



Quién es quién en telefonía móvil: Telefónica Móviles

En el panorama cambiante de las telecomunicaciones, es conveniente fijar las coordenadas de la oferta, ahora diversificada. Si en nuestro número anterior os ofrecimos la apuesta de Airtel como segundo operador de telefonía móvil, en este conoceremos la situación que Telefónica Móviles ocupa en el mercado, sus planes, su organización...

Telefónica Móviles: El imperio contratataca



En mayo de 1995 el volumen de nuevos clientes de telefonía que optaron por un teléfono móvil fue superior, por primera vez, en la historia de España a los que contrataron un teléfono fijo convencional. Para Agosto de este año, los 294.500 nuevos clientes que Telefónica Móviles, había acumulado desde enero suponían el 52 por ciento de los nuevos clientes de telecomunicaciones, sobrepasando a los 271.500 nuevos abonados que había conseguido en el mismo periodo su compañía matriz. Este hecho histórico supone el punto de inflexión en el mercado español de telecomunicaciones y será una constante a partir de ahora en el futuro hasta aproximar el número de clientes, móviles al de clientes fijos alrededor del año 2010, fecha en la que se prevé que existan 18 millones de usuarios de telefonía en España.

La compañía que ostenta la mayor responsabilidad en esta evolución histórica es Telefónica Móviles, filial de la operadora tradicional para todos los servicios de comunicaciones móviles. Telefónica Móviles está presidida por Luis Lada y desde el 3 de octubre pasado se enfrenta al reto de mantener una competencia en servicios de voz con otra compañía.

Telefónica Móviles tiene cinco líneas de negocio: la telefonía celular digital GSM, que explota con el nombre comercial de MoviStar; la telefonía

analógica denominada MoviLine; la radiobúsqueda, a través de la filial Mensatel, Radio Red, cabecera de un grupo de ocho compañías regionales que prestan servicios de telefonía móvil en grupo cerrado o trunking, y la prestación de infraestructura para la telefonía fija de acceso celular.

DIMENSION

El negocio de telefonía móvil dentro de Telefónica está llamado a ser un gigante de las telecomunicaciones españolas. Ya en este ejercicio sus magnitudes son suficientemente importantes como para suponer cerca

El ritmo de crecimiento siempre ha ido por delante de las previsiones más optimistas

del diez por ciento del negocio total de la compañía operadora. Sin embargo, Telefónica Móviles aún no es titular del negocio ni de los activos. La burocracia ha retrasado el proceso de traspaso de las licencias y de los activos de telefonía móvil analógica y digital desde la matriz Telefónica a la filial Telefónica Móviles, aunque los directivos de la compañía confían en para finales de 1995 esté totalmente con-

cluido el traspaso. Es decir que para 1996, las licencias de operación de los servicios, los activos -las redes- sobre los que se prestan, los clientes y los ingresos corresponderán enteramente a Telefónica Móviles.

En cualquier caso, este negocio supondrá en 1995 alrededor de 120.000 millones de pesetas de facturación, de los que los clientes móviles aportaron unos 85.000 millones, frente a los casi 50.000 millones obtenidos en 1994. En esta cifra del negocio se incluyen los ingresos MoviLine -la inmensa mayoría- y MoviStar; así como los ingresos por tráfico fijo móvil por los servicios de infraestructura para la telefonía rural fija, la radiobúsqueda y el trunking. El beneficio neto para este ejercicio será cercano al veinte por ciento sobre ventas, es decir algo superior a los veinte mil millones de pesetas. Para 1996 las cifras son aún más espectaculares, con una previsión de crecimiento de los ingresos del cuarenta por ciento, para situarse en unos 175.000 millones de pesetas. A más largo plazo las previsiones comienzan a ser muy difíciles.

Una de las características de la evolución de Telefónica Móviles en los dos últimos años ha sido la dificultad

Pasa a página 47



Sede de Telefónica Móviles, en Madrid

para predecir el ritmo de crecimiento, que siempre ha ido por delante de las previsiones más optimistas. Si a comienzos de este año, con 412.000 clientes, se esperaba que el ejercicio concluyese con 680.000 abonados, en junio ya se hablaba de 800.000, y ahora se espera que el año acabe con más de 900.000 usuarios.

