

El futuro de los servicios basados en las telecomunicaciones: los intereses del usuario y las estrategias de los operadores y proveedores de servicios*

(The future of the services based on telecommunications: the user's interests and the strategies of operators and services suppliers)

Mesa redonda

Moderador: Javier Echeverría Ezponda, *Instituto de Filosofía, CSIC*

Eliseo Sánchez, *Telefónica I+D*; Eloy López Para, *Euskaltel*; Roberto Beitia, *Sarenet*; Gérard Jaureguiberry, *France Telecom*; Juan José Goñi, *Ibermática*

[BIBLID \[1136-8834 \(1998\), 11, 7-24\]](#)

* En su caso se incluyen los resúmenes o esquemas del trabajo presentado por los participantes en sus respectivas intervenciones.

ROBERTO BEITIA

En su breve exposición SARENET planteará cuales son los efectos que está generando un servicio muy concreto, Internet, en cuanto al uso y ventajas que de él están obteniendo empresas e individuos. Se comentarán los siguientes asuntos: las repercusiones culturales que tiene el acceso generalizado a los sistemas de información global vía Internet, una visión futura de este tipo de servicios en diferentes segmentos de aplicación (doméstico y empresarial) y el papel a jugar por los agentes implicados: proveedores, operadores, legisladores, etc.

GERARD JAUREGUIBERRY

L'action de France Télécom pour le développement de la société de l'information

Le développement et la diffusion de nouveaux usages, sont au coeur de la stratégie d'entreprise de France télécom, parce qu'ils conditionnent le développement de son activité et parce qu'ils touchent à son rôle d'entreprise de services. L'action de France Télécom s'ordonne autour des 4 axes suivants: le déploiement d'un réseau de télécommunications sur tout le territoire; un engagement important, notamment dans le cadre du programme "Autoroutes de l'information"; la définition d'une offre de services complète; une volonté d'entreprise qui se concrétise; par des initiatives pour mieux intégrer les nouvelles technologies dans l'enseignement et la formation et par des partenariats locaux.

Le développement et la diffusion de nouveaux usages, de nouveaux services, permettant de concrétiser les potentialités de la société de l'information, sont au coeur de la stratégie d'entreprise de France Télécom, pour deux raisons essentielles:

- d'abord, parce qu'ils conditionnent le développement de son activité, dans un contexte de concurrence totale où l'anticipation des besoins, le soutien à l'émergence d'usages, la diversification des offres sont des avantages concurrentiels décisifs.
- ensuite, parce qu'ils touchent à son rôle d'entreprise de services, soucieuse d'apporter sa contribution au développement des territoires, les nouvelles technologies pouvant jouer un rôle majeur et nouveau.

1. Introduction

Un rappel du contexte français:

- l'ouverture à la concurrence: elle sera totale à partir du 1.01.1998; à cette date, le service téléphonique au public, dernier service en monopole, sera libéralisé.
- un service public consolidé: France Télécom est chargé des missions de service public et à ce titre, il a l'obligation de desservir tout le territoire pour un certain nombre de services: le téléphone, le RNIS, les liaisons louées, ...

Pour le téléphone, cette obligation s'accompagne d'une péréquation tarifaire, interdisant de discriminer les tarifs sur des bases géographiques.

- des baisses tarifaires importantes: en deux ans, les tarifs des communications nationales auront été divisés par deux et ce mouvement devrait s'amplifier.

- l'émergence de la société de l'information dynamisée par:
- l'appel à projets du gouvernement français «Autoroutes de l'information», destinée à faire émerger de nouvelles technologies et de nouveaux usages.
- l'explosion d'Internet, dans un pays marqué par le succès du Minitel, apparu au début des années 1980 et qui a permis un très fort développement des services en ligne. Aujourd'hui, 15 millions de français pratiquent quotidiennement les services en ligne et le commerce électronique.

2. Les quatre axes d'action pour le développement de la société de l'information.

- le déploiement d'un réseau de qualité, intégralement numérisé. Le RNIS (réseau numérique à intégration de services) est disponible sur tout le territoire et le support de nombreuses applications de téléservices, intégrant la voix, les données et les images; télétravail, télé-médecine, télé-enseignement ...
Ce réseau est aussi capable de répondre aux besoins d'entreprises ou de grandes collectivités publiques de transport d'informations à très hauts débits: constructions dans les zones d'affaires de boucles fibre optiques, déploiement du réseau ATM ...
- l'expérimentation de nouvelles technologies et de nouveaux usages dans des domaines marchands et non marchands, dans le cadre notamment du programme «Autoroutes de l'information», impulsé par le gouvernement français.

