

Las Conferencias del II Congreso
Nacional de Telecomunicación:

**Las Telecomunicaciones en el
umbral del siglo XXI**, por LUIS
MARTÍN DE BUSTAMANTE, Consejero
Delegado de Telefónica



**Nuevas generaciones de satélites
en un marco globalizado**, por
GABRIEL BARRASA, Director General de
Hispasat



**Los operadores de hoy ante el
Tercer Milenio**, por PEDRO DE TORRES
SIMÓ, Presidente de Retevisión

**La Vida en la Ciberciudad en el
Tercer Milenio**, por IGNACIO GALÁN
Consejero Delegado de Airtel



**Elogio y refutación de la
competencia gestionada en
Telecomunicaciones**, por EUGENIO
GALDÓN, Presidente de Cableuropa



II CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN

Las Telecomunicaciones en el umbral del siglo XXI

Por **LUIS MARTÍN DE BUSTAMANTE**

Consejero Delegado de Telefónica de España

La globalización es un viejo concepto en el Sector de las Telecomunicaciones. Es un término que ha ido evolucionando al mismo tiempo que el Sector. Hasta hace poco tan sólo una veintena de años, los operadores de telecomunicaciones, los tradicionales, buscaban en un cierto sentido la globalidad, ya que ofrecían todos los servicios factibles de ser producidos a nivel nacional y además aseguraban la conectividad de sus redes con las del resto de países.

La evolución tecnológica que permite la producción de servicios por medios alternativos a los convencionales y los signos de apertura del mercado de las telecomunicaciones a la competencia, unido al movimiento de fuerte internacionalización de la economía mundial que se manifiesta con vigoroso empuje desde el principio de los ochenta, hace que algunas operadoras, entre las que Telefónica figura como pionera, planteasen una estrategia de diversificación y apertura a otros mercados, impulsando su propio proceso de internacionalización.

Inicialmente uno de los objetivos básicos era diversificar riesgos, así, la previsible pérdida de cuotas de participación en los mercados domésticos, se compensaría con la entrada en mercados emergentes, de fuerte potencial de crecimiento, aprovechando la apertura de las economías nacionales al capital extranjero, procesos de privatización en marcha, la concesión de nuevas licencias, etc.

Esta solución hace que, rápidamente y, en la medida en que se va teniendo presencia en más mercados, se comience a diseñar una política que tiende a aprovechar las ventajas que la interrelación de mercados puede generar. De esta forma, se empieza a configurar el "operador global" no sólo desde la vertiente de la oferta de servicios, sino desde la dimensión geográfica, que permite satisfacer todas las necesidades de una base de clientes multinacional, donde facilidades como ventanilla única, facturación por cliente, etc., forman parte de la oferta de los operadores.

Por otra parte, la coincidencia de la internacionalización con la liberalización y la apertura de los sectores nacional de

telecomunicaciones, elimina las barreras que hacían que los operadores fueran independientes unos de otros, y que, en suma, permitía que cada operador pudiera tener sus propios parámetros de gestión del negocio y sus propios criterios de rentabilidad basados en políticas de tarifas distintas, en función de las directrices de cada regulador nacional. Así, se ponen de manifiesto las fortalezas y debilidades de los diferentes operadores que, básicamente, residen en el tamaño de red desarrollada que, a su vez, había respondido a las características propias del país.

Todo esto conduce a un proceso de reordenación del mapa de la operación de redes y prestación de servicios, en el que el operador tradicional necesita ser, al menos, tan eficiente y productivo como cualquiera de los operadores tradicionales y de los nuevos entrantes, con los que ha de competir. Superar las limitaciones de los mercados domésticos hace necesaria la búsqueda de proyectos supranacionales, lo que significa adquirir una mayor dimensión con la que afianzarse en el sector mundial. El sector de las Telecomunicaciones, se configura como uno de los sectores más dinámicos y con una gran capacidad de crecimiento. Su atractivo se cifra en un valor de negocios que en el año 97 se aproxima a los 700 millones de dólares, y con una perspectiva de crecimiento anual que se puede situar en un 3-4% para los mercados más desarrollados y

en más de un 10% para las áreas geográficas menos desarrolladas.