LA EMPRESA

Telefónica Móviles es una filial al 100% de Telefónica. Aunque en un principio Telefónica había llegado a un pacto con Argentaria para que esta tomara hasta un diez por ciento del capital de su filial de móviles, operación a la que se unieron las otras dos entidades integrantes del núcleo duro de Telefónica -La Caixa y el BBV-, al parecer esta opción se ha descartado, como ya han declarado públicamente los responsables de Argentaria, BBV y Telefónica. La intención de la operadora española podría ser la de esperar hasta que la realidad del mercado otorgue un mayor valor a su filial de móviles y posteriormente estudiar la posibilidad de una colocación en bolsa, sin descartar la entrada de alguna otra compañía multinacional del sector con

la que se alcanzara un acuerdo de intercambio de participaciones. No hay que olvidar que dentro del grupo Telefónica existen ya operaciones de telefonía móvil en Argentina, Chile, Perú, Colombia, Venezuela, y Rumanía, que podrían interesar sustancialmente a otros operadores con ambiciones globales.

La operación de traspaso de licencias y activos desde Telefónica a Telefó-

La intención de la operadora española es esperar hasta que la realidad del mercado otorgue un mayor valor a su filial de móviles y estudiar la posibilidad de una colocación en bolsa

nica Móviles, se realizará por medio de una ampliación de capital no dineraria -es decir en la que no se aportará dinero sino activos industriales y tecnológicos-

Una vez concluido todo el proceso de traspaso, a finales de este año, Telefónica Móviles tendrá unos activos estimados en alrededor de 170.000 millones de pesetas, y unos recursos propios que podría situarse entre 65.000 y 70.000 millones de pesetas, lo que le convertiría, por sí misma, en una de las grandes empresas españolas. Pero estas grandes magnitudes continuarán creciendo rápidamente. No hay que olvidar que Telefónica Móviles habrá invertido a finales de este año unos 90.000 millones de pesetas, es decir veinte mil millones más que los que se habían previsto a comienzos del ejercicio. Según el presidente de la compañía, Luis Lada, a finales de este año la inversión histórica acumulada en las redes de telefonía móvil de Telefónica será de unos 200.000 millones de pesetas.

Para el futuro, las previsiones continúan siendo muy importantes a pesar del gran esfuerzo realizado en los últimos años. Así, Lada estima que las inversiones en la red y en los elementos de gestión y control se elevarán a una cifra estimada entre 200.000 y 250.000 millones de pesetas adicionales durante los próximos cinco años, es decir entre 1996 y el año 2000, lo que supone un ritmo anual de 40.000 a 50.000 millones. Durante los dos primeros años -1996 y 1997- el ritmo de inversión superará los 60.000 millones de pesetas y durante los dos últimos, 1999 y 2000 descenderá por debajo de los 40.000 millones.

RED COMERCIAL

El hecho de que Telefónica Móviles explote a la vez dos servicios diferentes de telefonía móvil, MoviLine y MoviStar, le ha llevado a tener dos conceptos diferenciados de comercialización. Desde mediados de 1994, MoviLine adoptó una línea de masifica-

