

Los operadores de hoy ante el Tercer Milenio

Por **PEDRO DE TORRES SIMÓ**

Presidente de Retevisión

Deseo agradecer la invitación para asistir a este foro. Siempre me he sentido muy cómodo entre los ingenieros de telecomunicaciones. Hemos colaborado desde la época del Tribunal para introducir las ideas de competencia, y a cuatro años vista, he de decir que ha sido una colaboración, sin duda, fructífera.

El título de mi conferencia de hoy significa asomarse al Tercer Milenio. Cuando uno habla del futuro, la prudencia debe presidir las palabras y, el hecho de asomarse, muestra la prudencia en un sector que, como el nuestro, está sufriendo dos evoluciones, una tecnológica y otra regulatoria, importantísimas. En fin, mirar lo que va a ocurrir el próximo milenio es difícil de saber. Comentábamos Jorge y yo que, quién nos iba a decir hace dos años, lo que está ocurriendo ahora. En tan corto lapso, hemos pasado de las ideas a la práctica. Y a la práctica quiero referirme en esta intervención.

La verdad es que la evolución y los cambios impulsados por la tecnología y la competencia fruto de la liberalización son fuerzas que implican profundísimos cambios.

Analizar hacia dónde nos dirigimos es difícil. La predicción es siempre muy complicada y el futuro es siempre muy complejo. Se dice en nuestra profesión, la de los economistas, que somos muy buenos prediciendo el pasado, pero predecir el futuro es un tema que sigue siendo muy arriesgado. Hace tan sólo un año se hablaba de crear la competencia, de crear los servicios básicos. Hoy todo eso es realidad. La verdad es que no hace falta remontarse al primer Congreso de Ingeniería de hace cuarenta años, yo seré mucho más modesto y me referiré a los últimos cien días o a los últimos cuatro meses de este mercado. Y no pretendo extrapolar el futuro a través de ello, pero sí, al menos, entreverlo.

Con la entrada de Retevisión en el mercado de voz se ha introducido la competencia en el núcleo de los servicios de

telecomunicaciones que quedaban por liberalizar. En concreto, en el 83% del sector, que incluye telefonía de voz y todos los servicios relacionados con ella. El lanzamiento de Retevisión ha revelado que la sociedad española es enormemente dinámica. La reacción de la sociedad ante la aparición de la competencia ha sido espectacular porque existía una demanda insatisfecha. Y ha quedado demostrado que la competencia, —analizaremos más adelante su significado— supone básicamente innovación y mejora de atención al cliente.

¿Qué hemos hecho en los últimos meses? En primer lugar,

hemos salido al mercado. Desde la privatización, en agosto del año pasado, hasta la salida al mercado en enero, transcurrieron sólo cinco meses, y, en ese tiempo, se modificó, de forma radical, la estructura de una empresa que estaba en funcionamiento y se puso en el mercado el servicio de telefonía fija indirecto, con cobertura nacional. Efectivamente, el servicio indirecto no es el más complicado del mundo, pero tiene sus dificultades, no sólo técnicas, que las hay, sino también administrativas, de relaciones con otros operadores para interconectarse, etc., No les quepa la menor duda de que todo ello da una carga de trabajo muy importante.

En los tres primeros meses de funcionamiento ya tenemos más de 450.000 clientes con una creciente participación de empresas, fundamentalmente pequeña empresa, que, todo hay que decirlo, tardó un poco en apuntarse a nuestro primer servicio, ya que, como corresponde a cual-

quier buen empresario, hizo antes sus cuentas. Ahora, la entrada de la pequeña empresa es verdaderamente espectacular. En estos momentos, hemos superado las 700.000 líneas y seguimos creciendo. Hemos previsto una inversión de 120.000 ó 130.000 millones para este año. Hemos incrementado un 35% la plantilla directa. Y me refiero sólo al empleo directo porque si sumáramos el indirecto las cifras serían significativamente superiores. Y, para cerrar este escueto balance, les diré





Jorge Pérez, Decano del COIT introduciendo a Pedro de Torres, Presidente de Retevisión en la Conferencia de Retevisión "Los operadores de hoy ante el Tercer Milenio"

que los días laborables superamos ya los 3 millones de minutos diarios de larga distancia.