Quelques exemples:

- l'expérimentation dans deux villes de techniques de type ADSL qui devraient permettre d'offrir sur le réseau actuel des accès à Internet à moyen ou haut débit et des services audiovisuels interactifs.
- l'ouverture d'un service d'accès à Internet sur les réseaux câblés de télé-distribution, ce type d'accès ayant un double avantage: un coût unitaire indépendant de la durée, la possibilité d'accès à haut débit.
- Une offre de services très complète.
Sans vouloir être exhaustif et avec le souci de coller au thème de cette journée «la société de l'information», je citerai deux exemples de cette offre:
- l'offre «SMART ESPACE», qui s'adresse à des collectivités locales qui entendent miser sur les téléservices, pour le développement des territoires. Cette offre permet de les accompagner, de l'élaboration du projet jusqu'à la mise à disposition auprès des acteurs locaux, de services innovants, pouvant concerner: l'enseignement et la formation, la santé et la médecine, la communication citoyenne, les services aux entreprises.
- l'offre multimédia avec: WANADOO, second fournisseur d'accès Internet en France, le kiosque micro, qui permet l'usage d'Internet à la durée, la sortie annoncée pour 1998 d'un terminal simple et économique, intermédiaire entre le minitel et le microordinateur, permettant d'accéder à la fois aux services minitel et aux services Internet.

L'objectif de France Télécom est de dynamiser et commercialiser des services multimédia accessibles par tous les réseaux exploités par le groupe: réseau téléphonique, RNIS, ADSL, télédistribution par câble, satellite.

- une volonté d'entreprise, liée à sa qualité d'acteur du développement local, de mettre la société de l'information à la portée de tous. Cette volonté se concrétise:
- par des partenariats locaux, mettant les nouvelles technologies au service des politiques locales de développement: par exemple, projet de développement d'un territoire rural en ARDECHE basé sur les nouvelles technologies et le développement d'applications de téléformation, de télé-médecine, d'appui aux petites entreprises.
- par des initiatives pour mieux intégrer les nouvelles technologies dans l'enseignement et la formation: France Télécom est prête à s'engager fortement dans cette politique marquée par l'urgence: une communication de la Commission Européenne indiquait l'an passé que 60% des écoles du nord de l'Europe étaient reliées à un réseau d'information. La proportion était, en France de 2%. Même si des progrès ont pu être faits depuis lors, l'écart reste énorme.

Sans entrer dans le débat culturel et sociologique des rapports entre enseignement et technologie, il apparaît clairement que l'école doit fournir à tous les enfants, sur tout le territoire, la possibilité de maîtriser les outils d'acquisition du savoir dont ils auront besoin dans leur vie professionnelle et civique, et répondre au besoin de formation continue tout au long de la vie.

Nous savons aussi que ces nouveaux outils peuvent donner à des jeunes en difficulté l'occasion de se reprendre et de reprendre confiance en eux-mêmes.

C'est pourquoi France Télécom a proposé au monde de l'éducation un partenariat global, valable sur l'ensemble du territoire, et fondé non seulement sur une offre tarifaire adaptée aux besoins, mais aussi sur la mise en oeuvre de nos savoir faire dans l'hébergement de sites internet, l'accompagnement des créateurs de service, la familiarisation des enseignants et des élèves aux nouvelles technologies.

JUAN JOSE GOÑI ZABALA

La renovación de los procesos de negocio basados en las tecnologías de la información y las telecomunicaciones (T.I.C.)

El continuo proceso de transformación social se está viendo altamente afectado en los últimos años por las innovaciones surgidas en el terreno de las Tecnologías de la información y de las Telecomunicaciones (T.I.C.). El crecimiento de las posibilidades que ofrecen el almacenamiento, proceso, distribución y acceso a la información, abren nuevas perspectivas a las empresas, cara a cambiar sus formas de hacer e incluso de ser. La Telemática plantea nuevas oportunidades que van mucho más allá de la aplicación de la informática convencional. Con la apertura hacia el exterior, las empresas pueden pensar en nuevos escenarios de trabajo, en nuevas formas de comercializar y en nuevos productos y servicios. Tecnologías tales como, Internet, la telefonía móvil, la teleconferencia, el correo electrónico, la televisión por cable y otras, abren la imaginación para la mejora radical de los procesos vigentes e incluso para la creación de otros nuevos, con significativas ventajas respecto a los modos de hacer actuales y con altos potenciales para agregar más valor cara a los clientes.