EDAD DE LA PLANTILLA

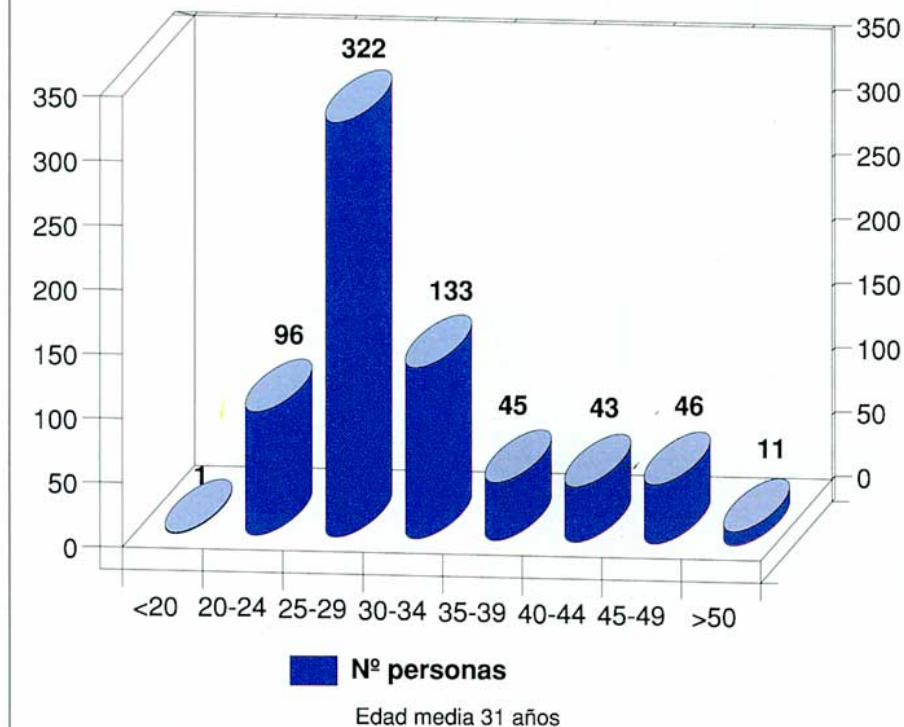


Gráfico 1

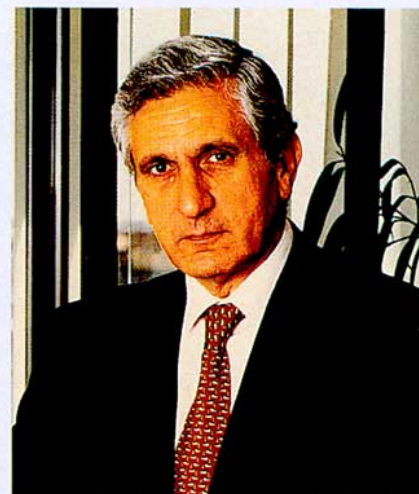
ción en la distribución, que ha llevado a Telefónica Móviles a lograr que el servicio esté disponible en unos 4.200 puntos de venta en toda España, con unos seiscientos entre los que se encuentran absolutamente todas las grandes superficies y cadenas de electrodomésticos como El Corte Inglés, Pryca, Continente, Alcampo, Eroski, Tien 21, Expert, Master e Ivarte.

Desde que el pasado 25 de julio la Administración permitiera a Telefónica abrir el servicio GSM MoviStar, la compañía ha incorporado también tal y como ha impuesto su competidor Airtel, el concepto de distribuidor exclusivo. Para ello ha diseñado el concepto de tiendas MoviStar. Se trata de tiendas que utilizan un abanderamiento exclusivo de MoviStar, concebido estéticamente por el diseñador catalán Joan Costa en su empresa CIAC. Se trata de un nuevo concepto de comercialización que Telefónica Móviles pretende implantar entre su red comercial para fidelizar al canal de distribución y presentar una imagen

unificada ante el cliente, de una forma similar al concepto de gasolineras abanderadas entre los distribuidores de productos petrolíferos. El nuevo diseño de tienda es modular y adaptable a diferentes tamaños de local, incluyendo todos los elementos, desde los exteriores fachadas, ilumina-

MoviStar está evaluando la posibilidad de contar con una red de tiendas propias que sirvan de marco de referencia en los principales mercados de España

ción- a los elementos interiores - mobiliario, expositores. Por ahora, el número de estos distribuidores, que sólo venden el servicio MoviStar, es limitado -una cincuenta a finales de



FÉLIX IVORRA, DIRECTOR GENERAL COMERCIAL Y DE OPERACIONES DE TELEFÓNICA MÓVILES

"COMPARTIMOS LA CADENA DE VALOR CON LA RED DE DISTRIBUCION"

Félix Ivorra, director general Comercial y de Operaciones de Telefónica Móviles es uno de los históricos de la compañía, ya que ocupa cargos directivos en ella desde que Telefónica decidió segregar en una filial la actividad comercial dentro de los móviles. Antes de eso, Ivorra ha pasado toda su vida profesional en la compañía operadora ocupando diversos puestos de responsabilidad. Ivorra es un convencido de que el éxito de la telefonía móvil en España a lo largo de los dos últimos años ha pasado por la entrada de nuevos canales de distribución.

noviembre- pero crecerá rápidamente. Según Félix Ivorra, director general comercial de Telefónica Móviles, para finales de año se alcanzarán 125 tiendas que pueden elevarse a unas cuatrocientas antes del verano que viene. Por el momento, alrededor del 90 por ciento de los 4.200 puntos de venta de MoviLine son también distribuidores de MoviStar, pero sólo una fracción son distribuidores exclusivos. Sin embargo, a finales de noviembre la incorporación de tiendas exclusivas

"Nuestro compromiso es con el canal de distribución. Y les hemos asegurado al medio centenar de distribuidores que mantenemos -que controlan a su vez alrededor de 4.200 puntos de venta- que les vamos a permitir ganar dinero aunque cambien las condiciones de mercado"

¿Qué medidas se han tomado para asegurar la rentabilidad de los distribuidores?

