

**En el horizonte del mercado de las soluciones de alta velocidad o de “banda ancha” para el acceso a las redes de telecomunicación se vislumbran algunas nubes preocupantes.**

## ¿Un futuro plano?

**C**ada vez resulta más difícil mantener el ritmo de crecimiento de los clientes y el último informe del Estudio General de Medios (oleada abril – mayo de 2002) muestra que se frenó el aumento de los usuarios de Internet que son una de las mejores canteras para potenciar la penetración de la “banda ancha”.

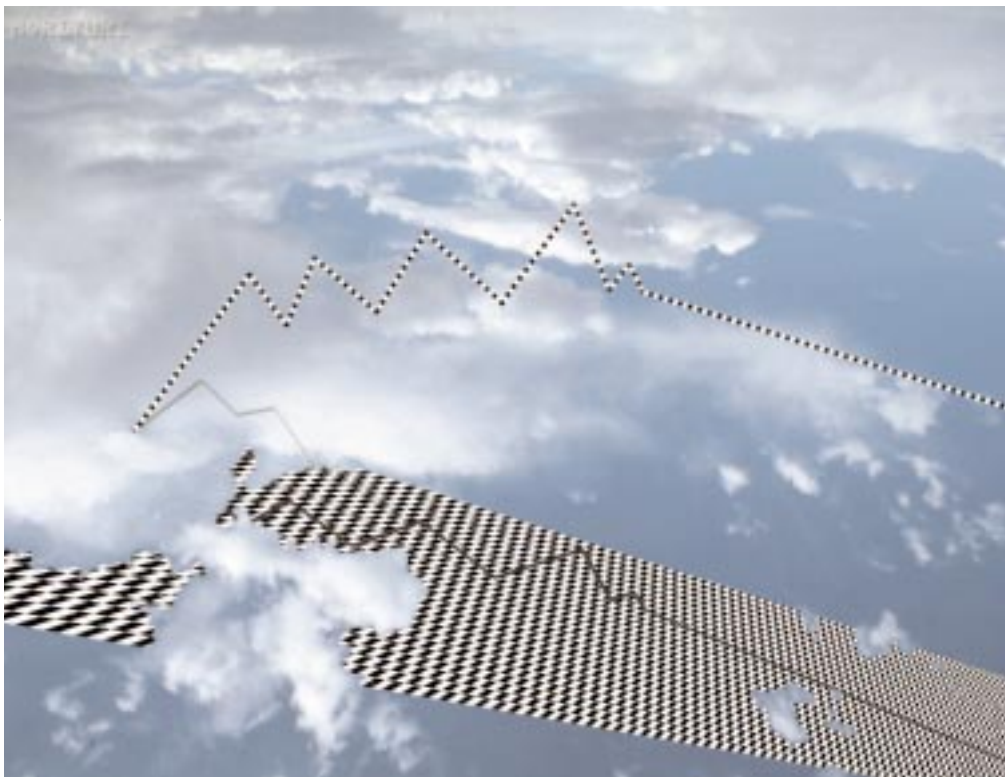
La comercialización de los accesos de alta velocidad soportados por diferentes tecnologías (ADSL, cable o radio) permite apreciar las ventajas de disponer de conexiones permanentes con una velocidad de intercambio de información mucho más atractiva que la que ofrece la red telefónica conmutada (RTC). Pero quizá el mayor aliciente de estas modalidades de acceso sea el que su precio es fijo e independiente del tiempo de conexión (verdadera “tarifa plana”) facilitando la predictibilidad y certeza de la factura..

Imagino que la mayoría de los actuales clientes de los accesos de “banda ancha” fueron anteriormente pacientes sufridores de la lentitud que caracteriza el intercambio de información por la RTC. Una gran parte habrían contratado la imperfecta “tarifa plana” y aquellos que accedían a Internet sin guardar pautas horarias adquirirían además algún bono para consumir una determinada cantidad de minutos. Supongo que con los precios de las verdaderas “tarifas planas” estarán disfrutando de un ahorro en el gasto mensual que implica el acceso intensivo a Internet y, sobre todo, se han liberado de la tortura psicológica que significa estar sometido a la disciplina del reloj y a la incomodidad de establecer una llamada cada vez que desean conectarse a la red.

Los prestadores de accesos de “banda ancha” manifiestan su satisfacción por los resultados logrados en la comercialización

de sus soluciones y no dudan en condicionar el éxito de la futura Sociedad de la Información a la consolidación de sus estrategias. Últimamente se empiezan a oír voces que reconocen la dificultad de mantener el ritmo de crecimiento de nuevos clientes de accesos de “banda ancha”. Parecería como si se hubiera iniciado el agotamiento del filón de los internautas con un perfil de consumo elevado que recorrieron el camino desde la RTC para llegar a las autopistas de las modernas tecnologías. Se lanzan mensajes al regulador proponiendo un marco más favorable, se solicitan medidas para rentabilizar las inversiones, se piden campañas para que crezcan los hogares dotados con ordenadores personales, se anima el desarrollo de aplicaciones de interés para los ciudadanos, y se demanda un mayor gasto en publicidad. Todos estos factores son necesarios para avanzar en el desarrollo de la Sociedad de la Información y sobre ellos se han elaborado muchos discursos y estrategias, pero deberían acompañarse de un esfuerzo rompedor por parte de los prestadores del acceso para eliminar del subconsciente de los usuarios la idea de que la conexión a Internet es compleja y costosa obligándoles a controlar el consumo que de ella se hace. Los ciudadanos apreciamos las propuestas que simplifiquen nuestra actividad diaria, especialmente aquellas que nos redimen de análisis previos y eliminan la desconfianza de hacer algo de lo que luego podamos lamentarnos.

