Cómo vender celulares a mujeres afganas

Las empresas de celulares buscan ingresar en el mercado femenino en países como Afganistán convenciendo a los hombres tradicionalistas de que es un regalo y no una amenaza. *Archivo/La República*

Kabul - El marido de Maryam estaba tan indignado cuando descubrió el dispositivo que ella había ingresado de contrabando en su casa de Kabul que la golpeó con los puños y un látigo. El contrabando era un teléfono celular.

"La familia de mi marido es muy tradicional", dice Maryam, una mujer de 24 años envuelta en un burka azul que se niega a dar su apellido. "Están muy en contra de los teléfonos móviles y la libertad para las mujeres".

La relación que ve Maryam entre las mujeres y la tecnología inalámbrica es visible para las empresas de telecomunicaciones más grandes del mundo, que han iniciado un esfuerzo para incorporar a la clientela femenina en el mundo en desarrollo en el mismo nivel que los hombres.

Las agencias estadounidenses y australianas dedicadas al desarrollo internacional están respaldando la iniciativa de Vodafone Group Plc, France Telecom SA y otras con $1 millón para financiar una investigación acerca de cómo encontrar y conservar a mujeres como Maryam, y persuadir a los hombres de que los teléfonos no constituyen una amenaza.

A las mujeres en los mercados emergentes, los teléfonos celulares pueden cambiarles la vida, ofreciendo servicios bancarios para liberarlas de los peligros de llevar efectivo, enviar mensajes de texto cuando se abre el grifo comunal o enviar instrucciones sobre atención prenatal.

Para la industria inalámbrica, incorporar 600 millones de abonadas mujeres en el mundo en desarrollo para el año 2014 podría significar una bonanza de ingresos de $29 mil millones, según GSMA con sede en Londres, creado en 1982 como Groupe Speciale Mobile para diseñar una tecnología móvil pan-europea.

"No nos avergüenza decir que esto también representará un beneficio comercial", dice Trina Das-Gupta, directora del programa MWomen de GSMA, entre cuyos socios figuran AT&T Inc. en los Estados Unidos y Bharti Airtel Ltd. en India.

Las empresas han hecho avances. El proveedor inalámbrico más grande de Afganistán, Telecom Development Company Afghanistan Ltd., lanzó una campaña llamada Aali para Mamá (Aali significa "lo mejor") con avisos que presentan a los hombres como portadores de regalos y los teléfonos como herramientas que benefician a la familia.

Después de que aparecieron los avisos, las mujeres aumentaron desde el 18% hasta el 23% de los clientes nuevos, según la empresa, que funciona bajo el nombre de Roshan.

"Poner un teléfono móvil en manos de las mujeres es fundamental para el desarrollo de Afganistán", dice el máximo responsable ejecutivo de Roshan, Karim Khoja. "Para nosotros el teléfono móvil es mucho más que un dispositivo de comunicación".

MAS QUE COMUNICACION

Aunque en lugares como Afganistán los hombres consideran que los celulares son una amenaza en las manos de las mujeres, los dispositivos traen muchos beneficios en zonas alejadas que permitirían un mayor desarrollo. Así lo demuestran casos de éxito en Uganda y Bangladesh. Entre los beneficios se encuentran:

- Aumento en calidad de vida
- Seguridad personal
- Transacciones bancarias seguras
- Promoción del ahorro
- Inversión barata
- Créditos seguros
- Comunicación entre regiones
- Información de salud
- Menor desplazamiento

Fuente: Bloomberg