Las principales son las incentivadoras para el alta. Poco antes del verano los distribuidores ya no ganaban dinero apenas con la venta de terminales debido a la gran competencia que existía en precio. Por eso se han creado nuevos contratos de distribución en los que se otorga una cartera sobre los ingresos que genera cada abonado al distribuidor que realizó el alta. Eso implica que se le asignan unos recursos crecientes -entre el 4% y el 5% del recibo del usuario- que permiten al distribuidor hacer frente a una serie de gastos generales y que permitirán que sobreviva el canal profesional frente a la competencia de las grandes superficies. Es lo que se llama compartir la cadena de valor con la red de distribución, algo que además pretendemos que pueda hacerse extensivo a otros servicios de Telefónica, además de la telefonía móvil. Además, también estamos consiguiendo que este sector empiece a pensar en términos de largo plazo lo que dará estabilidad a la red de ventas externas.

¿Qué diferencias principales mantiene en la estrategia comercial frente a Airtel?

abanderadas de Movistar se incrementaba a un ritmo de unos veinte establecimientos semanales

TIENDAS PROPIAS

Además de las tiendas abanderadas, Movistar está evaluando la posibilidad de contar con una red de tiendas propias que sirvan de marco de referencia en los principales mercados de España, tal y como ya existen en Madrid y Bar-

Una de las principales es que nosotros no vamos a tener una gran red de tiendas propias. De ahí se deriva también que las acciones comerciales y de promoción que realizamos se pongan en marcha básicamente a través de nuestros canales comerciales. Es lo que ha ocurrido con la campaña de Navidad, en la que hemos invertido conjuntamente con los distribuidores unos seiscientos millones de pesetas. Pero nosotros no obligamos a dar una oferta y homogénea a todos, sino que podemos unas condiciones generales que cada distribuidor puede aplicar a reforzar aquel aspecto de su oferta que considere necesario. Por eso puede haber tantas ofertas diferentes como distribuidores.

Desde su perspectiva al frente de Telefónica Móviles, ¿cómo puede describirse el momento actual de entrada en competencia?

La composición actual de Telefónica Móviles es un coctel muy interesante. Por una parte, hay un sector amplio de la compañía que procede de la propia Telefónica y de filiales de su grupo, como yo mismo aunque siempre hemos estado en áreas de vanguardia. Aportamos una cultura de servicio al cliente y de conocimiento tecnológico. Luego está la gente joven recién entrada que trae su frescura y su entusiasmo y además contamos con la experiencia de otro tipo de personas que proceden de sectores en los que han estado acostumbrados siempre a una competencia muy intensa. ■

celona. Esta red estará muy limitada en el número ya que apenas se tratará de una docena de emplazamientos aprovechando aquellos sitios en los que las oficinas de Telefónica Móviles coinciden con buenos emplazamientos comerciales. Además, también se ha anunciado que muchos de los actuales distribuidores de Movistar y Moviline serán a partir del año próximo distribuidores de los productos y servicios de la compañía matriz, Telefónica, de forma semejante a como ya lo está

siendo El Corte Inglés, que ha iniciado una prueba-piloto en su recientemente inaugurado centro de Mallorca. Con este proyecto Telefónica pretende incrementar sustancialmente la presencia entre la población de sus tradicionales oficinas comerciales

Además de la modificación en los canales de distribución, la llegada del servicio digital Movistar también ha supuesto una modificación en las relaciones con los distribuidores. Ahora, los canales de comercialización apenas encuentran negocio en la venta de terminales, ya que la guerra de precios que se ha establecido ha reducido drásticamente los márgenes de los comerciantes. La mayor parte de los ingresos proceden de las comisiones pagadas por el operador -Telefónica Móviles y Airtel- por cada alta al servicio conseguida. Aunque las condiciones varían considerablemente en función del volumen de altas mensuales conseguidas, se estima que cada distribuidor recibe en torno a 15.000 pesetas del operador por cada nuevo cliente que se da de alta en el servicio en su establecimiento. Además, Movistar implantó el pago de una cartera al distribuidor -que luego se ha hecho extensivo a Moviline- que depende del tráfico que realice el cliente que se dió de alta en su tienda, en un mecanismo similar al de los agentes de seguros. Aunque también en este caso el porcentaje recibido se incrementa en función del volumen de altas, la media podría rondar el 4% de los ingresos mensuales que Telefónica Móviles obtiene de cada abonado por el servicio Moviline y el 5% en el caso de Movistar. Estos dos factores han hecho que el volumen de altas que obtenga cada distribuidor determine fundamentalmente su rentabilidad, lo que está llevando a un proceso de concentración acelerado, con la creación de figuras semejantes a centrales

de compra en el canal de distribución de MovilLine y Movistar.

