

Luis Ezcurrea

Director general de Desarrollo de Servicios de Telefónica Móviles España

En un momento de crisis en el sector, como el actual, es importante acercarse a quien tiene las claves del futuro inmediato, en capítulos tan fundamentales como cual va ser el futuro de GPRS, GSM y, cómo no, UMTS. Por ese motivo, José Manuel Huidobro, director de BIT entrevista a Luis Ezcurrea, que ocupa un puesto estratégico en el operador principal como director general de Desarrollo de Servicios de Telefónica Móviles España.

“Al consumidor no se le vende la tecnología, sino sus beneficios”

A lo largo de la conversación, muestra su preocupación por la necesidad de lograr un desarrollo armónico y amplio de las Sociedad de la Información y comenta las capacidades de GPRS, como algo más que una tecnología de transición. Todo ello, aderezado con un amplio optimismo a medio plazo para el desarrollo de las tecnologías de la información y su significación social.

BIT. Estudiaste telecomunicaciones hace ya veinticinco años, has pasado por diversas empresas del sector. Pero seguro que la escuela te dejó alguna huella.

Fue una época estupenda y, si será verdad que me dejó huella, que hasta hace relativamente poco todavía soñaba que no había terminado la ca-

rrera. Pero fue una experiencia maravillosa, eran unos años llenos de futuro y posibilidades. Y como anécdota te diré que mi proyecto fin de carrera trataba sobre una red celular que utilizaba para comunicarse un tren que iba desde Madrid al Escorial. Desde entonces, ya la telefonía celular me llamaba mucho la atención.

BIT. Entonces era inimaginable que la tecnología evolucionara tan rápido ¿se va a mantener este ritmo de cambio constante?

Creo que sí, que es imparable. Vamos a seguir viendo cambios y ofertas continuas. Lo que se va a ir poniendo en el mercado es muy atractivo para el consumidor y hay una hipersensibilización respecto a los productos y servicios de las →

“Compartimos con NTT DoCoMo que el terminal es parte de la plataforma de acceso a los servicios multimedia”



nuevas tecnologías de la información. Antes llegaban sin avisar pero ahora todos, consumidores y profesionales, lo esperamos con expectación.

BIT. ¿Cuál fue tu primer trabajo?

Estuve cinco años en General Electric, luego en una empresa española pequeña que trabajaba con una contrata de Telefónica y en el año 86 empecé en Siemens. En aquél momento yo estaba en telecomunicación. Era el momento del *boom* de los PCs y mi actividad estaba en telecomunicaciones, no en informática. Pero, curiosamente, la primera experiencia que hubo de distribución de Pcs se hizo desde telecomunicaciones. De aquella época lo que me queda es el recuerdo de un mercado de telecomunicaciones casi exclusiva-

mente profesional, orientado a las grandes empresas y a las pymes. La relación tanto con Telefónica como sin ella, se producía de una manera muy distinta a la de ahora.

BIT. Desde allí pasas a Motorola, como máximo responsable para todos los sistemas de telefonía móvil, prácticamente en sus comienzos ¿cómo lo recuerdas?

Era fascinante. Fue todo un privilegio estar cuando empezaba. Eramos casi “evangelizadores”, en el sentido de querer convencer de la utilidad de la telefonía móvil cuando sólo la utilizaba la elite, unos 50 o 60.000 abonados. Entre el 94 y el 95, cuando se empieza a extender la tecnología GSM por Europa, todavía no nos creían cuando hablábamos de que iba a ser

un producto al alcance de cualquiera.

BIT. Las previsiones que se hacían en el 2000 eran de 10 millones, sin embargo estamos en 33 millones. ¿Cómo viviste aquella primera experiencia de la Expo 92 de Sevilla?

Participé directamente, algunos de los terminales que se utilizaron eran de Motorola pero el 92 los dos únicos países que contaban con redes GSM eran Alemania y en Portugal. Ya entonces tuvimos la oportunidad de hacer pruebas y tener experiencias en todo lo que era el recinto ferial de la Expo de Sevilla. Pero eran experiencias significativas desde el punto de vista tecnológico y muy poco desde el punto de vista funcional. Incluso, la calidad de las comunicaciones era peor en digital que en analógico. Faltaba mucho para conseguir una buena calidad.

