RCS. La necesidad de servicios móviles innovadores

José Manuel Huidobro,
Ingeniero de Telecomunicación

Los llamados OTT (Over The Top), entre los que se encuentran Google, Facebook, Microsoft, YouTube, Amazon, etc., con aplicaciones de mensajería como Whatsapp, Viber, Fring, Line, y otras muchas más, son vistos como una amenaza real a los servicios de voz y a la mensajería tradicional ofertada por los operadores móviles tradicionales, ya que al ofrecerse de manera gratuita por los primeros, les resta sustanciosos ingresos a los segundos.

La firma de análisis Ovum estima que los operadores de telecomunicaciones perdieron –dejaron de recaudar– el año pasado algo más de 10.000 millones de euros, debido a que los consumidores adoptaron aplicaciones que le permitían enviar mensajes de texto y chatear desde sus smartphones sobre las redes móviles haciendo uso de sus tarifas planas de datos, una tendencia creciente conforme el número de usuarios con smartphones aumenta.

Durante el último año los operadores han asistido al auge de WhatsApp, el servicio de mensajería que ha hecho descender su recaudación por los SMS, aunque la pérdida se ha compensado en parte por el aumento de ingresos por la banda ancha móvil. Pues bien, para hacer frente a esta situación y tratar de parar la sangría, los operadores móviles han promovido una iniciativa común –bajo la marca joyn–, a la que se han adherido ya varios, como Movistar, Vodafone y Orange en el caso de España, que la han lanzado comercialmente a finales del pasado mes de noviembre y se espera que Yoigo se una a esta iniciativa en 2014, pero también otros, como AT&T, Bharti Airtel, DT, KPN, Orascom Telecom, SFR, Telecom

«Algunos operadores de móviles han promovido una iniciativa común denominada Joyn para hacer frente al auge de WhatsApp»

Italia, TeliaSonera, Telus y Verizon Wireless. Con este lanzamiento, España se convierte en el primer país del mundo en ofrecer esta solución, completamente interoperable, que Movistar, Orange y Vodafone ofrecen a sus clientes de telefonía móvil, de momento de forma "gratuita", pero queda abierta la posibilidad de cobrar por ella en el futuro. Ahora, la gran duda es: ¿Cobrarán un cargo fijo por el uso de esta aplicación o cobrarán por cada mensaje enviado? Porque si el servicio es gratuito, entonces será una aplicación más para competir, pero si no, probablemente, fracasará.

Sabido era la intención de las operadoras por desbancar a WhatsApp. Para ello, las operadoras europeas se pusieron a trabajar en un proyecto conjunto llamado "joyn". Lo extraño de todo esto es el movimiento realizado en mayo de 2012 por Telefónica, que lanzó su propia aplicación de mensajería instantánea y VoIP, llamada "Tu Me".

El servicio joyn permite participar en chats, enviar mensajes y realizar llamadas enriquecidas con intercambio simultáneo de imágenes o videos, de una manera privada y segura, con cualquier miembro de la lista de contactos, con independencia de la red o dispositivo móvil. Otros servicios adicionales como voz sobre IP (VoIP) o llamadas de video por IP serán introducidos en un futuro próximo. Estos servicios pueden utilizarse tanto en las redes móviles como en redes inalámbricas Wi-Fi, lo que, sin duda, favorecerá su adopción, ya que cada vez son más los usuarios que utilizan sus smartphones mediante Wi-Fi cuando se encuentran en un espacio con cobertura inalámbrica –cada día más abundantes–, ya que en este caso el coste de la conexión suele ser nulo.

Inicialmente, joyn está disponible para Android (el sistema operativo con más amplia aceptación del mercado (>80% a finales de 2012), pero pronto se incorporará al resto de plataformas y se lanzará la versión para el iPhone. Los usuarios pueden bajarse joyn en las tiendas de aplicaciones, o adquirir dispositivos con la aplicación integrada, terminales que habrán superado un riguroso test de interoperabilidad y superar un proceso de certificación, garantizando la calidad, privacidad, seguridad y ubicuidad de los servicios que usarán los clientes que lo adopten.

«El servicio Joyn permite participar en chats, enviar mensajes y realizar llamadas enriquecidas con intercambio de imágenes o vídeos»

COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS

El comportamiento de los usuarios está cambiando conforme proliferan los smartphones y se introducen nuevas aplicaciones, sobre todo entre el público más joven, que es el más receptivo a introducir cambios y experimentar con nuevos entornos. En este proceso tienen mucho que ver los nuevos planes integrados de tarifas que promueven el uso de los datos y, así, se produce una migración de las aplicaciones de voz a las de datos, que se puede apreciar fácilmente, pues mientras los ingresos por servicios de voz de los operadores móviles están cayendo, por el contrario, los correspondientes a los de datos, en casi todos los países, están aumentando.