Según las previsiones de Ivorra, de los casi 600 distribuidores actuales del servicio que tienen relación directa con Telefónica Móviles, en los próximos años se habrá pasado a una cifra de unos doscientos, y no porque disminuya el número de distribuidores o puntos de venta, sino porque se agruparán en centrales de compra, más fuertes y con mayor capacidad de negociación, que serán los nuevos interlocutores del operador

NUEVOS SERVICIOS

El paquete Movistar Básico lanzado en julio incluía además del servicio principal de voz las facilidades adicionales de itinerancia internacional, desvío de llamadas, buzón de voz, servicios de mensajes cortos ter-

Según previsiones de los casi 600 distribuidores actuales del servicio, en los próximos años se habrá pasado a una cifra de unos doscientos porque se agruparán en centrales de compra

minados en el móvil (recepción de mensajes), restricción de llamadas controladas por el cliente, indicación de llamada en espera y retención de llamadas.

- Desde el pasado 15 de noviembre el Movistar Básico incluye, además, la consulta al buzón de voz Movistar desde el extranjero. Esta posi-

ESTRUCTURA DE PERSONAL

La plantilla de Telefónica Móviles será a finales de 1995 de 1628 empleados, de los cuáles 48 pertenecen RadioRed, 80 a Mensatel y 348 son los contratados a través de Estratel, Kyad, Sintel y otros.

Teniendo en cuenta que Telefónica Móviles cuenta con dos redes diferentes en servicio, y con que a esa fecha tenía que atender a más de 900.000 clientes, lo que demanda una gran cantidad de personal. De hecho, alrededor de un tercio de la plantilla total está dedicada a labores de atención directa de los clientes.

En cuanto a su cualificación profesional, un 25% son titulados superiores. Los ingenieros superiores de Telecomunicación constituyen el grueso de esta cifra, el 40% de la cifra total de licenciados superiores y el 10,5% de la plantilla han cursado esta carrera. A continuación aparecen los licenciados en Ciencias Físicas -cuarenta en total- y los Economistas, que también suponen otros cuarenta empleados, existen otros veinte empleados que han cursado otras ingenierías, mientras que el resto han realizado otras carreras.

La edad media es extremadamente joven, ya que el grueso de los empleados se concentra en la franja de 25 y 29 años. En total la edad media de la compañía es de 31 años, (ver gráfico 1) y su procedencia es muy diversa. La actual plantilla de Telefónica Móviles está formado de aluvión, con personal que se mantiene desde la antigua TSI -la compañía que dió origen a la actual Telefónica Móviles- pero con otros trabajadores que proceden de la propia Telefónica matriz, de sus filiales Telefónica Sistemas y Sintel, así como de fuera del grupo. Las mujeres tienen un papel bastante relevante, ya que son un 35% del total, mientras que los hombres son el 65% restante. Sin embargo, su representación en el organigrama de gestión es menor, con tres directoras -María Rodríguez, de Formación y Organización; Remedios Manrique, de Control Presupuestario y Ana Lorenzo, de Desarrollo de Mercado- de un total de veintiseis altos directivos.

12.000 EMPLEOS INDIRECTOS

Además, la fuerte actividad inversora de Telefónica Móviles esta creando un nuevo tejido empresarial o aportando carga de trabajo a compañías ya establecidas. Los responsables de la compañía estiman que en los más de cuarenta suministradores importantes de la empresa (ver cuadro) Telefónica Móviles genera alrededor de 12.000 puestos de trabajo indirectos, ya que ha procurado solucionar gran parte de sus actividades, con outsourcing.

bilidad, junto a la utilización de la facilidad del desvío incondicional, que ya estaba incluida, permite que aquellos clientes que lo deseen puedan evitar el tener que pagar el tramo internacional por recibir sus llamadas cuando están en modo itinerancia, desviando estas a su buzón y consultándolo una vez al día.

- Identificación de la línea llamante, que permite a los clientes saber el número de teléfono que les está llamando antes de descolgar.

- Ocultación de la identidad, el reverso del servicio anterior, ya que permite a los clientes ocultar su identidad y evitar que su número sea presentado en el teléfono que recibe la llamada.
- Multiconferencia, que permite a los clientes mantener una conversación simultánea con hasta seis interlocutores en total.
- Indicación del coste de cada llamada, una vez finalizada, aunque esta facilidad sólo está operativa en España.

- Límite de crédito, que posibilita que los usuarios se autoimpongan unos límites de consumo máximo.-
Números de marcación fija, de forma que desde el teléfono sólo se pueda llamar a esos números, hasta diez en total.
- Restricción de llamadas salientes en itinerancia, que junto a la restricción de llamadas entrantes en itinerancia, que existía ya anteriormente, permite anular totalmente el servicio de itinerancia internacional.