BIT. En el 95 lanza Telefónica el servicio comercial, Airtel obtiene la licencia y ya se trata de conseguir usuarios, mejorar cobertura ¿cómo fue para los fabricantes?

Aquel momento fue de una tensión fortísima porque sabíamos que había que crecer rápido y poner los medios. La tecnología no había sido terminada, quedaban facetas de la especificación no acabadas. Los equipos, sobre todo los terminales eran relativamente primitivos, pero había que trabajar con ello. Desde finales de los 80 habíamos oído hablar de GSM, lo vimos hacer en el 92 y empezar a desarrollarse en el 95 en España, y todavía la tecnología estaba muy limitada. La gran diferencia entre aquello y hoy con UMTS es que no era de conocimiento público.



“ Las iniciativas para desarrollar la SI se están limitando casi al desarrollo de la penetración de Internet”



El proceso fue muy parecido a este, desde que la tecnología parece que está resuelta hasta que es un hecho, pasa un tiempo. UMTS no se va a retrasar más de lo que se retrasó GSM. En aquél momento, en Alemania se calculaba una pérdida de un millón de marcos diarios solamente como consecuencia de la financiación del despliegue de red de D2, que no podía operar por la falta de terminales. No se podían lanzar al mercado porque no había equipos de medida de laboratorio para poder hacer pruebas de homologación. Aquello duró prácticamente un año. En situaciones parecidas, UMTS añade a las complicaciones iniciales el del coste de licencias.

BIT. La lucha por ganar mercado hizo que los terminales se ofrecieran a un coste muy inferior ¿fue acertado?

Si lo fue, era la manera más eficaz de invertir en el crecimiento del servicio. El modelo de negocio de subvención era bajar barreras para que el usuario tuviera fácil el acceso y pudiera crecer el mercado. Al haber un crecimiento más rápido antes llegan los retornos por el servicio. Se hizo en casi todos los países, menos en Italia donde se asumió un modelo de no subvención, es la única excepción. El hecho es que el número de clientes se desarrolló también allí. Pero lo que hicimos los demás sigue siendo un modelo válido porque la penetración se realizó muy rápida y con resultados que superaban todas las previsiones.

BIT. Como Director General para Desarrollo de Servicios, cargo que ocupas desde hace casi dos años ¿cuáles son las claves del sector?

La clave es disponer de productos y servicios que sean convenientes para el consumidor, tanto privado como profesional. Que sean convenientes para él, que le gusten o le diviertan o le hagan falta, que esté dispuesto a pagar por ello y que, de las alternativas que tiene, la nuestra sea la más razonable. No es una cuestión de tecnología. Al consumidor no se le puede vender la tecnología, sino sus beneficios. Lo que si es cierto es que la tecnología es el medio para conseguir beneficios, pero el usuario puede sufrir una reacción contraria porque, al no entender qué le aporta la tecnología, tome una reacción de riesgo. En otros sectores, el periodo de maduración de las tecnologías es más lento, lo que permite que el consumidor se encuentre más cómodo al tomar decisiones, sin tantas prisas.

BIT. El éxito del GSM es indudable por el pre-pago y los mensajes cortos ¿van hacia el público joven exclusivamente?

El pre-pago se concibió como fórmula para facilitar el acceso a nuevos usuarios, sin hacer contrato. Eso les abrió el camino a los jóvenes y la mensajería corta vino con ello. Hasta entonces, la telefonía móvil era más propia de empresas que de particulares. El precio por minuto era más alto pero se garantizaba que había un retorno de los gastos de captación de ese cliente. Este descubrió que el mensaje corto siempre costaba lo mismo, 25 pesetas, y le diferenciaba del resto al crear un mecanismo de comunicación muy grupal. Nuestros ingresos por ese capítulo rondan el 10 por ciento. El 13-14 por ciento son por el total de datos. El SMS se diseñó para un entorno profesional para po-

der transmitir mensajes utilizando canales recursos reducidos. Se convirtió en medio de comunicación de masas y es una mecanismo de comunicación de empresas porque es muy fiable.

