

Para promover el Hogar Digital conozco pocas iniciativas tan convincentes como las del COITT. Concretas, completas, realizables, económicamente acotadas y oportunas. Pero es tanto lo que podemos ganar si el Hogar Digital se acelera entre nosotros que no serán ociosas todas las insistencias posibles.

Desde perspectivas un tanto laterales vaya una insistencia más.

# EL ACCESO ABANDONADO, EL CLIENTE ABORRECIDO Y EL HOGAR DIGITAL

José María Vázquez Quintana.

*Doctor Ingeniero de Telecomunicación*

**D**os son las cuestiones que quiero tratar ahora. De un lado, el acceso a las redes y servicios de comunicaciones electrónicas. De otro, la importancia de rescatar al cliente aborrecido.

He sido ingeniero y ejecutivo del monopolio durante 39 años y regulador de la liberalización de las telecomunicaciones durante otros 7. Alguna responsabilidad me cabe, tanto en lo que se hizo en telecomunicaciones en esos años como en lo que no resolvimos bien.

No hemos resuelto bien el acceso. Hubo acceso universal en el monopolio telefónico, hubo acceso universal para la radio y la televisión difundidas y se acabó. No supimos resolver el acceso universal a los servicios y redes informáticas primero ni a Internet ahora. Con un mal acceso, mal progresará la generalización de los servicios y posibilidades nuevas.

Si nos referimos a las redes de telefonía fija, el tramo de acceso consume las dos terceras partes de la inversión y algo más en su mantenimiento. Los nuevos medios de gran capacidad que tanto han reducido los costes unitarios, fibra óptica y las nuevas modalidades de múltiplex, encajan como un guante en las redes de tránsito en las que se agrupan las comunicaciones de muchos, pero ¿quién justi-

fica llevar una fibra a cada hogar, sólo para sus comunicaciones?

Y en efecto, liberalizamos la telefonía fija como último bastión del monopolio y todo el que quiso se presentó en el mercado, pero nadie puso un euro en redes para el acceso generalizado. El acceso no era negocio.

Cuando los operadores nuevos y antiguos construyeron algo fue en redes de tránsito, baratas y fáciles de tender sin pedir tanto engorroso permiso para abrir las calles de cada población hasta llegar a cada hogar. Tuvimos competencia y todos sus beneficios en redes de tránsito y en los servicios de larga distancia, pero el acceso de la red telefónica fija, la gran red de cada país, se quedó como estaba.

Por su parte, las redes de telecomunicaciones por cable en España van cubriendo el acceso con parsimonia y con solvencia, pero para que alguien se decidiera a invertir en estas redes fue necesario que se viera protegido frente a una competencia demasiado viva. Hicimos concursos para cada demarcación territorial de telecomunicaciones por cable en las que se hacía concesión a un solo candidato. Con la perspectiva de un monopolio parcial, hubo quien se animó, invirtió y sigue haciéndolo. Donde llegan estas redes se ofrece un buen acceso para

cualquier tipo de comunicación, pero tardará en quedar cubierto el territorio.

Los servicios móviles fueron regulados antes de establecerse el régimen legal que liberalizó las telecomunicaciones en Europa. Cada operador debía establecer su propia red, al contrario que en telefonía fija. Asignamos un espectro de radiofrecuencias justito para las necesidades previstas, con lo que cabían muy pocos operadores en cada país europeo. Estos plantearon el negocio con el acierto de que la parte más cara del acceso y la de más corta vida, el terminal móvil, iba por cuenta del usuario, aunque los operadores le subvencionaran a cambio de alguna fidelidad. Y tuvieron la suerte de partir de precios fijados con generosidad por los gobiernos para el primer operador y regulados luego por un juego de competencia entre dos o tres operadores sobre un mercado absolutamente desbordante. En este negocio nunca hubo problemas con el acceso que pudieran deberse a reticencias a la hora de invertir. Pero es aún un acceso pobre de capacidad y caro para lo que se necesita en otros servicios.

El acceso también se resolvió en radio y televisión por el simple expediente de hacer que lo más caro de él corriera a cargo del usuario, el receptor de radio



omnipresente y el televisor que desalojó al patriarca del sitio preferente en todo hogar feliz. Pero no resuelve la comunicación individual en ambas direcciones.