LA OFICINA PORTATIL

También desde el pasado 15 de noviembre, coincidiendo casi en el tiempo con Airtel, Telefónica Móviles ha lanzado su otro gran servicio GSM, el MoviStar Datos, que aprovecha la gran capacidad de que dispone el sistema celular digital para la transmisión de todo tipo de datos, lo que abre directamente la puerta desde las aplicaciones más normales como transmisión de ficheros o envío de fax, hasta el mundo de las aplicaciones on line.

Este servicio permite la iniciación de llamadas de datos asíncrona desde su teléfono móvil a cualquier terminal informático asíncrono conectado a la red telefónica básica mediante modem, o a cualquier terminal informático conectado a otro teléfono MoviStar que tenga habilitado este servicio. Esta transmisión de datos puede llegar hasta la velocidad de 9600 bits por segundo (en 2.400, 4.800, y 9.600 bits/s). También permite la transmisión de fax a cualquier máquina fax del grupo III -las convencionales que se usan actualmente - o a cualquier terminal que simule a este tipo de máquinas. Dentro de este servicio, el cliente tiene la posibilidad de elegir dos opciones adicionales:

MOVILINE					
			SEP. 1995	ENE. 1996	DIC. 2000
TIPO DE TELÉFONO (POTENCIA EN W)	DE COCHE (4 W)	% DEL TERRITORIO	90	93	95
		% DE LA POBLACION	98	99	99
	PORTATIL (0,6W)	% DEL TERRITORIO	90	93	95
		% DE LA POBLACION	84	89	94

MOVISTAR					
			SEP. 1995	ENE. 1996	DIC. 2000
	DE COCHE (4 W)	% DEL TERRITORIO	53	65	93
		% DE LA POBLACION	80	85	99
	PORTATIL (0,6W)	% DEL TERRITORIO	42	50	70
		% DE LA POBLACION	72	78	90

CLIENTES DE TELEFONIA CELULAR EN ESPAÑA (*) (1)

DIC.1994	DIC. 1995	DIC. 1996	DIC. 1997	DIC. 2000	DIC. 2005	DIC. 2009
0,41	0,89	1,7	3,5	5,4	10	18

(1) En millones

(*) Estimación

una para poder recibir llamadas de datos y otra para recibir llamadas de fax en su teléfono MoviStar. Antes de fin de año MoviStar ofrecerá también el acceso a las redes de paquetes (Iberpac y Red Uno), vía X28 y a Internet-Infovía, que están por el momento en fase de prueba.

Con el servicio MoviStar Datos, el servicio de ingeniería de Clientes de Telefónica Móviles está desarrollando numerosas aplicaciones para proyectos con grandes clientes, como consulta a bases de datos; correo electrónico; teletrabajo; telebanca; telemedicina; telefotografía y video lento; y aplicaciones relaciones con la distribución y logística de bienes y servicios.

PROVEEDORES

En el capítulo de suministradores, Telefónica Móviles cuenta con una gran tradición en el desarrollo de aplicaciones propias. Además, el hecho de no estar condicionada por una fecha fija de inicio del servicio, como en el caso de Airtel, ha llevado a que el servicio MoviStar, hay incorporado, en opinión de su presidente, Luis Lada, mucho más valor añadido español que el despliegue de Airtel. Entre los complejos sistemas de software que se han desarrollado por completo en España, figuran el sistema de gestión de abonado, el de operaciones de red, el sistema de facturación o el de información

CUADRO COMPARATIVO DE TARIFAS

				PRECIO DE UNA LLAMADA NACIONAL DE 2 MINUTOS			
PAIS	OPERADOR	CUOTA DE CONEXION	CUOTA MENSUAL	TARIFAS EN HORARIO:			CAMBIO DE DIVISA APLICADA
				NORMAL	REDUCIDO	SUPERREDUCIDO	
ALEMANIA	DeTeMobil-D1	6.429	6.923	237	97	-	1 DM = 25 PTS.
	Mannesmann-D2	6.725	6.725	222	97	-	
FRANCIA	France Telecom	10.378	10.674	166	107	-	1 FF = 25 PTS.
	France Telecom: cliente de Paris		⇔⇔⇔⇔	202	107	-	
	SFR	10.378	9.340	202	107	-	
G. BRETAÑA	Cellnet	11.456	5.728	115	46	-	1 LIB = 194 PTS.
	Vodafone	11.456	4.583	115	46	-	
ITALIA	SIP	17.850	4.518	118	74	46	100 LIR = 7,5 PTS.
PORTUGAL	TMN	8.157	6.093	142	61	-	100 ESC = 84 PTS.
	Telecel	8.845	6.388	143	74	-	
ESPAÑA	MoviStar	4.060	4.640	128	95	65	—
	MoviLine	11.600	5.220	142	102	70	—