Su éxito tiene que ver con aspectos racionales como cuánto cuesta, lo fiable que es y lo emocional: me comunico de manera divertida con un entorno propio. Esto encaja y se refuerza con la mensajería multimedia, que pilla una imagen, le pongo música o texto y se la mando a otro. Esa parte emocional es la que interviene como novedad pero eso no significa que sea la evolución lógica de la tecnología.

BIT. Hablemos de Movilforum, iniciativa de Telefónica dirigida a otras empresas.

Estamos entusiasmados con el resultado. Es una caja de resonancia de actividades, de desarrollos, de productos de una serie de empresas, con aplicaciones prácticas muy concretas de la telefonía móvil para resolver problemas en el mundo de la empresa, para mejo- ➔

rar productividad y demás. Es un intercambio de tecnologías de empresas grandes con pymes, a nivel nacional. Se trata de compartir ideas, tecnologías y recursos para sacar más partido a la telefonía móvil y desarrollar las iniciativas.

BIT. ¿Estamos en una fase de transición hacia la tercera generación: tenemos GPRS, WAP..?

Nosotros pensamos que el protocolo WAP ha funcionado, tenemos siete millones de clientes registrados de los que un millón y medio accede de forma regular a nuestro "portal" que es un menú Movistar *e-moción*. El hecho es que se sobre vendió WAP como el acceso a la internet móvil, pero el mecanismo no funcionó. Pero de ese millón y medio de usuarios que usan contenidos y servicios de Movistar *e-moción*, muchos usan tecnología GPRS pero no lo saben. No hay servicios GPRS como tales, es una tecnología para transmisión de datos y la gente la utiliza. En el contexto privado es para acceder a Movistar *e-moción* y en el profesional para acceder a la Intranet de tu empresa. Tenemos unos 30 millones de sesiones al mes. Muy pocos operadores en el mundo están siendo capaces de generar ese tráfico. Otra posibilidad de GPRS es para la descarga de juegos. Esta va a ser la tecnología mayoritaria para las descargas y accesos, por lo que no se quedará en tecnología de transición únicamente.

BIT. Próximamente, realizáis el lanzamiento de *i-mode* ¿no creará confusión en los usuarios?

Intentamos que no, el plan está diseñado para evitarlo. La diferen-



cia de este lanzamiento es que no vamos a utilizar la marca *i-mode*, sino a integrarla en el concepto *e-moción*. Ofrecemos al cliente el acceder a contenidos en *e-moción* mucho más ricos, gracias a esta tecnología. Vamos a "ocultarla" al usuario para no confundirlo. Si ve en un anuncio que puede mandar fotos, podrá acceder a ello a través de *e-moción* con un teléfono determinado y se tratará de una nueva versión de *e-moción*.

BIT. ¿Cada nuevo servicio y aplicación exigirá un nuevo terminal?

Es un concepto que compartimos con DoCoMo, el terminal es parte de la plataforma de acceso a los servicios multimedia. En algunos terminales poner un mensaje corto es fácil pero en otros no. El terminal es decisivo para facilitar los servicios al usuario privado o de la empresa. Es un elemento más para nosotros. En GSM y GPRS damos por aceptado que todos los terminales puedan interoperar entre sí. Eso es fácil con voz, pero deja de ser tan sencillo con otro tipo de servicios. Mientras la interoperatividad entre los termi-

nales no esté garantizada y haya masa crítica para poder comunicarse, no se podrán llevar a cabo ciertos servicios. La videotelefonía, por ejemplo, no será masiva hasta que haya centenares de terminales con esta capacidad.

BIT. El lanzamiento comercial de UMTS es el 2004 ¿qué planes tenéis?