Únicamente quisiera resaltar de todo esto dos ideas: La primera, que hemos salido en el plazo más corto de la historia, de segundos operadores en Europa, y eso, señores, se lo debemos a los ingenieros de telecomunicación en gran manera, en gran manera a los ingenieros españoles de Retevisión que han sabido absorber las nuevas tecnologías de nuestro socio tecnológico y, lo digo sin ningún problema, de mejorarlas. Creo que en la combinación de tecnologías herztianas fijas somos

en este momento un campo de experimentación extraordinariamente fructífero, y eso se lo debemos a los ingenieros. Y después, lo que he dicho antes, de la capacidad de reacción de la sociedad española. Nos sorprende todos los días la capacidad de reacción de nuestra sociedad cuando se le ofrecen ofertas claras, transparentes, cuando se le ofrece algo tangible, la sociedad española reacciona con unas velocidades que son muy superiores a la media europea. Y esto es una cosa de la que debemos sentirnos seguros, como españoles, porque vamos a un mercado totalmente globalizado en Europa y en el mundo, pero sobre todo en Europa, y creo que debemos sentirnos confortables y sin ningún complejo. Y la actuación de la gente ante una variación en este mercado es la mejor muestra de ello.

La competencia supone básicamente innovación y mejora de atención al cliente

Transparencia y competencia son nuestros compromisos en esta situación, porque aquí se están estableciendo una nuevas reglas de juego, y el cliente es el rey. Todos, técnicos, economistas, todas las profesiones que trabajamos en este sector, realmente estamos al servicio del que quiere pagar para que le demos un servicio.

¿Cuáles son estas nuevas reglas del juego, que serán protagonistas indiscutibles en los próximos años? En primer lugar, la capacidad de elección; una cosa que a todos nos gusta: Libertad de elegir. Esto se traduce en hechos concretos, como la facturación por segundos. No les voy a contar a ustedes que, técnicamente, la facturación por segundos estaba resuelta desde hace tiempo, pero hay que trasladarla al mercado. Y la gente quiere pagar por lo que consume, no por nada más. Después, cuando se le presenta su factura, quiere entenderla, no tener que llamar a ese cuñado listo para que se lo explique, sino que sea clara, que pueda entenderla, que pueda elegir el plazo - un mes, dos meses, quince días -, recibirla en la fecha en la que le tenga que llegar y en el idioma en el que ha elegido. Retevisión ofrece al cliente la posibilidad de recibir la factura en casi todos los idiomas autonómicos y en inglés. Aplicamos tarifa reducida en las festividades autonómicas porque, por ejemplo, - y esto no es más que un guiño - en Valencia no se entiende que en San José a los valencianos se le cobre

ESPECIAL

II CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN

CONFERENCIAS

tarifa normal. Y esto, insisto, es un guiño que la gente entiende porque, en el fondo, según va haciéndose el mundo más global, cada uno nos vamos acercando más a nuestras raíces, quizás como reacción natural. La gente quiere que las ofertas comerciales no sean discriminatorias, que sean para todos, que sean para todos los números, que sean claras, que no tengan letra pequeña. Y claro, por supuesto, quieren que sean baratas. Creo que éstas, y no otras, son las reglas del juego que se van a ir desarrollando a lo largo de este tiempo.

Podemos cuantificar los beneficios para el cliente con la aplicación de estas nuevas reglas del juego. Esto es el comienzo de la competencia: precios más baratos, franjas horarias más amplias, etc. Retevisión tiene, a partir de las ocho de la noche, precios rebajadísimos en esa franja horaria, porque lo demanda el cliente. La enorme responsabilidad de todos nosotros, y especialmente de ustedes, es que funcione el servicio, eso se da cada vez más por supuesto, se exige la excelencia a los ingenieros. Y, efectivamente, hay que aspirar al 10 en eso, pero eso no se ve, no se exhibe, lo que quiere la gente es el servicio, y todos nosotros estamos al servicio de ellos.

