

La trivialización de las redes, la creatividad en su uso



Jerónimo de Ugarte Gil

Ingeniero de Telecomunicación

Durante los últimos 30 años las redes de telecomunicación han experimentado un cambio radical. Los principales factores de cambio han tenido que ver con la automatización y la digitalización, con la implantación masiva de las tecnologías móviles, con el despeque de la banda ancha y con la consecución de cobertura de población y territorio.

Este cambio ha sido impulsado por un desarrollo tecnológico acelerado y por un proceso de desregulación que ha permitido la entrada de nuevos operadores dinamizadores del mercado, debilitando el poder monopolístico de los operadores tradicionales e incrementando el negocio total del sector.

La tecnología ha permitido la automatización, la casi total cobertura de la población y del territorio de las redes de voz y el suministro al usuario final de anchos de banda crecientes, aunque en este caso con una cobertura todavía limitada.

En paralelo, las políticas de estandarización han contribuido

también a cambiar el escenario. Productos y sistemas se abren y cada vez es más difícil defender posiciones de mercado sobre la base de sistemas propietarios. Además, la aceleración de los cambios tecnológicos impide la consolidación de ventajas perdurables en el tiempo. Las redes se configuran como una especie de mosaico en el que cada vez mas las piezas pueden ser suministradas indistintamente por varios competidores con niveles de calidad, suministro y servicio suficientes. La diferenciación se basa entonces en factores de precio, anticipación y confianza, dando lugar a una situación en la que el producto se trivializa.

La tecnología de que se dispone hace casi todo posible, pero no necesariamente rentable. Y la rentabilidad es imperativa para poder sobrevivir. En una situación ideal los operadores tendrán redes similares, con más o menos cobertura y alcance dependiendo de su grado de inversión y del enfoque de su negocio y no invertirán en ellas si no encuentran servicios y aplicaciones con una rentabilidad mínima razonable. Un ejemplo puede ser la banda ancha. Hoy se

pueden desplegar anchos de banda, tanto en fijo como en móvil, cada vez mayores, pero son todavía pocos los servicios y aplicaciones que tienen un valor añadido suficiente para que el cliente esté dispuesto a pagar por ellos, incentivando nuevas inversiones a través de retornos suficientes en periodos de tiempo adecuados. Y, mas allá del despliegue del ancho de banda justificado por servicios rentables, no se ven inversiones en las redes de la importancia de las de la última década. Las inversiones en convergencia de redes van a estar probablemente más justificadas por la reducción de costes y por la mejora de procesos que por su contribución al incremento del negocio.

Como consecuencia de todo lo anterior los fabricantes tradicionales de infraestructuras se enfrentan a dos problemas, que están debilitando su influencia y su poder de negociación en el sector. Por un lado, la necesidad de diferenciarse en un mundo en el que productos y redes se trivializan. Por otro, la constatación de que la tecnología por si misma no es suficiente y, por tanto, la necesidad de incrementar el conocimiento de los requerimientos del cliente final y de los factores (culturales, regulatorios, etc) que condicionan la adopción de las nuevas tecnologías, para poder contribuir a proporcionar soluciones integrales de negocio a los operadores, para los que la tecnología es una herramienta, no una finalidad en sí misma, como lo fué en el pasado en muchas ocasiones. ♦