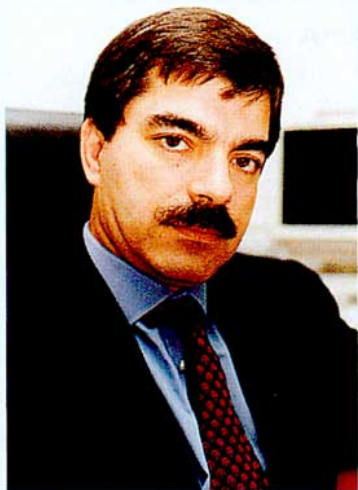
Nota: Todos los precios incluyen IVA y se refieren al contrato de abono general.

al público. Además de haberse convertido en el segundo cliente nacional de Telefónica Investigación y Desarrollo, después de la propia compañía matriz, Telefónica Móviles cuenta con suministradores españoles o afincados en España a los que proporciona un negocio casi tan elevado como el que reciben los dos grandes fabricantes de equipos de conmutación y radio que suministran la red de MoviStar: Ericsson -que suministra centrales de conmutación y estaciones base de radio- y Motorola, que sólo está presente en el segmento de la radio. Entre estas compañías españolas figuran la vizcaína Comunicaciones y Sonido (Cys), Euroinsta, Sintel, Amper Servicios,

La compañía ha diseñado un programa de I+D; en él se incluyen más de veinte aplicaciones que abarcan desde nuevas aplicaciones del GSM hasta sistemas de optimización de productividad de recursos humanos

Estratel o Digital Equipment, para quien Telefónica Móviles es uno de los principales clientes en nuestro mercado. Lada añade que además, la compañía ha diseñado un complejo programa de investigación y desarrollo que ha contratado con Telefónica I+D, en el que se incluyen más de veinte aplicaciones específicas que abarcan desde nuevas aplicaciones tecnológicas del GSM, con especial incidencia hacia el mundo multimedia, hasta sistemas de optimización de la productividad de los recursos humanos (ver recuadro).

Además de Ericsson y Motorola como suministradores de estaciones base de radio, Telefónica Móviles se



FRANCISCO RUIZ VINUESA, RESPONSABLE DE RED EN TELEFONICA MOVILES

"NUESTRA MISION ES REDUCIR EL COSTE DEL MINUTO DE TRAFICO PRODUCIDO"

Francisco Ruiz Vinuesa responsable de Red en Telefónica Móviles considera que el fin último de su departamento es conseguir para la compañía y para las dos redes la mejor cobertura, con la mayor calidad al mejor precio. "Es como si tuviéramos una gran fábrica de minutos en el aire. Se trata de cada día poner a disposición de los clientes más millones de minutos utilizables por menos precio. Luego, los responsables comerciales tienen que hacer lo posible para que esos minutos sean efectivamente utilizados y pagados-".

¿Y realmente se están consiguiendo esas reducciones de costes?

Si. Considero que desde el inicio del servicio TMA 900 en 1990, el coste de la infraestructura puede haber caído un 20 por ciento. Pero no es una caída drástica, sino muy paulatina. Y no todo el coste son los radiocanales, sino que también son partidas importantísimas las casetas, las antenas o las torres para situar las antenas.

¿Cuándo considera que MovilLine y Movistar tendrán una cobertura verdaderamente buena?

MovilLine ya la tiene. Acabaremos el año con un 82% de la población cubierta para terminales portátiles. A principios de diciembre tenemos unas 1.550 estaciones de base operativas, y para final de año estaremos en unas 1.700. Pero es que a finales de 1996 práctica-

mente habremos duplicado el número con unas 3.000 estaciones de base. A partir de 1997 tendremos una cobertura para el 93% de la población para terminales portátiles y eso ya es una cobertura muy buena. En el caso de Movistar, a comienzos de diciembre disponemos de más de 1.000 estaciones de base operativas, pero tenemos en diversas fases de construcción otras 300, por lo que acabaremos el año seguro que con más de 1.200. Pero esa cifra pasará a 2.800 estaciones a finales de 1996, y más de 3.500 a mediados de 1997. Para hacerse una idea hay que tener en cuenta que empezamos con unas 630 estaciones de base, pero en 1990 cuando arrancó el TMA 900 teníamos sólo cobertura en Madrid, con cinco estaciones de base que cubrían todo el territorio dentro de la M-30. Ahora con MovilLine en ese mismo espacio físico tenemos 150 estaciones de base. Para finales de 1997, y volviendo a Movistar nuestra intención es contar con el 60% del territorio cubierto y con el 84% de la población para terminales portátiles, que se eleva al 90 por ciento en el caso de utilizar terminales de coche. Y esas son palabras mayores.

