pocos ingresos, a veces resulta difícil desarrollar un plan estratégico para aumentar la cobertura en una zona con una población mínima y diseminada. Pero, allí donde las redes están presentes, las operadoras en África Oriental se están abriendo camino y están haciendo lo que nunca se ha hecho en Europa ni en otras partes del mundo; hablamos de *roaming* y hablamos de «una red».

Celtel, MTN y Vodacom son sólo tres de las operadoras que están traspasando las barreras nacionales para permitir a sus clientes mayor libertad de movimiento cuando viajan de un país a otro. Hay vallas publicitarias repartidas por todas partes: «Una tarjeta SIM para 6 países», anuncia Celtel. «Viaje con su tarjeta SIM de Vodacom y disfrute de las tarifas de Vodacom en Kenya y Uganda», presume Vodacom. La velocidad de cambio que la industria móvil está experimentando – y, según parece, mayor aún en los países en vía de desarrollo- sigue su curso. Una vez más, la laguna de las telecomunicaciones entre los llamados países desarrollados y los que están en vías de desarrollo parece algo confusa. Viajar por todo África Central con una sola tarjeta SIM y con una única tarifa es el sueño de todo empresario.

Puede que pronto se dejen de ver Bodafones por la calle, pero puede que se vea una única red en todo el continente europeo.

Y, si así es, sólo recuerda dónde tuvo lugar por primera vez…

Fundación Telefónica
Telefónica