

La SI y la Banda Ancha en movilidad (3G)



Francisco Román
Consejero Delegado de Vodafone España

La introducción comercial la pasada primavera de los servicios de telefonía móvil de tercera generación en España fue un paso importante para la consolidación de la sociedad de la información en movilidad en España. De forma recurrente, se oyen voces que hablan con preocupación del retraso en el ritmo de desarrollo de Sociedad de la Información en España y las consecuencias negativas que esta situación puede tener sobre el grado de competitividad de nuestro país. Estos análisis prestan especial atención al nivel de penetración de los PCs, de Internet y de la banda ancha en empresas y hogares, y a la vista de que los porcentajes de penetración son más bajos que en los países de nuestro entorno concluyen que nuestra situación es poco favorable.

Sin embargo, no siempre se incluyen en estos informes datos comparativos sobre penetración de la telefonía móvil y niveles de calidad del servicio, que pondrían de manifiesto la ventaja comparativa de España frente a países que tradicionalmente van por delante en el uso de las nuevas tecnologías como Alemania, Francia,



Bélgica, Holanda o Noruega. La amplia difusión del servicio tiene más relevancia, si cabe, cuando el despliegue de la infraestructura se ha tenido que hacer en un país con una orografía muy compleja. La telefonía móvil y la infraestructura desplegada para la prestación del servicio son un activo de enorme relevancia para el país y una excelente plataforma para el desarrollo de servicios que impulsen la adopción de la

Sociedad de la Información en España. Las empresas y las administraciones públicas deberían aprovechar este activo a la hora de diseñar sus sistemas de información o de poner en marcha los servicios de la Administración Electrónica.

Pero coincidiendo con el arranque de los servicios de 3G en España cabe preguntarse ¿cuál es la salud del

“¿cuál es la salud del sector de telefonía móvil en nuestro país?”

sector de telefonía móvil en nuestro país? y ¿cuáles son los principales factores que pueden ralentizar o acelerar la adopción de los nuevos servicios por parte de los usuarios españoles?

La buena salud del sector de telefonía móvil en España

El sector de la telefonía móvil sigue manteniendo en España un alto ritmo de crecimiento en un entorno fuertemente competitivo. De acuerdo con los datos incluidos en el Informe Anual de la CMT, la facturación total de la industria de Telefonía Móvil creció el último año en España un 18%, este crecimiento con ser significativo es inferior al de minutos de tráfico cursados en las redes de las tres operadoras que ascendió en un 24%. El fuerte aumento en el uso pone de manifiesto la creciente aceptación del móvil como vehículo de comunicación por su versatilidad y ubicuidad.

El crecimiento de la industria se produce además en un entorno de enorme competencia, sirva como ejemplo que sólo en junio de 2004 más de 200.000 usuarios cambiaron de operadora conservando su número. Pocos sectores de actividad ofrecen un grado de competencia ➔

similar, que se manifiesta en un gran esfuerzo por parte de las compañías por entender qué combinación de elementos es la que más valora un cliente a la hora de optar por una de las tres operadoras que actualmente compiten en España

En un reciente estudio, conducido por Vodafone España, se pone de manifiesto que las principales razones para cambiar de operador son, por este orden: el cambio de terminal, la complejidad de las tarifas y la calidad del servicio. La enorme relevancia que el usuario español da al cambio del teléfono móvil lleva al conjunto de las operadoras a invertir anualmente en el subsidio de los terminales entre 850 y 1.000 millones €.

Este enorme esfuerzo de las operadoras ha permitido, que de acuerdo con un reciente informe realizado por AT Kearney en 12 países, que el nivel de penetración de terminales multimedia sea en España superior al de Suecia, Italia, Francia, Estados Unidos o Canadá. Como consecuencia hay un elevado número de usuarios españoles que ya están familiarizados con los servicios avanzados de datos ofrecidos sobre 2,5G; familiarización que permitirá una adopción más rápida de 3G o, dicho de otra forma, de la banda ancha en el móvil. No existe, sin duda, ningún otro dispositivo con el que el usuario español esté tan familiarizado como con el teléfono móvil, y debemos aprovechar esta favorable coyuntura para poner al móvil en el centro del desarrollo de la Sociedad de la Información en España.

