

Para promover la banda ancha

Patricio Arrau
Presidente Gerens
(Columna diario la Tercera, 23/10/04)

Las nuevas tecnolog3as de la informaci3n y de las comunicaciones (TIC), sustituyen y desaf3an modos tradicionales para acceder a servicios financieros y de ahorro, televisi3n, cine, telefon3a fija, arriendo de video, medios informativos, compras y ventas de productos, medios de pago para las transacciones de bienes y servicios, tramitaci3n de servicios de gobierno, servicios de educaci3n y salud, etc., que a su vez contin3an creciendo a tasas aceleradas. Las TIC se constituyen tambi3n en una transformaci3n en la funci3n de producci3n de diversos tipos de servicios, tales como promoci3n del turismo, diagn3sticos m3dicos, “back-office” de bancos y servicios financieros, b3squeda y contrataci3n de personal, consultor3as diversas, tramitaci3n de servicios p3blicos (E-Government), servicios portuarios o de gesti3n log3stica, etc. En general, la gran mayor3a de las actividades econ3micas han sido de una u otra forma transformadas por la fuerte irrupci3n de las TIC y por ello que se habla en propiedad de la Revoluci3n de la Tecnolog3as de la Informaci3n y Comunicaci3n.

Mientras m3s se invierta en ancho de banda, m3s r3pido llegar3n a los consumidores y a los sectores productivos los beneficios econ3micos de esta revoluci3n. Asimismo es conveniente destacar que esta revoluci3n es extraordinariamente integradora y favorable para los “pequeños”, en especial para los consumidores, pequeas empresas y grupos en sectores y localidades remotas, dado que les permite acceder a redes e informaci3n a bajo costo, algo a lo que anteriormente s3lo pod3an acceder grandes empresas y sectores privilegiados. Dado que las inversiones en ancho de banda en redes ya establecidas de diverso tipo no tienen caracter3sticas de monopolio natural, la entrada de nuevos actores en negocios asociados anteriormente a bases de datos y registro de clientes se hace cada vez m3s f3cil. Hoy usar el computador como mecanismo de “promoci3n” y “publicidad” esta al alcance de cualquier potencial entrante.

Hace poco tiempo atr3s, las diversas redes ten3an un uso exclusivo. Los pares de cobre para la telefon3a fija, el cable coaxial para la televisi3n pagada, una parte de la frecuencia radioel3ctrica para televisi3n abierta, otra para telefon3a m3vil y otra para usos particulares. Todo ello ha cambiado en pocos aros con la digitalizaci3n de las redes. Si el video, o cualquiera de estos servicios, llega por pares de cobre, sat3lite, red celular o cable coaxial es irrelevante desde el punto de vista del consumidor final. As3, puede afirmarse que la “convergencia tecnol3gica” genera la capacidad de distintas tecnolog3as de entregar paquetes integrados de servicios que compiten entre s3. Mientras m3s se invierta en banda ancha m3s se acelerar3 este proceso de convergencia, donde el protocolo IP a nivel de usuario es probable que se imponga por la diversidad de servicios que entrega al consumidor final.

El vertiginoso avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones cambia también los paradigmas regulatorios. El fenómeno de la convergencia de las tecnologías ha puesto en cuestión la regulación del tipo “open access” o desagregación de redes. Esta última consiste en abrir las redes de los operadores dominantes para introducir competidores que utilizan dichas redes y ofrezcan servicios sobre ellas. Sin embargo se produce un desincentivo a nuevas inversiones, especialmente en banda ancha, cuya expansión se ha tornado en el nuevo objetivo público de los reguladores.

Surge así un nuevo paradigma regulatorio, la promoción de la competencia tipo “facility-based” o competencia de plataformas. Dado que crecientemente los mismos servicios pueden ofrecerse en diversas plataformas tecnológicas, estimular la competencia de plataformas permite la expansión y penetración de todos los servicios en todas las plataformas, en condiciones de creciente amplitud de banda. Una vez que las redes están tendidas, las inversiones en banda ancha no tienen las características de monopolio natural, por lo que los servicios TIC se pueden ofrecer en mercados competitivos.

Los enormes beneficios económicos para consumidores y empresas de la expansión de los servicios TIC en un ambiente de la banda ancha son claves para la inserción del país en el competitivo mundo de hoy. Se requiere una rápida puesta al día de los paradigmas regulatorios.