

# EN RIESGO, LA TELEFONÍA TRADICIONAL

► La nueva tecnología de comunicación por voz vía Internet ofrece, entre otras ventajas, reducir costos

**Con VOIP no importa dónde se encuentre el interlocutor, a qué distancia esté de la otra persona ni cuánto tiempo hable**

ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT  
/THE ECONOMIST

Vonage, Skype, Net2Phone, 8X8: por ahora no son precisamente nombres familiares. En contraste, Time Warner y Verizon en Estados Unidos, y BT en Gran Bretaña, son casi universalmente conocidas, si no siempre amadas. ¿Qué ocurriría si estas firmas —una banda de advenedizas especializadas, las gigantescas compañías de cable y los tradicionales titanes de las telecomunicaciones— fueran a trenzarse en una batalla global para ofrecer una nueva tecnología de comunicaciones que sin duda remplazará a la más utilizada actualmente?

Eso es lo que está a punto de ocurrir. Según Global Advertising Strategies, consultora de mercadeo, en los próximos meses se desencadenarán “guerras de marca”, cuando la tecnología de comunicaciones en cuestión, llamada “protocolo de voz por Internet” (VOIP, por sus siglas en inglés) pase “de una etapa de recién llegado a una de mercado mayoritario temprano”. Las consecuencias de esta migración —que volverá obsoletas las redes telefónicas tradicionales— son enormes.

El VOIP permite enviar conversaciones de voz (o de video, para el caso) como paquetes digitales por medio de redes de datos como Internet, junto con los e-mails y el tráfico de red. Contrasta con las llamadas telefónicas tradicionales, que requieren un circuito específico para conectar a los interlocutores en ambos extremos. Como el servicio VOIP se basa en software, más que en la tradicional estructura telefónica física —los correos de voz, por ejemplo, entran al buzón de e-mail y pueden guardarse y reenviarse—, pone de cabeza a toda la industria de las telecomunicaciones por dos razones.

En primer lugar, mientras la telefonía tradicional toma en cuenta geografía, distancia y tiempo, el VOIP “acaba con los tres”, señala Michael Powell, regulador de telecomunicaciones de Estados Unidos. En la mayoría de los casos, para un interlocutor por VOIP no tiene importancia dónde se encuentra, a qué distancia está de la otra persona ni cuánto tiempo

hablan. Los teléfonos VOIP pueden tener números telefónicos tradicionales, pero siguen funcionando dondequiera que estén, siempre y cuando tengan conexión de Internet de banda ancha. Muchas madres de Delhi, India, tienen teléfonos Vonage con el código de área estadounidense 650 para hacer llamadas “locales” baratas a sus hijos que radican en Silicon Valley, California.

En segundo lugar, VOIP separa los dos componentes de la telefonía antes interconecta-

minoristas, para concentrarse en su oferta de VOIP. “Vonage canta victoria porque porta el suéter amarillo en la tercera etapa del Tour de Francia”, comenta Hossein Eslambolchi, jefe tecnológico de AT&T. “Les garantizo que nosotros lo llevaremos en la etapa 21.”

Pero en tanto Vonage, AT&T y otras por el estilo libran guerras de precios y características entre sí, por encima del hombro miran a las compañías gigantes de cable, como Time Warner, Cablevisión y Fox, que también

sus redes para soportar video, a modo de poder ofrecer el paquete de tres servicios.

¿Aplastarán los gigantes de cable y telecomunicaciones a los pioneros especialistas? Cyrus Mewawalla, del bufete de asesoría en inversiones Westhall Capital, con sede en Londres, sugiere que los ocupantes de nichos, como Vonage, incapaces de ofrecer paquetes de servicios, “perecerán”. Sin embargo, también los gigantes tienen sus debilidades. Las compañías de cable están limitadas a atender a



Las llamadas telefónicas tradicionales podrían en poco tiempo pasar a la historia, debido al avance de la tecnología

dos: acceso a la red (mediante un cable que entra en la casa, por ejemplo) y servicio (la capacidad de hacer y recibir llamadas). Tradicionalmente los dos se ofrecían juntos. Con VOIP se puede comprar acceso de banda ancha a una empresa y servicio telefónico a otra, o incluso a una compañía ubicada en otro país.

