

La llegada de UMTS complementa GSM y GPRS



Belarmino García
Director General de Amena

La llegada de la tercera generación de comunicaciones móviles o UMTS en España es ya una realidad para los usuarios de la telefonía móvil, que podrán disfrutar de las ventajas que aporta esta tecnología, respecto de las hasta ahora disponibles, y que se traducen principalmente en una mejora en la calidad de voz y una mayor velocidad de transmisión de datos, además de aportar servicios diferenciales, como la video llamada.

La tecnología UMTS no aparece para reemplazar las tecnologías existentes (GSM /GPRS), sino que surge como complemento a estas, de esta forma se puede considerar que UMTS es parte del proceso de evolución de las redes de comunicaciones móviles.

El lanzamiento comercial de UMTS de Amena, que será en los próximos días, no dará protagonismo a la tecnología sino que se focalizará en aportar una oferta completa e integrada de servicios innovadores que den valor diferencial a los clientes, gracias a las características propias de la banda ancha de UMTS. El

lanzamiento será completo y estará enfocado a los segmentos de empresa y de particulares, con productos y servicios disponibles a través de teléfonos móviles y tarjetas de datos UMTS.

Ventajas

La principal ventaja de UMTS es la velocidad de transmisión de datos (384Kbps, 10 veces más rápido que a través de GPRS) en movilidad, permitiendo la video llamada, el acceso a internet o la intranet corporativa a mayores velocidades que hasta ahora han ofrecido las líneas ADSL domésticas (256 Kpbs).

El uso de esta nueva tecnología para el cliente ha de ser transparente desde el punto de vista de la utilización de los servicios de voz y datos, es decir, el cliente no debe percibir si está utilizando tecnología UMTS o GSM, lo que deberá percibir son las ventajas propias de la banda ancha de UMTS (velocidad, calidad, disponibilidad de nuevos servicios) a la hora de utilizar todos esos servicios. Ante esto los operadores

hemos de tomar el compromiso de facilitar el servicio mejorando la calidad y las prestaciones derivadas de la utilización de las redes de la nueva tecnología.

Amena ha planteado el lanzamiento comercial de UMTS con la premisa de garantizar que las expectativas que nuestros clientes tienen sobre UMTS queden cubiertas, tanto desde el punto de vista de cobertura, calidad y acceso a los servicios que ellos demanden.

Hay que señalar que la llegada de UMTS se ha producido con retrasos en relación a lo que preveía unos años atrás, motivado por diversas razones como problemas en la disponibilidad de terminales, interoperabilidad de las redes, etc. Pero se ha de tener en cuenta que estos retrasos han permitido que la tecnología haya madurado, aunque de momento sin alcanzar el grado de madurez de la tecnologías predecesoras (GSM y GPRS).

Para poder hacer uso de esta tecnología el cliente deberá disponer de un terminal UMTS, que será dual (GSM/GPRS y UMTS) para garantizar

El lanzamiento comercial de Hutchinson 3G se ha caracterizado por ofertas agresivas de voz y datos y por aplicar relevantes subsidios de los terminales de clientes

la operatividad del mismo en todo momento. Los terminales UMTS por el momento presentan alguna desventaja respecto de los tradicionales GSM/GPRS y multimedia, motivado principalmente por precio y prestaciones. Estas limitaciones han de ir desapareciendo en los próximos meses (ver gráfico 1), de tal forma que tengan precios más asequibles para el cliente y la mejora en las prestaciones permitan una mayor estabilidad de los terminales, de forma que los clientes adquieran terminales UMTS que les permita beneficiarse de las ventajas que ofrece la banda ancha en el móvil.