Este mercado se materializa en cerca de 900 millones de líneas telefónicas, y mantendrá un ritmo sostenido de crecimiento para alcanzar, en el inicio del nuevo siglo, más de 1.400 millones de líneas, de las cuales, las móviles representarán más del 25% de los accesos disponibles y generarán el 30% del volumen total del negocio del sector, frente al 5% que representaba en los principios de los años 90. En aras de posicionarse y buscar esa necesaria dimensión mínima con la que los operadores tradicionales tratan de asegurarse la participación en





Jorge Pérez, Decano del COIT y Luis Martín de Bustamante, Consejero Delegado de Telefónica de España en la Conferencia de Telefónica sobre "Las Telecomunicaciones en el umbral del siglo XXI. La importancia de un operador global"

el sector ante la entrada de nuevos agentes, hemos asistido a una dinámica de procesos de concentración que, a lo largo de estos últimos 8 años, ha dado lugar a cientos de operaciones de fusión, joint-ventures, compras, acuerdos, etc., muchos de los cuales no han llegado a ningún fin, ya que no eran sino simples intentos para estar preparados a cualquier posible reacción ante un futuro incierto.

Sí han fructificado, en cambio, las operaciones tendientes a construir plataformas de redes globales en las que estaban involucrados operadores de peso. Para incidir en la importancia y significación del "operador-global" es oportuno citar el caso norteamericano y el cambio de estrategia de la FCC en 1996 así como su impacto en la reorganización de los mercados norteamericanos y, finalmente, mundiales.

Cuando en 1984 el Juez Green desmantela ATT y establece las condiciones del funcionamiento del sector fraccionando el mercado por servicios, lo que realmente hace es empujar a las operadoras locales a buscar oportunidades de negocio fuera del mercado doméstico, nuevas vías de desarrollo y expansión y, sobre todo, de colocación de los enormes cash-flow que generaba: desde principios de los 90, se produce el desembarco de las operadoras Bell en los segmentos de mercados liberalizados europeos y en Latinoamérica.

A lo largo de estos años, los principales operadores norteamericanos se han consolidado como agentes participantes con

peso específico en el mercado mundial de las telecomunicaciones. En 1996, con la nueva Ley de Telecomunicaciones en EE.UU. se produce una drástica ruptura respecto a la situación anterior, al abrirse la posibilidad de reorganizar los mercados internos en la medida que permite la fusión de unas operadoras con otras, para adquirir una mayor dimensión. En menos de 2 años, 5 de los 7 operadores locales se han vuelto a unir creando dos grandes grupos, por un lado Ameritech, con Pactel y SBC y, por otro, Bell Atlantic con Nynex. Las otras dos buscaron su posicionamiento bien a través de la convergencia de sectores, como es el caso de US. West, bien internacionalizándose en el sector de la telefonía móvil, como BellSouth, presente en más de 15 países.

El sector de las telecomunicaciones se configura como uno de los sectores más dinámicos y con una gran capacidad de crecimiento

La apertura a la competencia del mercado norteamericano desmonta los pilares básicos con los que se ha desarrollado el sector desde 1984. Así, desde unos ingresos asegurados por altas tasas de interconexión entre redes de larga distancia y local, se evoluciona a un esquema de eficiencia y productividad soportado en la obtención de mayores economías de escala producidas por la integración de mercados.

Y, además, hay tres aspectos que modifican el modelo tradi-

cional:

La tendencia a la ruptura de la cadena tradicional de valor, que ahora se fragmenta en tres partes: la red, la creación de productos y servicios, y las ventas.

ESPECIAL

II CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN

CONFERENCIAS

La masificación del uso de los servicios de telecomunicaciones, donde Internet juega un papel fundamental, como paradigma de un nuevo escenario en el que se produce la convergencia del sector audiovisual, con las telecomunicaciones y la informática, que permitirá diversificar y masificar más todavía los servicios.

El proceso de integración de las telecomunicaciones en la cadena de valor de la actividad productiva de las empresas y países.

Estas tendencias abocan a la integración total de las telecomunicaciones en la actividad socioeconómica del ser humano, lo que va a producir muchísimos más servicios, más de lo que hoy nos podamos imaginar, pero infinitamente más baratos pues, de otra forma, no se consumirían y, finalmente, no se generaría el crecimiento esperado en el Sector.