En Retevisión esto es el principio porque los próximos cien días, los próximos meses vamos a dar mayores servicios. Por supuesto, el servicio de acceso a Internet: hoy hemos sacado alguna noticia, y dentro de poco lo vamos a explicar con todo detalle. Queremos, y esto es un problema, no técnico sino burocrático, la interconexión de fijo a móvil, también en el servicio 050. Pero, aquí no nos quedamos, realmente donde vamos a llegar es al cliente, y vamos a llegar al cliente porque es, precisamente, donde hay que llegar. Para ello empezaremos, poco a poco, con el servicio de acceso directo. Será a partir del verano cuando empecemos a lanzarlo masivamente aunque en la práctica ya estamos ofreciendo servicio directo a clientes seleccionados. El acceso directo es nuestro principal objetivo a largo plazo.

Estamos enriqueciendo nuestra red añadiéndole prestaciones de red inteligente para tener la posibilidad de ofrecer servicios cada vez más sofisticados. Esta red está prácticamente instalada y funcionando en pruebas. Creemos que, de momento, son las empresas las que demandan este tipo de servicios sofisticados pero en un futuro muy cercano también lo harán las instituciones, los colegios profesionales, las escuelas, las universidades o las administraciones.

Nuestro objetivo, por tanto, es incorporar nuevos productos y servicios de valor añadido a las pymes y muy progresivamente a empresas cada vez más grandes. Ya estamos trabajando, a título experimental, con grandes empresas, y vamos a estar en el mundo de promociones comerciales con la filo-

sofía que les dije antes: la competencia y transparencia. Lo que queremos es consolidar un operador global de telecomunicaciones llamado Retevisión.

¿Cuáles son los retos ante el Tercer Milenio? Creo que deberíamos rebajar nuestras ambiciones y fijarnos en los próximos años. Para Retevisión, el gran reto es consolidarse como operador global. Y ese reto tiene que traducirse en, al menos, dos frentes: mantener el compromiso que hemos adquirido con la sociedad y con el sector español de las telecomunicaciones y sobre todo y ante todo y por encima de todo, responder a las exigencias de nuestros clientes, del mercado, tanto los nuevos servicios, como la forma de comercializarlos. Muchas veces la forma, y se lo digo viniendo del sector bancario, la forma es muy importante, la facilidad, la comodidad y, sobre todo, que se entienda.

Hablar de la primera década en este sector es un poco arriesgado. Pero déjenme que me tire a la piscina, queremos, ya lo he dicho, consolidarnos como operador global. No aspiramos a ser operador de nicho, sino global, en todos los sectores de las telecomunicaciones. Y no es por capricho, ni por ambición, sino porque lo pide el cliente. El cliente pide variedades de servicio, movilidad, y por eso nos hemos presentado a la ter-

cera licencia del móvil. Quiere calidad y quiere precios razonables. Y esto sólo se puede hacer invirtiendo, y después comercializando, pero antes es necesario invertir. El año pasado empezamos a invertir en agosto, y nuestra cifra de inversión fue superior a nuestra cifra de ventas. No hay empresa que pueda decir esto. Y lo hicimos así, por necesidad, porque a este mercado hay que entrar con decisión, porque es un mercado que va a una velocidad impresionante. Estamos invirtiendo en redes propias, las que teníamos y las que se están creando, porque queremos crear redes alternativas.

Este es un mercado donde existen varios mercados: el de infraestructuras, el de redes y el de servicios. Si no se tienen redes propias, si no hay competencia en redes, no habrá competencia en servicios. Lo hemos visto muy claramente en servicios liberalizados en los que no se han percibido las mejoras por no existir compe-

tencia en redes. Al haber redes en competencia esos sectores liberalizados van a sufrir el mismo impulso que ha sufrido la telefonía a larga distancia.

Y queremos ofrecer alianzas con los operadores de cable. Nuestro grupo empresarial se ha comprometido a invertir en cable cifras significativamente superiores a las de Retevisión. La inversión prevista de Cable Madrid en las tres demarcaciones es superior que la de Retevisión, porque llegar al cliente es realmente decisivo en la configuración de un operador glo-





bal de telecomunicaciones. Estamos construyendo una red propia porque somos una compañía inversora, cuyas cifras de inversión se duplicarán este mismo año con la obtención de la licencia del móvil. Disponemos además de una red de 100.000 km. de circuitos y 2.000 puntos de difusión de la antigua Retevisión; somos, con el 30%, el primer accionista de Hispasat, y esto es red también, por lo menos a efectos económicos. Tenemos 10.000 km. de fibra óptica y ni más ni menos que 350.000 km. de derechos de paso, fundamentalmente a través de nuestros socios, las eléctricas. Tenemos los elementos, y estamos sobre estos elementos, creando.