¿Por qué hay que instalar tantas estaciones de base?

Hay muy pocos operadores en Europa que tengan más de 3.000 estaciones de base. Pero eso viene dado porque por sus características ortográficas y demográficas España es un país muy complicado y caro de cubrir. Tiene una orografía endiablada y muy cambiante. También tiene una fuerte concentración de población, y además hay una gran movilidad de la población marcadamente estacional en el caso de las costas, que obliga a reforzar una cobertura y capacidad para unos meses que el resto del año se mantiene más ociosa. Por si fuera poco recibimos cada año 50 millones de turistas, y cada vez más vienen con su GSM, y quieren hablar. Para estos casos la tecnología no tiene todavía una solución sencilla que te permite dar más cobertura y capacidad de tráfico de forma temporal y transportable, pero dentro de poco si habrá soluciones.

¿Cual es la dimensión de su equipo?

La dirección general de Red es responsable del trabajo de 470 personas, prácticamente la mitad de la plantilla actual. De esa cifra, 170 son ingenieros. Contamos con presencia directa en doce provincias. ■

encuentra en la última fase de evaluación de un proyecto de introducción de un tercer suministrador de equipos de radio. Aunque la decisión de si es conveniente introducir un tercer suministrador aún no está tomada. Este tercer suministrador se elegiría entre los principales fabricantes del mercado y se incluyen ATT-Philips, la alemana Siemens, la francesa Alcatel, la canadiense Nortel y la finlandesa Nokia, que había conseguido situarse como favorita desde el

punto de vista técnico. En estos momentos se ha conseguido ya finalizar la evaluación técnica de los equipos y se continúa evaluando desde el punto de vista económico y comercial. Para el presidente de Telefónica Móviles, Luis Lada, la decisión debe tomarse antes de final de este año. En cuanto a la red de ETACS que soporta el servicio MovilLine y Motorola es por el momento el suministrador exclusivo tanto de conmutación como de radio.

COBERTURA

Telefónica está implicada en el desarrollo del servicio GSM desde hace trece años, cuando se iniciaron las primeras medidas para la especificación de los sistemas. Eso le ha permitido contar con una ventaja adicional sobre su competidor Airtel. De hecho, a finales de año contará con una gran cobertura proporcionada por 1.200 estaciones base, justo el doble de las que tenía

cuando inició el servicio el pasado 25 de julio. En enero de 1996 MoviStar prevé tener cobertura sobre el 78% de la población española con teléfonos portátiles de 2 vatios de potencia. Esta cobertura se eleva hasta el 85% de la población para el caso de terminales móviles de coche, que cuentan con una potencia de emisión de 8 vatios. Para el año 2000, estas cifras se habrán incrementado hasta el 90% en el caso de los portátiles y el 99 por ciento para los teléfonos instalados en automóviles (ver recuadro).

Además esta cobertura se ve ampliada por los acuerdos de roaming, o itinerancia internacional que permiten a los usuarios de MoviStar realizar y recibir llamadas utilizando su propia tarjeta SIM -la tarjeta-chip de identificación personal que utiliza el sistema GSM- y su propio número de abonado en otros países. A finales de noviembre

MoviStar contaba con 40 acuerdos de itinerancia ya operativos -es decir en los que automáticamente se pueden ya recibir y realizar llamadas-, con otros tantos operadores correspondientes a 25 países. Antes de final del año está previsto que haya firmados acuerdos, lo que no quiere decir que la itinerancia esté automáticamente garantizada, con 75 operadores de cincuenta países de Asia, África y Oceanía, además de todos los de Europa. En el caso de MoviLine el servicio analógico, que se puso en marcha en España en mayo de 1990, la cobertura actual es mucho más intensa, acentuada, además, por el despliegue de la telefonía rural fija basada en tecnología celular analógica, que ha proporcionado una cobertura prácticamente total en zonas con muy poca densidad de población como Galicia y una cobertura total del 99% de la población y del 92% del territorio en el caso de terminales de automóvil. ■

ORGANIGRAMA