Desde el punto de vista de infraestructuras tenemos instaladas las estaciones base comprometidas que rondan las 800, que garantizan la cobertura en una zona con un perfil pequeño para la que tenemos en el resto de las tecnologías. Pero lo importante es que en las plataformas de servicios, lo que estamos haciendo en gran parte con tecnologías de acceso GSM y GPRS, va a ser válido para tecnologías de acceso de 3G. Gran parte de la red de datos se mantiene y la capacidad de conectarlas ya existe. A finales de año tendremos las primeras pruebas piloto con unos pocos miles de usuarios de las plataformas de servicio, sobre todo para ir haciendo el rodaje.



BIT. ¿Y respecto a los terminales?

Estamos pidiendo a los fabricantes que nos anticipen las muestras que correspondan para los test de validación y de interoperatividad. Es muy interesante constatar que hay ya una segunda generación de terminales UMTS por lo que significa de evolución y mejora.

BIT. Se ha creado un plan de promoción de UMTS, de acuerdo con distintas escuelas de telecomunicación ¿De qué se trata?

En Telefónica Móviles, queremos dar cabida a ingenieros que están completando su formación para que tengan oportunidad de hacerlo con nosotros. Es un proyecto nuevo, del que no tenemos datos todavía, pero que es muy positivo.

BIT. El sector está viviendo una crisis fuerte ¿hay algún signo de recuperación, hemos tocado fondo?

Sigo pensando que los negocios de las comunicaciones móviles tienen un gran potencial de crecimiento y que se va a cerrar la crisis pronto. Lo que pasa es que las últimas tensiones que afectan a todo el planeta no lo favorecen. Los buenos indicadores son que las compañías grandes han completado ya sus procesos de adaptación a esta nueva situación y empieza a haber informes de beneficios de algunas empresas, por segundo trimestre consecutivo. Las pérdidas son mayoritariamente pérdidas contables por amortización rápida, bien de concesión de licencia o de otras inversiones asociadas. Pero todas las grandes operadoras estamos dando buenos

resultados ahora. Salvo catástrofes imprevistas, en el 2004 con todo el despliegue de UMTS, se verá subir a la industria.

BIT. Se habla mucho de Wi-Fi ¿Os vais a posicionar en esta tecnología?

La realidad es que en inglés se llama inalámbrico a *Wi-Fi*, a la capacidad inalámbrica de movilidad, pero son conceptos radicalmente distintos. El contexto de movilidad es distinto del inalámbrico que lo que hace es sustituir el cable. No son capacidades complementarias ni sustitutivas, sino diferentes. En *WiFi* no se dan las garantías de seguridad, o de protección del entorno móvil. Desde el punto de vista del operador, puesto que hay iniciativas públicas para dar cobertura *Wi-Fi* para resolver esa faceta inalámbrica de que hablamos, aportamos nuestras capacidades más importantes en la cadena de valor . identificar al cliente, facturarle, cobrarle, facilitar la relación con él y darle *roaming* entre distintos sistemas. Pero no vamos a hacer un despliegue de infraestructuras, no es tecnología de acceso desde el punto de vista radio que sea comparable.

BIT. Cambiando de tema ¿cómo ves a los telecos de nueva generación?

Son mucho más especializados que nosotros, con una visión marcada de lo que quieren hacer con su carrera profesional, nosotros éramos más románticos. También éramos más generalistas, pero hoy la tecnología ha evolucionado en el sentido de la especialidad.

BIT. ¿Qué papel crees que le corresponde al COIT en esta sociedad cambiante, con tan-

to protagonismo de las telecomunicaciones?

La contribución del COIT es fundamental porque es el único foro, después de la escuela, que cuida los intereses del teleco en su acercamiento de la tecnología, en el intercambio con el mundo de la empresa y demás. Animaría al COIT a que influyera fuertemente a los órganos institucionales y gubernativos para que contemple las distintas facetas de las tecnologías de la información y telecomunicaciones móviles, Las iniciativas para desarrollar la SI se están limitando casi al desarrollo de la penetración de Internet . Son iniciativas monolíticas. Y hay que enfocarlo de una forma amplia, promocionar Internet sólo no es suficiente. El COIT puede aportar mucho como depositario de las nuevas tecnologías y como crisol de las relación entre las empresa y las instituciones.