

Tendencias de las telecomunicaciones: hacia la Sociedad de la Información

POR **SAGRARIO BECEIRO RIBELA**

Los principales responsables de las entidades relacionadas con el sector de las telecomunicaciones se dieron cita, del 3 al 6 de septiembre de 2001, en la sede de la UIMP de Santander. El motivo de esta reunión fue el XV Encuentro de las Telecomunicaciones: Hacia la sociedad de la Información, organizado por ANIEL (Asociación Nacional de Industrias Electrónicas y de Telecomunicaciones) en colaboración con Telefónica. Este Encuentro, en su decimoquinta edición, se convirtió en un foro de debate que reflejó los dilemas y retos de la industria española del sector de las telecomunicaciones y en un excelente barómetro de la opinión de los agentes involucrados respecto al futuro inmediato de la Sociedad de la Información en España.

El Encuentro de la UIMP se centró en la Sociedad de la Información (SI), en un momento en el que la evolución de las tecnologías de la comunicación está rodeada de numerosas incertidumbres. Aun cuando estas tecnologías comienzan ya a formar parte de nuestros modos de vida, la SI definida como "un estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y Administración Pública) para obtener y compartir cualquier información instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera" /*01es todavía un sueño. Queda un largo camino por recorrer y es imprescindible reflexionar sobre las implicaciones y la necesaria rentabilidad económica y social de este proclamado modelo de sociedad.

Las ponencias de los invitados intentaron un recorrido completo de las principales cuestiones que afectan al desarrollo de la Sociedad de la Información: economía y financiación,

convergencia tecnológica, evolución de soportes, modelos tecnológicos e industriales, adecuación de operadores globales y entrada de nuevos agentes, capacitación de perfiles profesionales y contenidos digitales, además del desarrollo de nuevos servicios como, por ejemplo, el E-Business.

Como es lógico pensar, la principal preocupación de los especialistas se centró en cuestiones económicas: coste de las redes, mercado alcanzable, limitaciones financieras, barreras de entrada a nuevos agentes, etc. La delicada posición de los valores tecnológicos en el mercado bursátil, que ha retrocedido a niveles de 1998, impregnó gran parte de los debates, marcados por la falta de confianza en el sector y la necesidad de invertir esta situación. Para César Alierta, Presidente de Telefónica, esta ralentización (que no paralización) de la evolución y los malos resultados de los grandes operadores de telecomunicaciones europeos está relacionada directamente con la situación financiera actual y la volatilidad de las cotizaciones, el alto grado de endeudamiento, la todavía importante presencia de capital público en su accionariado y las diferencias de culturas empresariales y lingüísticas.

Indicadores de la Sociedad de la Información

Los indicadores más claros del estado de desarrollo de la Sociedad de la Información en España, la telefonía móvil y el PC con conexión a Internet, fueron objeto de detenido análisis.

La rápida implantación del móvil era hace unos años sólo una posibilidad y, en cierta medida, su éxito fue inesperado. En la actualidad hay en España más de 26 millones de terminales móviles, superando el número de líneas fijas; y aunque el motor del mercado sigue siendo la voz, el fuerte incremento de envío de mensajes cortos (SMS) hace que los expertos opinen que datos y contenidos irán tomando protagonismo. Por lo tanto, la nueva frontera del negocio se centrará en conseguir ancho de banda para dar cabida a estos servicios.

Por su parte, el PC sigue siendo el terminal dominante para el acceso a Internet y parece que habrá que esperar algún tiempo para valorar las posibilidades de su implantación en el receptor de televisión o en el móvil. Los usuarios de Internet en España son ya más de siete millones, una cifra significativa pero alejada de las espectaculares cifras de penetración que se preveían hace pocos años. Tampoco se han obtenido las cifras de negocio que se esperaban. En opinión de los asistentes a este Encuentro, esto se debe a la poca lógica de las actitudes empresariales en el pasado, con proyectos económicamente poco viables, y a la necesidad de asumir que la gratuidad de Internet es algo insostenible para determinados servicios. Julio Linares, Presidente de Telefónica España, destacaba el aumento de tráfico en Internet con la aparición de la tarifa plana, pero también resaltaba que ésta aportaba una cifra de ingresos poco significativa: el gran crecimiento que ha habido en los últimos seis meses sólo ha aportado un 1 por ciento más de ingresos.

Como orientación hacia un futuro inmediato, los agentes del sector parecen tener claro que los negocios encaminados a Internet deben tener plazos de rentabilidad definidos y viables; también son primordiales la velocidad de conexión, la calidad y utilidad de los servicios y la satisfacción del cliente. Jesús Banegas, Presidente de ANIEL, opinó que para disfrutar de las

oportunidades que Internet ofrece es preciso afrontar un triple reto: aumentar la penetración social de las redes de telecomunicaciones, difundir el empleo de los ordenadores y educar a la gente en el uso de las nuevas tecnologías.