La creciente importancia de los servicios de datos en movilidad

En relación con el desarrollo de la Sociedad de la Información, resulta particularmente significativo el creciente uso del móvil para el acceso

e intercambio de datos en movilidad. En el caso concreto de Vodafone en España, durante el último año fiscal la facturación por servicios de datos aumentó un 37%. Sin duda, la disponibilidad en el mercado español de nuevas aplicaciones y servicios de datos, tanto para particulares como para empresas, han impulsado el fuerte crecimiento.

En el ámbito doméstico, Vodafone *live!* –servicio que facilita a través de un interfaz muy intuitivo el envío de MMSs, la consulta de una amplia gama de contenidos o la descarga de aplicaciones ...- ha superado ya el millón de usuarios y el uso de los servicios ha crecido de forma exponencial; así, resulta muy significativo que la descarga de juegos Java se multiplicara por cuatro en julio de 2004 frente a julio de 2003 y que el envío de MMSs lo hiciera por ocho en ese mismo periodo de tiempo.

En cuanto al uso de los servicios de datos en movilidad en el entorno empresarial, los resultados obtenidos son, también, enormemente espectaculares y tienen que ver, a mi juicio, con dos factores. En primer lugar, el desarrollo de dispositivos adecuados que como Vodafone Mobile Connect Card permiten desde un PC portátil un acceso sencillo, económico y rápido a Internet, al correo electrónico y a las intranets corporativas; y, en segundo lugar, la formación de alianzas con empresas líderes del sector de tecnologías de información que facilitan la integración de la telefonía móvil con las aplicaciones de negocio de las empresas.

“Los plazos medios legales necesarios para el logro de la licencias se han multiplicado por cuatro”

Los servicios y aplicaciones de datos de particulares y empresas tienen en común que han sido diseñados con el principal objetivo de hacer muy sencillo su uso por parte de los clientes. Esta misma filosofía es la que alienta el desarrollo de los nuevos servicios 3G, tanto de los que ya se lanzaron en el primer semestre de 2004, como los que se irán desplegando a lo largo de los próximos 12 meses.

La dificultad de despliegue de la nueva infraestructura

Sin embargo, a pesar del entorno aparentemente favorable al desarrollo de la telefonía móvil en España –amplia aceptación social del móvil y familiaridad con los servicios avanzados 2,5 G- el despliegue de 3G y la propia calidad del servicio en 2,5G están hipotecados por las enormes dificultades a las que nos enfrentamos las operadoras para el despliegue de la nueva infraestructura. Ni los numerosos informes publicados por parte de organismos nacionales e internacionales, como la Organización Mundial de la Salud, afirmando que no está demostrado el efecto perjudicial de las antenas sobre la salud, ni la creciente relevancia del móvil en la vida de usuarios y empresas han servido para que las Administraciones Públicas de España –nacional, regional y local- hayan armonizado la normativa que regula el despliegue de nuevas antenas.

Esta situación ha hecho que en numerosas poblaciones el despliegue de nuevas estaciones base esté congelado, y que los plazos medios para la concesión de licencias supere el año y medio. Asimismo, los plazos medios legales necesarios para el logro de la licencias se han multiplicado por cuatro.

Es cierto que desde la Administración Central existe la

voluntad de cambiar la situación y, por esta razón, se ha impulsado la creación de una mesa de concertación que trate de armonizar el laberinto regulatorio y que sirva de impulso al despliegue de las nuevas redes. Sin embargo, cada día que pasa sin que el problema se resuelva, se acrecienta el peligro de que España se quede también atrás en el servicio de telefonía móvil y de que no seamos capaces de aprovechar las enormes posibilidades que se abren alrededor de la banda ancha en movilidad.