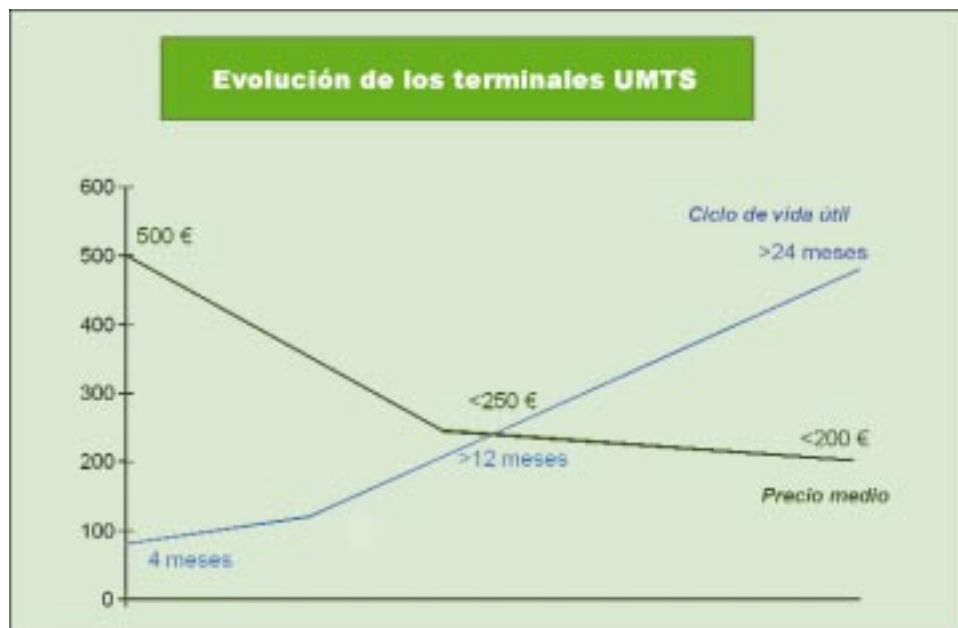


Gráfico 1

Mercados asiáticos

A nivel internacional hemos asistido al lanzamiento de UMTS, inicialmente en los mercados Asiáticos ya desde el año 2001, en donde se observó un tímido despegue de la base de clientes con terminal UMTS, siendo necesario que madurase la tecnología, que mejorasen los terminales, que hubiera despliegues de redes adecuados y que existiese la interoperabilidad de las redes para que se incrementase de manera considerable la base de clientes con terminal UMTS.

El caso Japonés y el Coreano son los ejemplos claros de la necesidad del paso del tiempo que facilite la madurez de todo lo relacionado con la tecnología UMTS para garantizar el éxito de la misma (Gráficos 2 y 3).

Si nos trasladamos al escenario europeo también hemos visto ya los lanzamientos de UMTS por parte de algunos operadores europeos, siendo los pioneros en lanzar a comienzos del 2003 Hutchinson 3G en Italia, Reino Unido y Austria, seguidos de otros operadores europeos a lo largo del año 2004.

Hutchinson 3G tiene la peculiaridad de ser un operador sólo de UMTS por

lo que es entendible su interés en haber sido el primero en lanzar en los distintos países donde tiene licencia UMTS. El lanzamiento comercial de Hutchinson 3G se ha caracterizado por ofertas agresivas de voz y datos, así como aplicar relevantes subsidios de los terminales intentando de esta forma abrirse paso en mercados donde ha de competir con tres o cuatro operadores ya establecidos con amplias bases de clientes, y en mercados de muy elevado penetración.

Mercados europeos

Sin embargo, la pauta de comportamiento del resto de operadores europeos en su lanzamiento comercial de UMTS ha presentado diferencias con el de Hutchinson 3G, ya que han sido lanzamientos inicialmente más limitados, con una gama más reducida de terminales y con subsidios del terminal que no han alcanzado los niveles dados por Hutchinson 3G, además de presentar ofertas más enfocadas a dar continuidad de GPRS. No obstante,

parece que en Europa la cartera de clientes con terminal UMTS empieza a ganar volumen una vez que va madurando la tecnología en los distintos países donde ha sido lanzado.

La conclusión después de ver el comportamiento y la experiencia del mercado asiático y por lo que se puede intuir del mercado europeo, es que para ver un crecimiento importante de clientes con terminal UMTS requiere de un período de



UMTS, estado actual



Gráficos 2 y 3

maduración de la tecnología desde el momento del lanzamiento de la misma.

Factores del éxito

Hay que tener en cuenta una serie de factores que son fundamentales para que la tecnología UMTS tenga éxito, que consisten en:

- Terminales: disponer de volúmenes suficientes de terminales con prestaciones estables y competitivas, así como precios asequibles y gamas amplias para poder ofrecer a los clientes.
- Despliegue de red: Se deberá de tener un despliegue de red adecuado al crecimiento de las carteras de clientes, y que permita alcanzar las coberturas poblacionales y territoriales de acuerdo a la demanda de nuestros clientes.
- Capacidad de los suministradores: Los fabricantes deben de disponer de capacidad suficiente para garantizarnos, a los operadores,

un despliegue que nos permita cumplir con nuestros compromisos ante nuestros clientes.

- Administración: Será necesario obtener todos los permisos necesarios de las Administraciones locales para permitir el despliegue adecuado de la red para de esta forma garantizar un servicio de calidad a los clientes con terminales UMTS.
- Interoperabilidad: Se habrá de conseguir la interoperabilidad completa entre todos los componentes (redes y terminales), de forma que consigamos

“Será necesaria la maduración de la tecnología que facilite el crecimiento de la cartera de clientes”

garantizar al cliente la experiencia de uso de los servicios de acuerdo a las expectativas por ellos generadas.

- Servicios: Los operadores deberemos de ofertar una amplia gama de servicios innovadores de voz y datos, que sean de fácil uso a través de interfaces amigables para que los clientes se sientan cómodos a la hora de utilizarlos.

Desde Amena, y teniendo en cuenta la historia de éxito que ha tenido y sigue teniendo con 2G y 2,5G, se ve el reto UMTS con optimismo tanto desde el punto de vista de la tecnología como del negocio. Aunque hay que reconocer, viendo las experiencias de otros operadores, que será necesaria la maduración de la tecnología que facilite el crecimiento de la cartera de clientes con terminal UMTS. En definitiva percibimos a UMTS como una tecnología que nos ayudará en nuestro ámbito profesional y personal a tener una vida más fácil por la movilidad de banda ancha.