

Se necesitan servicios y contenidos de pago para desarrollar la banda ancha

Facilitar la vida al ciudadano con servicios que llegarán a su casa a través de la banda ancha, y por los que pagará, dada su calidad. Este futuro necesario es la conclusión a la que llegaron los representantes de la industria y los operadores, en el VIII Encuentro del Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, celebrado recientemente en Madrid.

La banda ancha fue protagonista en el VIII Encuentro del Sector de las TIC, organizado por APD (www.apd.es) y AETIC (www.aetic.es). Los más altos cargos de la industria y de los operadores españoles coincidieron al afirmar que la banda ancha es la infraestructura de comunicaciones del futuro, capaz de lograr la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, informático y audiovisual. El ADSL supone las tres cuartas partes de los accesos españoles de banda ancha, y los operadores están tirando su precio en una lucha para hacerse por el mercado. La necesidad de desarrollar servicios por los que los usuarios paguen, es imprescindible para rentabilizar las inversiones necesarias para el desarrollo de esta costosa infraestructura.

Julio Linares, presidente de Telefónica de España (www.telefonica.es), ve la banda ancha como infraestructura clave para el desarrollo de las telecomunicaciones, y estima que Telefónica tiene el 55 por ciento de los 3.425 accesos de banda ancha del mercado español. La operadora tiene el compromiso de invertir 3.000 millones de euros, hasta 2008, para impulsar la banda ancha, y «para la adaptación a la nueva generación de red y la voz IP, si el mercado y la rentabilidad acompañan», según Linares.

Fuertes exigencias de inversión, y elevadas incertidumbres de mercado, tecnológicas y regulatorias son las amenazas a la inversión de los operadores. «La banda ancha se ha de

desarrollar desde la iniciativa privada, y sólo lo hará si las expectativas de recompensa son proporcionales a los riesgos incurridos. El papel de los poderes públicos está en favorecer un marco atractivo, colaborando a minimizar los riesgos de mercado, generando un marco regulatorio adecuado, y responsabilizándose económicamente de la reducción de las desventajas sociales», opina Linares.

La demanda residencial de esta nueva tecnología es un hecho. «Los usuarios han descubierto el *always-on*, y esto ha provocado la explosión en el segmento residencial de la banda ancha. Alrededor de la tercera parte de nuestros ingresos giran en torno a esta tecnología», indica Eugenio Galdón, presidente de ONO (www.ono.es).

«Cuando el ciudadano pueda realizar sus tareas cotidianas de forma más simple gracias a la domótica, dispositivos de control remoto, el teletrabajo o porque su huella dactilar o su voz le conecten con un mundo de servicios, estará dispuesto a pagar por este nuevo universo. Entonces podremos decir que hemos logrado el éxito por haber sabido acercar la tecnología al ciudadano», opina Eduardo Montes, presidente de Siemens (www.siemens.es).

Luis Álvarez Satorre, presidente de BT en España (www.bt.es) aboga por el desarrollo de servicios que justifiquen la utilización de este acceso por parte de los empresarios. «Se debe invertir en servicios porque los clientes empresariales lo demandan en un entorno en el que la internacionalización es fundamental, y en el que necesitan la externalización de los procesos y de los servicios», puntualiza Álvarez Satorre.

Pagar por los servicios

La tarifa plana es vista por los expertos como un sistema de tarificación ineficiente, que no permite el desarrollo de la competencia en infraestructuras. En este sentido, los contenidos y los servicios de pago son imprescindibles para el desarrollo del mercado. También desligar tecnología y servicios. «No se debe imponer la tecnología al consumidor, y se le debe atraer con servicios útiles y no con tecnología», explica Galdón.

Antonio Hernández, director general de Auna (www.auna.es), ve a los operadores como creadores de mercado, gracias al desarrollo de la Red y de servicios innovadores. «La oferta de televisión, Internet y telefonía debe estar integrada en paquetes, y se debe competir por esta oferta, denominada *triple pay*, y no por la rebaja de precios. En cuanto a las empresas, la tendencia es a la convergencia entre la oferta fija y móvil, y a paquetizar soluciones IP empresariales», indica Hernández.

La oferta del *triple pay* «será la del cuádruple *pay* al añadir la movilidad. Esta nueva convergencia aumentará la flexibilidad de la oferta, y amortiguará las incertidumbres del futuro», puntualiza Alfredo Redondo, Consejero delegado de Alcatel España (www.alcatel.es).

La convergencia de las redes, los terminales y las soluciones irán de la mano de la convergencia de los distintos mercados. La electromedicina, el transporte, la electrónica de

consumo, la enseñanza o el teletrabajo estarán unidos en un mercado maduro, totalmente distinto al actual. «El modelo de televisión de pago como lo conocemos tiene fecha de caducidad, y será sustituido por modelos basados en IP y del tipo Imagenio. El mercado de acceso a los contenidos no puede mantenerse cerrado por intentar mantener la vida de un modelo que considero agotado. Esto no debe ser el freno de la oportunidad de nuevos servicios y contenidos que nos brinda la tecnología IP», afirma Galdón.

La imagen se configura como la auténtica protagonista del futuro. La consultora Gartner estima que los usuarios están dispuestos a pagar 12 dólares al mes por los servicios de televisión. Se quiere que a partir del próximo mes de septiembre llegue a los hogares españoles una amplia oferta de televisión digital terrenal (TDT), y que los descodificadores y los televisores de esta tecnología sean los protagonistas en la próxima campaña navideña.

Los ciudadanos no solo recibirán televisión en sus hogares. Serge Ferre, Vicepresidente de Estrategia de Nokia (www.nokia.es), entiende que la televisión debe llevarse en el bolsillo. «Es fundamental que la televisión se vea en el teléfono móvil, y se deben realizar los desarrollos necesarios para que esto sea posible, cuanto antes. En el futuro, el tiempo para ver televisión se repartirá a lo largo del día, y deberá cambiar el concepto de televisión porque la gente llegará a los hogares con una actitud distinta, y más selectiva que la actual, para ver televisión», opina Ferre. Será cuando la interactividad y la televisión a la carta sea una realidad.

La industria de las telecomunicaciones ha hecho sus deberes, tras realizar fuertes reducciones de personal y una reordenación de sus centros fabriles. Afirma estar en disposición de dar respuesta al nuevo escenario convergente, en el que la televisión digital se suma como un potente motor, pero quiere conocer el ritmo inversor de las operadoras para amortiguar las incertidumbres de futuro.

Jesús Banegas, presidente de la patronal AETIC, pide un «plan de acción con hitos temporales y compromisos firmes de cumplimiento». Los ratios medidores del estado de la sociedad de la información no dejan a España en muy buen lugar con respecto a sus vecinos europeos. «La televisión digital terrestre, el DNI electrónico y la administración electrónica son los proyectos emblemáticos que impulsarán la sociedad de la información», según Banegas. El presidente de la patronal también pidió una política industrial y una regulación adecuadas para animar la demanda de las TIC.

Susana Blázquez