Internet no ha resuelto el acceso, ni siquiera lo ha intentado. Esa parte difícil ha quedado para otras iniciativas, y ahí están pugnando radios y televisiones digitales complementadas con vías de retorno, bucles de abonado a la telefonía fija dotados de ADSL, las promesas de la tercera generación de móviles, la acometida de energía eléctrica complementada también, sistemas de distribución sin hilos (LMDS, MMDS) y los nuevos cables de fibra y coaxial que van conquistando afanosamente hogar tras hogar. Entre medias, la iniciativa muchas veces del particular y siempre de ajenos a los operadores profesionales que buscan en las radios libres de gran capacidad y alcance limitado la forma de dar definitivamente el salto desde su terminal a la Red: Bluetooth, Wifi, Wimax.

Demasiadas opciones como para creer que el acceso está resuelto o en vías. Tenemos un problema.

Si se extiende el Hogar Digital, agregar acceso a los equipamientos domésticos que ya estarán dotados de capacidad para interconectarse será cosa de poco. Es concebible que la malla de conexiones entre terminales próximos abriera las posibilidades de comunicación de principio a fin sin necesidad de otras redes, pero en todo caso sólo quedaría salvar la escasa distancia, apenas unos cientos de metros, desde cada terminal y desde cada hogar a un punto en el que confluyan decenas o centenares de ellos. En ese punto se po-

drá ya buscar el entronque con medios de transporte de gran capacidad y muy eficientes. La malla de comunicaciones de corto alcance entre terminales domésticos, resuelta por los propios usuarios al margen de los operadores, resolverá de paso el tramo que más ha inhibido hasta ahora el desarrollo franco de todas las posibilidades de las comunicaciones y, consecuentemente, de las TIC. Sin olvidar que el acceso rehuido por los operadores es, sin embargo, la llave para dominar el mercado, y que si los propios usuarios lo resuelven, dominarán cómo y a quién confían sus comunicaciones externas. ¿Cambiará el modelo de negocio?

El otro problema importante es el de la atención al usuario. Con la repugnancia por las redes de acceso, los operadores han asumido la tradicional repugnancia de todo proveedor hacia su cliente una vez que le ha vendido algo. Pocas funciones hay tan mal tratadas como los servicios de reclamaciones y los de posventa en todos los sectores y, a la caída del monopolio, este sector se ha instalado en esa misma cultura.

Cierto que todo MBA que se precie pondrá el acento en la importancia de satisfacer a los clientes, de mejorar lo que el cliente espera a lo largo de su relación, de no perderlo una vez conseguido. Tan inútil como las exhortaciones de predicadores bienintencionados. Con excepciones notables (móviles, televisión de pago, o aquellos vendedores que devuelven realmente el dinero si el cliente no queda satisfecho) el ciudadano, en cuanto se apunta como cliente de cualquiera, es reducido a un triste papel mendicante.

La atención al cliente mejora muy despacio en todos los sectores. En comunicaciones, aquellos que estaban siendo servidos por el monopolio, con poca satisfacción por su parte, se han visto trasladados a un régimen en el que la responsabilidad del operador único se ha difuminado entre varios operadores y en el que todos, nuevos y viejos, se han apresurado a parapetarse tras servicios expulsados de la misma entraña de su responsabilidad, en una forma peculiar de *externalización* de las relaciones que ha resultado muy efectiva para esquivar al aborrecible cliente y una fábrica infalible de irritación.

Salvo para clientes empresariales, en que apuntan buenas maneras de algunos operadores, la única fórmula que se ve para la generalidad de la población sigue siendo la espera paciente, ya de siglos desde aquel «vuelva usted mañana», hasta que la cultura general de los servicios mejore lentamente acercándose a lo que dice la doctrina que debe ser la atención al ciudadano o al cliente. Tenemos un problema.

El Hogar Digital acude nuevamente a socorrer la esperanza del usuario común. Tenga el usuario el dominio y la responsabilidad de los equipamientos, ricos en funciones, que poblarán su hogar, que no le será ya difícil imponer su criterio sobre quién y cómo le servirá en la prolongación de sus comunicaciones. Si el equipamiento terminal asume el grueso de las funciones necesarias, como se promete, poco tendrán que resolver las redes de los operadores y serán escasas aquellas incidencias cuya resolución escape a las posibilidades de acción directa del usuario. La capacidad del usuario para decidir se habrá potenciado en la forma en que el automóvil enriqueció las posibilidades del viajero frente al ferrocarril, pero sin riesgo de atascos que en telecomunicaciones parecen perfectamente evitables.

Sin duda, se trata de un modelo de negocio diferente del que gusta a las mentes planificadoras, y la mía no está libre de ese pecado, pero ante la falta de pulso de los oferentes de servicios a la hora de resolver con vigor la situación de rechazo del cliente, venga el equipamiento propio del usuario, rico en funciones.

Venga cuanto antes y cuanto mejor dotado el Hogar Digital. Daremos el gran salto. ●