Este es el gran reto del sector para el Siglo XXI: ser capaces de producir todo lo que la sociedad va a estar dispuesta a consumir a unos precios asequibles y esto sólo se puede conseguir a partir de operadoras globales dimensionadas para generar fortísimas economías de escala a partir de la integración de mercados en los que se operen y produzcan todos los servicios que seamos capaces de imaginar.

Estas economías de escala deberán generar un cambio brutal en la estructura actual de los costes de las operadoras, que será lo que permita aminorar los precios y asegurar la rentabilidad de los servicios. El beneficio que este proceso trasladara a las economías será un beneficio añadido al que, tradicionalmente, viene incorporando el sector de las telecomunicaciones como motor de desarrollo, tanto por los niveles de inversión como por el nivel de empleo generado y aumentos de productividad de las empresas en general.

En este sentido, no se debe pasar por alto la fuerte repercusión del proceso de globalización e internacionalización de las operadoras, como motor de arrastre de las empresas domésticas a otros mercados internacionales.

Quiero destacar que, el hecho de que Telefónica sea una operadora global e implantada en los mercados internacionales, no sólo tiene una clara repercusión en el negocio y cuenta de resultados del grupo, sino que es muy importante para la economía española.

El éxito o fracaso de Telefónica en el avance del proceso de mundialización de sus operaciones repercutirá claramente en el futuro de las empresas españolas que han entrado en otros mercados por las puertas que Telefónica ha abierto. Esto no es un axioma que Telefónica quiera vender a la opinión pública. Es una realidad contrastable: las compras desde las filiales del grupo Telefónica a empresas españo-

las fuera de nuestras fronteras superaron holgadamente los 3 mil millones de dólares en el quinquenio 1992-96.

Telefónica, en el nuevo entorno y en el inicio del siglo XXI, se define como una compañía de Comunicación, y en esta palabra se integra tanto su papel tradicional de operador de telecomunicaciones como el esfuerzo efectuado en alcanzar una sólida

posición en el sector multimedia; no sólo en España, también en Latinoamérica, donde operamos tres cadenas de TV abierta y damos servicio a cerca de 2 millones de clientes de TV por cable.

Y, además, generando recursos e inversiones en el exterior, fruto de una gestión que se va involucrando en el mismo proceso de desarrollo cada país en el que operamos, favoreciendo el crecimiento de cada mercado e impulsando la integración de las redes. En este sentido la red Panamericana será el eslabón

actual de este proceso de integración de los mercados del área, y una reafirmación de la voluntad global de Telefónica.

Pero en esto, aunque ya se ha avanzado mucho, debemos considerarnos aún en el inicio. Telefónica, como operador internacional, tiene unas expectativas de futuro cuya magnitud, por su enormidad, es difícil de apreciar con los ojos del presente. Me refiero a la ventaja competitiva que nos da el idioma que los españoles compartimos con otros 320 millones de hispanohablantes distribuidos por el mundo. Una lengua que, según un estudio de la Unión Latina dado a conocer en 1996 en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, es la única que va a crecer en número de hablantes de aquí al 2010. Una lengua que se habla de punta a cabo en un subcontinente (América Central y del Sur) que es considerado entre los de mayor capacidad de crecimiento en los próximos años.

Una lengua que ya habla el 10% de la población de EE.UU., con una tasa de crecimiento entre 3 y 5 veces superior al resto: en el 2010, los hispanos serán la primera minoría; en el 2050, uno de cada 4 norteamericanos será hispano. Y aquí, en este mercado y por estas razones, reside la importancia de los acuerdos con WorldCom y MCI. Una lengua, en fin, que es un potencial económico de primer orden.

La industria de la comunicación en español tiene, pues, un futuro extraordinariamente importante. En este contexto, y con la convergencia que viene entre las telecomunicaciones y la multimedia, Telefónica está llamada a ser una de las empresas que mejor puede capitalizar su experiencia en España y su inserción en el mundo hispano, y ampliarla a los nuevos mercados que se están abriendo en torno a nuestra lengua común.

El futuro estará signado por un selecto grupo de operadores que, constituidos en un número limitado de alianzas globales, definirán la Comunicación del futuro. Telefónica, sin duda, estará entre ellos. ■

El gran reto para el Siglo XXI: ser capaces de producir todo lo que la sociedad va a estar dispuesta a consumir a unos precios asequibles