
Tecnología

EMPRESAS | Nueva estrategia

BlackBerry quiere volver a ser 'cool'

Sábado 02/02/2013. Actualizado **13:11h.**

- BlackBerry 10 supone un giro total para competir con Android y iPhone
- Por primera vez tiene un sistema enfocado a aplicaciones táctiles
- Los expertos creen que es su última oportunidad para recuperarse
- Su cuota de mercado ha caído del 14% al 4% en dos años

Jose A. Navas | Madrid

Actualizado **sábado 02/02/2013 03:15 horas**

Comentarios 12

"Estoy avergonzada de mi BlackBerry, ya ni siquiera la saco en las conferencias y fiestas". Esta declaración de una ejecutiva, extraída de [un popular artículo](#) del 'New York Times' de hace unos meses, resume perfectamente la situación del dispositivo que lideró durante años el sector de los teléfonos inteligentes y que **se ha convertido en la 'oveja negra' del sector**.

Su fabricante, Research in Motion (RIM), se encuentra en un momento decisivo en el que ha decidido romper con su pasado para poder hacer frente a la competencia de rivales, como Apple con su iPhone y Samsung y otros fabricantes con sus terminales Android, que se han comido su cuota de mercado hasta dejarla en números prácticamente insignificantes. Tal ha sido la ruptura que se ha llevado por delante incluso el nombre. **RIM ya no será RIM, sino BlackBerry**, su marca más conocida entre los consumidores.

La compañía presentó esta semana su esperado nuevo sistema, BlackBerry 10, construido desde cero y adaptado por fin al mundo de las pantallas táctiles que dominan desde hace años Apple y Google con Android. Dos dispositivos, el Z10, con pantalla táctil, y el Q10, que mantiene el tradicional teclado físico que ha sido marca de la casa en sus dispositivos.

RIM, fabricante del dispositivo, quiere romper con su pasado hasta el punto de que cambia su nombre

Los expertos creen que el futuro de la empresa tal y como se conoce ahora depende totalmente de BlackBerry 10. "Es el 'día D' para RIM. Si no tiene éxito con la nueva plataforma, no hay alternativas ni por lado del 'hardware' ni por el 'software'. El futuro dependería de una nueva estrategia corporativa, desde alianzas estratégicas o vender sus licencias. **No hay plan B para BlackBerry** porque el tiempo y la inversión en el nuevo sistema es demasiado grande", explica por correo electrónico Francisco Jeronimo, responsable europeo de investigación de mercado de dispositivos móviles de la consultora IDC.

La cuota de mercado de la compañía se ha hundido desde el 14% del primer trimestre de 2011 hasta el 4% de finales de 2012, según los datos de IDC, debido sobre todo a **la huida de consumidores no empresariales hacia los terminales de la competencia**, más modernos en todos los sentidos y con un ecosistema de aplicaciones mucho mayor. En España, donde la compañía creció mucho gracias al

público joven en 2010, los datos son aún peores, y su cuota bajó del 9,6% que tenía a principios de 2012 a un mínimo 1,6% a final de año, según Kantar Worldpanel.

¿La resurrección?

El Z10 será el terminal estrella de ese intento de resurrección con una pantalla con más resolución que la del iPhone 5 y con un tamaño un pelín más grande -4,2 pulgadas frente a las 4 de su rival-. Por ahora, las críticas han sido positivas, especialmente a lo que el nuevo sistema, BlackBerry 10, se refiere.

Hasta ahora, RIM había intentado introducir algunos terminales de alta gama con funciones táctiles pero siempre habían fracasado debido a que el antiguo sistema estaba pensado para sus móviles con teclado y en gestionar correos y mensajería corporativos pero muy mal preparado para el desarrollo de aplicaciones.

La nueva interfaz tiene funciones novedosas frente a la competencia, como, por ejemplo, el teclado virtual, predictivo y que aprende a mejorar con el tiempo. También la multitarea real, especialmente el BlackBerry Hub, que unifica mensajes de texto, redes sociales, correos electrónicos y al que se puede acceder sin abandonar la aplicación que se esté usando y la posibilidad de tener dos perfiles diferentes en un mismo aparato, uno para uso personal y otro profesional.

El Z10 será el terminal estrella con una pantalla con más resolución que la del iPhone 5 y algo más grande

"El segmento empresarial va a seguir siendo el principal nicho de la compañía. Aquellas empresas que utilizan los servidores BlackBerry y con miles de usuarios no van a abandonar toda la infraestructura de repente", cree Francisco Jeronimo, de IDC, que resalta que no va a ser tan fácil atraer a los usuarios domésticos.

Para BlackBerry es vital mantener a los clientes ya existentes pero debe también lograr que los que tienen Android, Apple o Windows Phone cambien la percepción de que los teléfonos de la compañía están anticuados y son poco 'cool', una opinión muy extendida pese a que siga siendo el teléfono preferido de **Barack Obama**.

Alicia Keys y la infidelidad

Para intentar recuperar el glamour perdido la compañía ha contratado a la cantante Alicia Keys como directora creativa y será uno los anunciantes más importantes de la noche de la Super Bowl en EEUU.

La propia Keys ejemplificó en el escenario de la presentación de BlackBerry 10 al usuario 'infiel' de la compañía en los últimos años. "Estaba en una relación duradera con BlackBerry y entonces descubrí en el gimnasio otros teléfonos nuevos, más atractivos y sexys. Así que rompí contigo", dijo en presencia del consejero delegado de la compañía, Thorsten Heins. "Pero siempre eché de menos la manera en la que organizabas mi vida y de estar ahí para mi trabajo. Comencé a tener dos teléfonos. Pero entonces lo arreglaste y ahora estamos saliendo exclusivamente de nuevo", añadió la cantante.