El negocio tradicional de los operadores –la voz– se está viendo seriamente afectado y, además, los operadores móviles están perdiendo el control de la "cadena de valor" frente a la entrada de los nuevos agentes, los OTT, por lo que se han visto obligados a tomar alguna iniciativa, como puede ser el lanzamiento de joyn. Por ejemplo, el reciente aumento en los volúmenes de mensajes WhatsApp (>2.000 millones diarios) está planteando un serio desafío para los operadores móviles de todo el mundo, pero también presenta nuevas oportunidades. Así, para los operadores en los mercados emergentes, WhatsApp puede llegar a ser un socio valioso, puesto que en los mercados de bajos ingresos los consumidores suelen comprar teléfonos de prepago sin planes de datos y la creciente popularidad de esta aplicación puede persuadirlos a optar por ellos, lo que ayudaría a los operado-

res a incrementar sus ingresos (ARPU / *Average Revenues Per User*).

Frente a la pérdida de negocio causada por la irrupción de los OTT, los operadores tienen varias alternativas, bien tratar de contrarrestar su efecto mediante la oferta de nuevos servicios con mejores precios y mejora en la calidad de su red y servicios asociados, ya que son ellos los que posen el control extremo-a-extremo de la misma, o bien pactar alianzas con los OTT para participar en el negocio, algo que no siempre es fácil y resulta complicado. En cualquier caso, es necesario acometer una redefinición del negocio, como es la que está llevando a cabo en España Telefónica, con la creación de Telefónica Digital que ya cuenta con 5.000 empleados, para impulsar los nuevos negocios en el mundo digital. En cualquier, caso los operadores tienen que administrar de forma proactiva la transición a la comunicación IP, de la misma manera que se llevó a la transición de fijo a móvil, incluso si esto requiere la pérdida de parte de algunos de sus servicios, como puede ser el de voz.

SERVICIOS DE COMUNICACIONES ENRIQUECIDOS

RCS-e (*Rich Communication Suite*-mejorada) es la nueva tendencia en las comunicaciones móviles personales. Para los consumidores, ofrecerá una experiencia más allá de voz y SMS, poniendo a su disposición la mensajería instantánea o chat, compartir vídeos en vivo y la transferencia de archivos a través de cualquier dispositivo homologado, en cualquier red, con cualquier persona en su libreta de contactos. Y lo bueno es que para implementar RCS, los usuarios no necesitarán descargar ninguna aplicación en sus teléfonos móviles, pues éstos ya vendrán configurados, aunque inicialmente si tendrán que hacerlo hasta que los fabricantes de terminales vayan incorporando esta aplicación de serie en todos y cada uno de los dispositivos que salgan al mercado, ya sean teléfonos móviles, smartphones o tablets. .

Para los operadores, RCS-e es una propuesta de negocios convincente, que presenta nuevas formas de utilizar los activos y capacidades existentes para ofrecer servicios de comunicaciones innovadores y de alta calidad. De este modo, favorecerán el fortalecimiento de la relación con sus clientes y las oportunidades de aprovechar mejor los ingresos procedentes de las comunicaciones personales avanzadas, que cada día toman más impulso gracias a las redes sociales.

RCS-e se basa en el éxito universal de la norma GSM de 2ª generación para móviles, y es una oportunidad para los operadores de mejorar y ampliar su cartera de productos y servicios. Construye sobre la proposición principal del operador: la ubicuidad, la fiabilidad y alcance pero, sobre todo, va a ayudar al operador a mantener su papel como "el proveedor de comunicaciones de elección" a los ojos del cliente. Ahora bien, existen ciertas dudas acerca del éxito de RCS-e, pues llega al mercado muy tarde, cuando las aplicaciones de los OTT ya se han consolidado ampliamente, y puede que no logre cambiar las preferencias de los usuarios, además de que no todos los operadores móviles lo soportan.

El lanzamiento del servicio joyn forma parte del conjunto de iniciativas alrededor del estándar RCS, definido por los operadores de telecomunicaciones para evolucionar sus servicios tradicionales de voz y mensajería a un nuevo entorno de comunicaciones universales enriquecidas sobre la voz, el vídeo y la mensajería. Sin embargo, al contrario de lo que muchos puedan pensar, los SMS seguirán siendo más populares que las aplicaciones de mensajería móvil, al menos durante los próximos cinco años. Pese a la subida de WhatsApp, y otras aplicaciones de los OTT, los SMS seguirán dominando el tráfico de mensajería móvil y los ingresos hasta al menos 2016, según un estudio publicado por la firma Informa Telecoms & Media, que pronostica que los operadores móviles ingresarán un total de 540.000 millones de euros por el envío de mensajes cortos entre 2011 y 2016. No obstante, los ingresos de los operadores por SMS se verán sometidos a presión, –en torno a un 10% de disminución de ingresos cada año– algo menos de lo que cabría esperar ante el arrollador auge de las otras aplicaciones de mensajería instantánea.

«El lanzamiento del servicio pretende evolucionar los servicios tradicionales de voz y mensajería a un nuevo entorno de comunicaciones universales»

Al implementar joyn podría parecer que los operadores van a cargarse una de sus principales fuentes de ingresos, como son los SMS, pero lo que realmente están haciendo es tratar de reconducir la situación e incluir la mensajería y otros servicios dentro de su esquema de tarifas integradas, para así tratar de hacer frente a la competencia. RCS es una iniciativa muy importante de la comunidad de operadores para competir más eficazmente con los OTT.