El continuo proceso de transformación social se está viendo altamente afectado en los últimos años por las innovaciones surgidas en el terreno de las Tecnologías de la Información y de las Telecomunicaciones (T.I.C.). El crecimiento de las posibilidades que ofrecen el almacenamiento, proceso, distribución y acceso a la información, abren nuevas perspectivas a las empresas, cara a cambiar sus formas de hacer e incluso de ser.

La Telemática plantea nuevas oportunidades que van mucho más allá de la aplicación de la informática convencional. Con la apertura hacia el exterior, las empresas pueden pensar en nuevos escenarios de trabajo, en nuevas formas de comercializar y en nuevos productos y servicios. Tecnologías tales como, Internet, la telefonía móvil, la teleconferencia, el correo electrónico, la televisión por cable y otras, abren la imaginación para la mejora radical de los procesos e incluso para la creación de otros nuevos, con significativas ventajas respecto a los modos de hacer actuales y con altos potenciales para agregar más valor cara a nuestros clientes.

Aún valorando su capacidad, estos medios tecnológicos no garantizan en sí mismos el éxito empresarial. A su alrededor existen un conjunto de personas organizadas en empresas, que son los realizadores finales de dichas mejoras para lograr beneficios en el servicio o en los productos que demandan los Clientes. En esta segunda faceta, que llamamos la "Tecnología blanda", es donde se libra la batalla del éxito, ya que en la aplicación de la tecnología la fase última y definitiva es la asimilación y explotación de la misma. Es muy probable que el éxito esté siempre asociado al factor humano y por ello vamos a facilitar algunas guías para organizar y plantear los cambios requeridos en los procesos de negocio.

Una primera cuestión que surge cuando nos planteamos estos temas es cómo llevar adelante el proceso de identificar esos escenarios futuros en lo que la Telemática puede ofrecernos grandes oportunidades. Nuestra recomendación consiste en integrar equilibradamente dos vertientes hoy suficientemente conocidas como son la Reingeniería de Procesos y la Tecnología Telemática (Informática Telecomunicaciones). La primera nos aporta la visión de los cambios y la Telemática los instrumentos que la posibilitan.

Son pues en definitiva tres los factores a integrar en este devenir del cambio: los procesos, la tecnología y las personas, siendo necesario un progreso armónico y coherente en los tres aspectos.

En lo que se refiere a la aplicación de la informática en los procesos, podemos afirmar que en muchas organizaciones los procesos ya tienen un grado importante de soporte informático, en forma de aplicaciones convencionales. Este nivel de aplicación ha permitido un avance notorio en la productividad y en la agilidad operativa, respecto a situaciones anteriores, pero hay que destacar que en este momento se presentan nuevas oportunidades a nuestro alcance.

Para desarrollar los objetivos citados, debe existir un método que se aplique de forma específica en detectar oportunidades y diseñar proyectos de mejora del negocio basados en la aplicación de la Telemática -uso extensivo de redes de comunicaciones y ordenadores-.

Como en todo proceso de cambio y renovación de este tipo es necesario contar con una conciencia real de la necesidad del cambio y con una decisión sólida respecto a la forma en que se va a realizar el cambio organizativo, cultural, tecnológico y de competencias en la empresa. Este apartado de la gestión del cambio debe ser tratado en profundidad al inicio

de los proyectos en base a determinar las barreras del cambio e impulsar las acciones necesarias para su resolución.

Las tecnologías que forman parte del nuevo escenario tecnológico en el que se van a ir desarrollando las futuras soluciones que la Telemática aplicará sobre los procesos de negocio son:

- Redes de Empresa - Telecomunicaciones
- Tratamiento de la imagen
- Herramientas de Productividad Personal
- Realidad Virtual

- Herramientas de Tratamiento Masivo de Información
- Comunicación Electrónica
- Gestión Documental
- Work-Flow - Flujos de Trabajo
- Internet / Intranet / Extranet

Estas tecnologías disponibles se enmarcan en un escenario más amplio en el que Tecnologías, Aplicaciones y Tendencias organizativas se irán aplicando de forma progresiva en busca de un mejor aprovechamiento de la información en todos los procesos de valor añadido, tanto en el sector público como en el privado.