Sin embargo, esta reconversión de Keys demuestra también cuál puede ser uno de los puntos flojos de la nueva BlackBerry: la falta de aplicaciones clave. La cantante es usuaria muy activa de Instagram, una app, disponible para iPhone y Android, que no va a estar en el lanzamiento de BlackBerry 10. Consciente de que la falta de aplicaciones ha sido una de las principales causas de su declive, la compañía canadiense ha creado un sistema operativo que permite migrar aplicaciones para otros

sistemas, como Android, con facilidad.

BlackBerry 10 saldrá con 70.000 aplicaciones, el 10% que iPhone y Android

Además, ha incentivado a los desarrolladores económicamente para que lancen aplicaciones para el sistema. El resultado es más que aceptable. Cuando llegue el Z10 al mercado -en España en febrero o marzo- habrá 70.000 aplicaciones disponibles, entre ellas algunas relevantes como 'Skype', 'Whatsapp', 'Dropbox', 'Kindle', 'Foursquare' o 'Evernote', además de las reinas de las redes sociales, como 'Facebook', 'Twitter' y 'LinkedIn'. También juegos clásicos de iOS y Android, como 'Angry Birds Star Wars', 'Plants vs. Zombies' o 'Where's My Water'.

Sin embargo, habrá algunas ausencias notables, **como Google Maps, Spotify o la mencionada Instagram**. En definitiva, 70.000 no es un mal número pero es algo menos del 10% del total de 800.000 aplicaciones que ya existen para la App Store de Apple o de un número prácticamente similar para la Play Store de Google.

La falta de aplicaciones y la ausencia de un servicio nativo en la 'nube', donde guardar fotografías por ejemplo, son los puntos más débiles del nuevo sistema, según Walt Mossberg, especialista en gadgets del 'Wall Street Journal'.

¿Cuál será el público?

Uno de los problemas a los que se van a enfrentar los nuevos terminales de BlackBerry es el precio. Son dispositivos de alta gama. El Z10 tendrá un precio libre -sin contrato con operadores- que superará los 500 euros y eso, al menos en España, le deja por encima en precio de lo que está siendo los grandes vendedores del mercado: **la gama baja-media de Android**.

En España, BlackBerry fue muy popular en años como 2010 entre el público joven, entre los que se extendieron terminales baratos de la compañía con el reclamo de su servicio de mensajería. Sin embargo, **el éxito de WhatsApp**, disponible para todas las plataformas, ha hecho que muchos de esos usuarios hayan migrado hacia Android principalmente.

BlackBerry deberá mantener a sus usuarios pero también 'robar' a sus rivales

"IDC cree que BlackBerry continuará siendo un jugador importante en el segmento empresarial pero no lo vemos así en el doméstico. Será más pequeño en el mercado global con una cuota de alrededor del 5%", explica el analista Francisco Jeronimo. "Esto puede cambiar si la compañía extiende rápidamente su catálogo hacia precios significativamente menores", añade.

El futuro de la compañía se antoja complicado. Ahora tiene un sistema capaz de competir de tú a tú con iOS y Android pero tiene que lograr mantener a sus usuarios tradicionales, que **pueden ver demasiadas complejidades en BlackBerry 10**, a la vez que atraer a los de otras plataformas para intentar colocarse como tercera plataforma por encima de Windows Phone. Asimismo, pueden encontrarse con muchas dificultades para colocar los terminales antiguos, ya que los usuarios no van a querer estar ligados a un sistema que el propio fabricante considera obsoleto.

De momento, las acciones de la empresa han caído más de un 10% desde el anuncio aunque ello se debe, principalmente, a que en los últimos cuatro meses se habían triplicado. Aun así, cotizan un 90% por debajo de sus máximos de 2009.

El consejero delegado de la empresa, **Thorsten Heins**, definió los cambios en de BB10 como "una reinención" de la compañía después de que hace dos años se plantearan cambiar a otro sistema o crear uno propio nuevo. "**No es la línea de meta, es la línea de salida**", dijo. Ahora falta por saber el

veredicto del mercado.

Follow @joseanavas 2,807 followers

Follow 308 people are following [Jose A. Navas](#). Be the first of your friends.

- [Todos](#)
- [Mejor valorados](#)
- [Te mencionan](#)
- [Tu red](#)

12 » Comentarios ¿Quieres comentar? [Entra](#) o [regístrate](#)

- [1](#)
- [2](#)

1.  **Sin2** 02.feb.2013 | 13:21

#11

#3 Pocos smartphones has manejado tú, hamijo !!! El concepto BB sigue vivo por que en cuanto a uso empresarial aún no se ha desarrollado un sistema operativo que ofrezca mejores soluciones. El problema es que han especulado demasiado con ésta ventaja hasta lograr estrangular su propio concepto. Me parece genial su sistema de soporte global en nube (lustros anterior al muy limitado de iPhone) su estabilidad, robustez agilidad administrativa.... pero de poco sirve todo ésto si cuando quieres navegar por Internet, probar una nueva APP ó, por qué no, echar una partida a un buen juego en 3D... tu dispositivo hace aguas. Y no les llames ni les escribas para pedir explicaciones ya que los Sres. de RIM no atienden ni emails ni teléfonos. A ver si el BB10 viene también con un trato digno a sus clientes.

[Responder](#) [Citar mensaje](#)

Valorar

[Positivo](#) [Negativo](#)

[Denunciar](#)

2.  **antiheroe** 02.feb.2013 | 18:02

#12

blackberry todavía no se ha enterado de que va esto de los moviles

[Responder](#) [Citar mensaje](#)

Valorar

[Positivo](#) [Negativo](#)