Otro de los grandes apartados del Encuentro de la UIMP fue la reflexión sobre los contenidos y los comportamientos del usuario. Los ponentes hablaron de las limitaciones técnicas y hábitos de consumo según los soportes (no es lo mismo, por ejemplo, los contenidos para el móvil que para un receptor de televisión o un PC) y sobre las similitudes y diferencias de los contenidos digitales con los analógicos; similitud en cuanto a géneros: cine, deportes, información, publicidad, etc. y diferencias en cuanto a calidad, interactividad, multiplicación de oferta, etc.

Retos del futuro próximo

Los mensajes sobre el futuro, intentaron ahuyentar el pesimismo que parece imperar en muchos discursos. Un futuro en el que será necesario adoptar una nueva visión de mercado: crear negocios con peso específico, en los que se debe estudiar su rentabilidad en plazos razonables de tiempo, valorar el riesgo empresarial asumido y tener en cuenta que el sector no se expande por terrenos vírgenes, que las relaciones que se entablan son necesariamente sinérgicas y que es necesario crear servicios de valor añadido atractivos para el cliente.

Así, el desarrollo de las redes se ve como necesario, pero matizado por el uso racional de los recursos, lo que implica dar utilidad y amortizar estas redes, alejarse de inversiones excesivas y abastecer las necesidades de los usuarios. Desde este punto de vista, el modelo de red multiacceso integrada parece la opción más racional, ya que lo importante no son los soportes, sino la calidad y variedad de los servicios que se dan al cliente. El modelo empresarial de gestión de clientes es, por lo tanto, el que emerge. En palabras de Jesús Banegas, director del encuentro y presidente de ANIEL, la mejor empresa es la que tiene los mejores clientes, interpreta sus necesidades y les da calidad.

Quedó claro que ha habido un cambio fundamental en el macro-sector de las telecomunicaciones y hay una clara percepción de los riesgos que entrañan las fuertes inversiones necesarias para hacer frente al desarrollo de la SI, frente a la irreflexión de algunos comportamientos en el pasado. La ralentización del proceso que vivimos actualmente, parece provenir de la lógica precaución empresarial y de la necesidad de una evolución gradual y basada en expectativas reales. Pero dentro de la progresiva implantación de tecnologías que nos acerquen la Sociedad de la Información, la conexión permanente, móvil o fija, en cualquier lugar, sin limitaciones de capacidad y con una velocidad adecuada, constituye todavía el principal reto de la industria.

Jesús Banegas, director del curso, en una entrevista concedida a esta revista, destacó como principales conclusiones del seminario los retos de futuro del sector: el desarrollo de la banda ancha, ya que su retraso frena claramente el desarrollo de una Sociedad de la Información plena, la necesidad de facilitar el acceso e incorporar a los ciudadanos en la utilización de las nuevas tecnologías, la creencia de que la tecnología GPRS se implantará en un breve periodo

de tiempo gracias a que facilita el acceso con una facturación más adecuada del consumo basada en criterios como la calidad y velocidad de la información, y, sobre todo, hizo hincapié en la necesidad de invertir la situación actual de desconfianza de las inversiones en el sector de las telecomunicaciones.

Como contribuciones básicas de la industria de telecomunicaciones al desarrollo de la S.I., señaló que su posición no es política sino industrial y que su papel se resumía en aportar la infraestructura y servicios necesarios para el despegue de esta nueva sociedad. El principal problema para que las previsiones se cumplan es el elevado nivel de inversiones necesarias para dotar a España de la banda ancha, con una aportación necesaria cercana al billón de pesetas, y la necesidad de justificar esta inversión de capital con un crecimiento del mercado que les permita alcanzar la rentabilidad en un plazo razonable de tiempo. Banegas se mostró confiado en que la implantación de la S.I. se llevará a cabo en nuestro país en un plazo más corto de tiempo de lo que en un principio cabría esperar, y esto debido a la evolución de España en los últimos años, que ha demostrado ser un mercado dinámico y ha acortado distancias rápidamente con otros países de su entorno. En cuanto al papel de las Pymes hizo notar que la Sociedad de la Información es un modelo de sociedad definible por la igualdad de oportunidades y en el que, más que nunca, las empresas emprendedoras pueden encontrar una posición fuerte en el mercado independientemente de su tamaño.

(Más información sobre este XV Encuentro de las Telecomunicaciones en:
<http://www.campusred.net/aulaabierta/asp/xvencuentrotel.asp>)