Los consumidores tienen tres opciones generales al cambiar a VOIP. La primera es ir con una de las pioneras especialistas en esta tecnología. En Estados Unidos el líder indiscutible es Vonage, con sede en Nueva Jersey. Fundado hace tres años, cuenta ahora con 300 mil clientes y añade 80 mil cada trimestre, según su jefe, Jeffrey Citron. En esta saturada categoría, en forma un tanto irónica, está AT&T, remanente del antiguo monopolio estadounidense de las telecomunicaciones, que este año dejó de vender servicio telefónico ordinario a clientes

impulsan con fuerza servicios VOIP. La gran ventaja de las empresas de cable es que ya tienen muchos clientes, ya sea para televisión o Internet de banda ancha, o para los dos. Ahora tratan de convencer a sus clientes de suscribirse a un tercer servicio, la telefonía, que puede prestarse por los mismos conductos mediante VOIP. Los clientes reciben la conveniencia de una sola cuenta por el “paquete de tres servicios”.

## Dinosaurios en evolución

Mientras, los dinosaurios de la voz —baby bells\* estadounidenses como Verizon y Qwest, y organizaciones nacionales como British Telecom y Korea Telecom— tienen un arranque tardío en impulsar el VOIP. Estas empresas tienen millones de clientes de telefonía tradicional, y algunas venden acceso de banda ancha mediante líneas telefónicas sobrecargadas de “suscriptor digital” (DSL). Muchas mejoran

clientes dentro de sus territorios geográficos, y sólo pueden ofrecer números de esas regiones. Por lo regular los teléfonos VOIP suministrados por esas empresas no pueden transferirse a un proveedor diferente de Internet en otro lugar del mundo. La portabilidad es lo que hace a los especialistas en VOIP tan populares entre estudiantes y viajeros de negocios, que pueden llevar sus números telefónicos a todos lados. Por tanto, las firmas de cable carecen de la característica más atractiva del VOIP, que es ser totalmente global y desarraigado, señala Sandy Miller, de la empresa británica 3i, operadora financiera que ha invertido 27 mdd en Vonage.

Las firmas de telecomunicaciones tienen un problema diferente. Aunque desarrollan servicios de VOIP, detestan tener que hacerlo, porque los márgenes de utilidad del VOIP son mucho más bajos que los de servicios

**¿Aplastarán los gigantes de cable y telecomunicaciones a los pioneros especialistas?**

telefónicos tradicionales. En palabras de Global Advertising Strategies, “cambiar un cliente de telefonía regular a VOIP se traduce en perder hasta 10 dólares mensuales en ingresos” por usuario. En otras palabras, estas firmas preferirían que VOIP no existiera, porque les gusta el modelo tradicional de negocios. Ofrecen VOIP de no muy buena gana, para evitar perder clientes. Entre tanto, emplean su arma acostumbrada —pleitos legales sobre reglamentaciones— para tratar de impedir su adopción. Además, hoy casi todas las conexiones de banda ancha del mundo son enlaces fijos ofrecidos ya sea por empresas telefónicas o de cable. Pero en el próximo par de años un puñado de nuevas y prometedoras tecnologías inalámbricas, de las cuales la más conocida es WiMax, comenzarán a cubrir vastas regiones con acceso a banda ancha a través de las ondas del aire.

Será un gran beneficio para los consumidores, quienes podrán dar la vuelta al duopolio de las empresas de telecomunicaciones y de cable sobre la banda ancha. También ayudará a las especialistas en VOIP al combinar los beneficios de éste con la conveniencia de la movilidad inalámbrica (por lo menos en regiones con cobertura inalámbrica de banda ancha). Vonage y otras ya trabajan con vendedores de equipo para fabricar equipos móviles basados en tecnología Wi-Fi de corto alcance, para uso en hogares y oficinas, los cuales deben estar en el mercado el año próximo. En 2006 podrían venir los equipos WiMax. Citron asegura que, si puede mantener su liderazgo hasta que llegue WiMax, hará morder el polvo a sus rivales de cable y telecomunicaciones.

¿Quiénes serán los mayores perdedores? No las empresas de telecomunicaciones de línea fija, aunque sus ingresos podrían reducirse en 25 por ciento hacia 2010 a causa del VOIP, según Mewawalla. Lo más probable es que sean los operadores de telefonía móvil, cuyos ingresos caerán 80%. Juntos, el VOIP y la banda ancha podrían socavar fatalmente sus costosas redes de tercera generación (3G).

En suma, el VOIP trastorna todo el panorama de las telecomunicaciones. A medida que los consumidores se vuelcan sobre Internet para hacer llamadas baratas, toda una industria debe encontrar formas de convertir el VOIP de amenaza en oportunidad.

\* Se conoce con este nombre a las empresas que surgieron de la desintegración del monopolio estadounidense AT&T (NdeIT)

FUENTE: EIU/INFO-E