

El ejercicio de 1996 será realmente el primero de Telefónica Móviles como empresa operadora en España de los servicios móviles del Grupo Telefónica. Con unos fondos propios del orden de 65.000 Millones de pesetas, unos 165.000 millones de activos totales. 1.600 profesionales propios o contratados, a los que se suman otros 12.000 en casi mil empresas colaboradoras, la "Telefónica Chica" como algunos nos llaman, recoge toda la experiencia y tradición de la primera multinacional española, pero con el enfoque, la determinación, la estructura y los procedimientos para asegurar su liderazgo en el nuevo entorno competitivo.

Reiteramos nuestra bienvenida a la competencia, porque aporta nuevos estímulos y debe facilitar el que nos liberemos de limitaciones regulatorias y estructurales en nuestra capacidad de actuación para ofrecer a nuestros clientes los servicios de la mejor calidad a los mejores precios, esto es, para hacerles progresivamente partícipes de la cadena de valor que ya compartimos con nuestros distribuidores y proveedores, creando intereses comunes que fortalezcan nuestra posición competitiva.

Este enfoque no significa abandonar la tradición de compromiso con la sociedad en beneficio

de todos, como la que supone procurar el mayor valor añadido español, desarrollar productos competitivos y exportarlos gracias

source Mobile, que con Telefónica Móviles ya reúnen cuatro millones de clientes, que se duplicarán antes de final de siglo.

Nuestros programas de I+D para 1996 alcanzarán los 1.500 millones de pesetas, en los que se incluyen temas como la comunicación de imágenes a través de los sistemas móviles.

El Sistema GSM, que Telefónica contribuyó a crear participando en su especificación y desarrollo desde 1982, supone la primera generación de telefonía móvil digital en España, pero es la segunda de telefonía personal, la tercera celular y la cuarta de telefonía

móvil, a la que seguirán otras muchas variantes, sistemas y servicios en los que estamos trabajando, tanto terrestres (DCS, DECT, UMTS, MBS) como satelitales (ICO), sin olvidar las comunicaciones aeronáuticas (FTS) y los nuevos sistemas de radiomensajería ERMES o de radiotelefonía en grupo cerrado TETRA. Porque el liderazgo en las comunicaciones móviles implica poder ofrecer en cada momento la mayor gama de productos con distintas combinaciones de tecnologías, prestaciones y precios para adaptarnos a las necesidades reales de cada cliente concreto, como corresponde a quien tiene voluntad y compromiso de servicio.

Las comunicaciones móviles se identifican en gran medida con la

LA DETERMINACION DE SER LIDERES

**El futuro supone la
oportunidad de
modernizar y
satisfacer las
necesidades de esta
nueva sociedad
tomando medidas
como país para
incentivar el cambio
tecnológico .**

a las alianzas establecidas desde Telefónica Internacional y Uni-



**LUIS
LADA DIAZ**

idea de las comunicaciones personales desde la aparición de los teléfonos celulares de bolsillo, pero sus aplicaciones van a ser mucho más amplias, desde la oficina móvil a la localización de vehículos, pasando por los sistemas de alarma y control, gracias a la facilidad de las redes móviles para establecer enlaces temporales de bajo coste, a la inteligencia de las mismas y a la creciente reducción del precio de los terminales. En este sentido nuestras filiales MENSATEL y RADIORED siguen contribuyendo al desarrollo del mercado de envío de mensajes y gestión de flotas.

Nuestro empeño en la popularización de las comunicaciones móviles nos ha llevado a promover nuevos sistemas de distribución y a incrementar significativamente los recursos de comunicación y marketing con campañas publicitarias y patrocinios de gran impacto, que acompañan a un enorme esfuerzo inversor, que en 1995 significó más de 90.000 millones de pesetas, y a la mejora permanente en los sistemas de atención al cliente. La respuesta obtenida ha sido agradecida, puesto que hemos alcanzado el mayor ritmo de crecimiento de Europa, con unas conexiones netas que triplican las de 1994 y sextuplican las de 1993, lo que ha incrementado el valor del negocio para los accionistas y creado el tejido necesario entre fabricantes, instaladores, comercializadores y operadores, que facilitará nuevos saltos cualitativos.

Es precisamente esta suma de intereses, junto con los esfuerzos promocionales realizados, lo que

ha permitido superar el bajo perfil que han tenido las comunicaciones móviles en nuestro país en comparación con la media europea, a pesar de los aciertos obtenidos en la selección de la tecnología más adecuada en cada momento. La identifica-

Hemos alcanzado el mayor ritmo de crecimiento de Europa, con unas conexiones netas que triplican las de 1994 y sextuplican las de 1993, lo que ha incrementado el valor del negocio para los accionistas y creado el tejido necesario

ción de las pautas del negocio, junto con la unidad de criterio para gestionar los aspectos comerciales, técnicos y operativos con un enfoque hacia el cliente, específico para los móviles, en lugar de estructurarse funcionalmente de forma compartida con otros servicios de telecomunicación, ha sido otro factor desencadenante del crecimiento de los móviles en España.

Pero la transición desde el modelo tradicional al nuevo, ahora felizmente concluida, no ha sido fácil. La transferencia de la actividad, singularmente la de los recursos humanos, la segregación de activos y la aplicación de procedimientos de interrelación con otras unidades de negocio de Telefónica propios de una empresa independiente, han requerido una dedicación singular en esta etapa.

Ahora, desde la nueva posición de operador con regulación propia, abordaremos la búsqueda de sinergias con otras unidades de negocio de Telefónica y con otras Empresas, buscando la innovación en los servicios y la optimización de los costes, en beneficio de nuestros clientes y del accionista. Paralelamente, continuará el esfuerzo inversor, cuya referencia más significativa serán las siete nuevas estaciones base por día que se integrarán en 1996 en las cuatro redes móviles (MoviLine, MoviStar, RadioRed y MensaTel) que ahora gestionamos.

La aportación de los Telecom en esta etapa ha sido fundamental en todas las áreas, no sólo en las de construcción y operación de la red, sino también en la comercialización y la gestión de clientes, en los sistemas de información o en el control económico. En definitiva, en la gestión competitiva de un Operador de Telecomunicaciones con vocación de liderazgo. ■

***LUIS LADA DIAZ**

Presidente de Telefónica Móviles.