LOS FACTORES DE ÉXITO DE 3G

El lanzamiento de un nuevo producto, servicio o tecnología se enfrenta siempre a enormes incertidumbres. Son muchos los casos de tecnologías muy prometedoras, que tras impulsar grandes inversiones de capital y talento, no fueron adoptadas por los mercados en la escala que inicialmente se había previsto. Los servicios 3G han despertado grandes expectativas y muchas compañías como Vodafone han apostado parte de su futuro en el despliegue y lanzamiento de los servicios de tercera generación.

La existencia de países como Japón o Corea, u otros en entornos más próximos donde los servicios 3G llevan ya años desplegados, nos ha permitido contar con excelentes banco de pruebas que permiten reducir los riesgos, desechando los modelos menos exitosos, y aprender de las estrategias que alrededor de 3G han gozado de mejor acogida por parte de los usuarios.

En los distintos mercados analizados, parece que hay un patrón común a las empresas que han tenido éxito en el lanzamiento del servicio de banda ancha en movilidad. Sus estrategias han primado: la cobertura,

la disponibilidad de terminales y el lanzamiento de nuevos servicios capaces de aprovechar al máximo las nuevas oportunidades de 3G.

La cobertura

El despliegue de las redes tiene mucho que ver con el esfuerzo inversor. Vodafone España ha anunciado ya su plan para invertir 2.880 millones de € en España desde abril de 2004 a marzo de 2009. (inversión que incluye tanto la ampliación de capacidad de los servicios 2G como el despliegue de 3G). Este esfuerzo inversor se puede, sin embargo, ver lastrado por las dificultades normativas, ya mencionadas anteriormente, que imposibilitan la creación de la infraestructura.

La disponibilidad de terminales

La disponibilidad de terminales con las prestaciones adecuadas para sacar partido de los nuevos servicios es uno de los grandes retos del sector a corto y medio plazo. La presencia global de Vodafone le permite *testar* distintos terminales en las redes de los diferentes mercados donde opera, razón por la que confiamos en contar con una gama razonablemente amplia de terminales -tanto en términos de funcionalidades como de precio- para la próxima campaña de Navidad

Los nuevos servicios

El lanzamiento, hace ahora dos años, de los primeros servicios 2,5 G para particulares -Vodafone live!- y empresas -tarjeta de datos GPRS- ha ofrecido a nuestros clientes la posibilidad de familiarizarse con los servicios de datos en movilidad. La introducción de la banda ancha en el móvil permite ofrecer servicios



multimedia más avanzados -especialmente de audio y video -, abrir nuevas formas de comunicación -como la videoconferencia- o agilizar el acceso a la información empresarial - tarjeta de datos 3G-; pero antes del lanzamiento, en el primer semestre de este año, cientos de miles de usuarios estaban ya familiarizados con nuevas formas de utilizar la telefonía móvil. Esta base de usuarios es uno de los principales activos para el lanzamiento de la tercera generación.

La oportunidad que tenemos por delante es formidable, la nueva comunicación móvil se puede afianzar como una de las principales plataformas para el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. El éxito en el despliegue del servicio depende, naturalmente y en primer lugar, de la capacidad de las operadoras para saber convertir la nueva tecnología en productos y soluciones atractivos para los usuarios; este esfuerzo demanda un enorme esfuerzo inversor. Pero, no menos importante, es la necesidad de que exista un entorno regulatorio favorable, poco intervencionista y estable que estimule la inversión. En el caso español es, además, especialmente necesario que la mesa de concertación, impulsada desde la Administración Central, tenga éxito y sirva para remover los obstáculos que impiden la instalación de nuevas estaciones base que han de garantizar la correcta prestación del servicio. La telefonía móvil es un activo del conjunto de la sociedad y puede ser uno de los grandes dinamizadores de la Sociedad de la Información, de la capacidad de las operadoras y de las Administraciones Públicas para armonizar sus intereses y aunar esfuerzos depende que, como país, estemos a la altura del reto planteado.