De acuerdo con el ya citado informe del Estudio General de



• Javier Domínguez  
auladost@terra.es



Medios, para el 60% de los individuos el lugar más utilizado para acceder a Internet es el hogar, seguido por el puesto de trabajo con un 30,9%. Por otro lado, los datos más recientes de la situación en España sitúan en un 3% la penetración en los hogares de los accesos de "banda ancha": suponiendo 13,5 millones de hogares, serían unos 400.000 los equipados. Siendo la penetración de ordenadores personales (PC) en los hogares del orden del 35% (es decir 4,725 millones de hogares dotados) y estimándose en un 20% los que ya estarían conectados a Internet, existe un amplio colectivo de hogares candidatos a incorporarse al club de la "banda ancha". El desafío comercial se incrementa si consideramos los hogares con PC pero aún no conectados a Internet y aquellos otros que progresivamente se irán dotando de la herramienta informática. Si nos mantenemos en el escenario del hogar y nos comparamos con los países del resto de Europa es obvio que se precisa un esfuerzo importante para impulsar la penetración de los PC y alcanzar una velocidad de

crucero en el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Pero la campaña para estimular la adquisición del ordenador personal debe acompañarse desde los operadores de redes y prestadores del servicio de acceso a Internet con ofertas atractivas y realmente innovadoras. En este sentido sería muy interesante que se introdujera en el acceso por RTC la opción de una verdadera "tarifa plana", sin discriminación horaria. De esta manera, se generalizaría una cultura para la conexión a la red descontaminada de algunos de los factores que más condicionan la incorporación de los ciudadanos a la Sociedad de la Información. Es probable que inicialmente la novedad y la liberación del temor a un gasto excesivo generen un uso irreflexivo; progresivamente la situación se iría estabilizando y los nuevos conversos al mundo de Internet apreciarán las ventajas de migrar a las soluciones de mayor velocidad y pasarán a engrosar la lista de los entusiastas de la "banda ancha".

Los expertos en redes advierten que la verdadera "tarifa plana" modificará el perfil

del tráfico para el que están dimensionadas las centrales de conmutación, con riesgo de congestión y de disminución de la calidad del servicio telefónico; insistirán en que cambiarán los hábitos de comportamiento de los usuarios siendo necesario un tiempo para disponer de estadísticas fiables sobre los nuevos perfiles; manifestarán que para mantener los ratios de calidad actuales sería preciso, muy posiblemente, gastar en una tecnología, la de conmutación de circuitos, que ya inició su decadencia y que lo más beneficioso para la sociedad es invertir en una nueva estructura de red basada en la tecnología IP de Internet; y concluirán que la apuesta debería ser la de reducir de los precios del acceso de "banda ancha" como consecuencia de mayores volúmenes y de la consolidación de la competencia. El hecho de que los internautas más adictos ya se han traspasado al club de la "banda ancha" permite suponer que han aliviado a la RTC de sus atípicos comportamientos, dejando margen para que, sin

modificaciones en el dimensionado de las centrales telefónicas, pueda estimularse la incorporación de nuevos candidatos a internautas intensivos que, posteriormente, se convertirán en usuarios de la alta velocidad.

Si la verdadera "tarifa plana" de acceso a la RTC incluyera, además, todo tipo de llamadas locales, no sólo las de conexión a Internet, ello se convertiría en un instrumento de los operadores históricos para frenar y orientar la migración del tráfico telefónico hacia las redes IP, capitalizando la mejor calidad de servicio que todavía ofrece la red telefónica conmutada y mejorando la rentabilidad de las inversiones realizadas en las últimas décadas. Pero sería, asimismo, una herramienta para ir configurando el nuevo modelo de negocio asociado con la "banda ancha" -determinante para el futuro del sector de las telecomunicaciones- que progresivamente integrará todos los servicios en un contexto tecnológico con sabor IP y con un esquema de precios basado en una cuota fija de conexión sin discriminación horaria y con capacidad de acceso a unas aplicaciones y contenidos que tendrán un coste adicional dependiente de su naturaleza y de la calidad con la que se desee obtenerlos. En definitiva, se trataría de acompañar el discurso reivindicativo de los operadores por una propuesta rompedora que ayude a eliminar de la mayoría de los ciudadanos y ciudadanas la percepción de que el acceso a la comunicación y a la información es caro y exige aplicar unas pautas complejas. 