Nuestro compromiso es muy claro. Tenemos experiencia, estabilidad, solidez y sobre todo compromiso. La experiencia. Con un grupo estable de socios en todos los servicios y con un socio tecnológico que nos está dando una gran aportación. Sumados, las empresas accionistas de Retevisión, cuentan con más de 50 millones de clientes, porque no sólo operan en España, sino que operan, y muy fuerte en Sudamérica. Una de nuestras empresas es el primer operador eléctrico en Sudamérica. Y Telecom Italia está en cinco países de Sudamérica.

Estabilidad. Nuestros socios son estables. Por norma, por voluntad, y en Retevisión Móvil, no sólo por norma y por voluntad, sino también por aval bancario, que es como se entienden las cosas. Son empresas que

quiere invertir a largo plazo. Tanto Telecom Italia como las eléctricas tienen cultura de largo plazo.

Solidez. Como ex bancario, no me gusta nada hablar de recursos propios. Pero les diré que la suma de los recursos propios de las cajas presentes en nuestro accionariado, ajenos a su balance las sitúan, en su conjunto, entre los tres primeros bancos españoles. Tenemos una solidez financiera importante y con una trayectoria empresarial de enorme solvencia.

Compromiso. Si añadimos las inversiones previstas en móvil, las de cable, que esas no es que estén previstas, sino que están comprometidas, y otras complementarias, nuestro grupo tiene en los próximos años un compromiso de 1,5 billones españoles de pesetas, y eso ya ni se las cifras de zeros que tiene.

Y cuando hablo de creación de empleo, estoy hablando simplemente del directo. Porque tenemos muchas empresas que están trabajando para nosotros, pero full time, que es como si fuera empleo nuestro... Nosotros hablamos solamente del de nuestra nómina, de 15.000 empleos directos. Muchos ingenieros e ingenieros técnicos de telecomunicación, pero también de otras profesiones.

La demanda de los consumidores. Hay que tratar al rey como es. Las exigencias que nos imponen son enormes. Y tienen exigencias sobre red y sobre sistemas, ambos aspectos en

**Transparencia y
competencia son
nuestros compromisos
en esta situación,
porque aquí se están
estableciendo unas
nuevas reglas de juego
y el cliente es el rey**

ESPECIAL

II CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN

CONFERENCIAS

los que ustedes son verdaderos especialistas. ¿Qué es lo que están pidiendo los usuarios? Los estudios de mercado y nuestra práctica comercial diaria nos indican que, muchos de ellos, piden disponer de alguien que les resuelva las telecomunicaciones. En todo o en parte. Y muchos quieren llegar al único proveedor en voz, en datos y en todos los servicios audiovisuales que las empresas empiezan a utilizar de forma extensiva. Nosotros utilizamos diariamente la videoconferencia, diariamente. Retevisión puede proporcionar, además de la videoconferencia, otros servicios de valor añadido, en Internet, y en general todos los que nos inventemos, los que se inventen ustedes y seamos capaces de poner en el mercado.

Y es que vamos a un proceso de inversión de innovación continuada. No sólo nos exigen una red, sino que sea flexible para las nuevas demandas del mercado, una adaptación rápida, una rapidez de introducción de los nuevos servicios. Hay servicios que van a canibalizar a otros, pues sí, pero nos lo pide el señor que paga, y el que paga, manda. Y creo que hay que ser así de claro.

La excelencia técnica. Esto es lo que no se ve, se percibe, pero no se ve. Y en esto, no es porque esté ante un auditorio de ingenieros de telecomunicación, es que realmente la calidad, la hemos visto en Retevisión cuando estamos colaborando con los ingenieros italianos y de otras nacionalidades. La capacidad de adaptación del latino español es realmente espectacular, y yo creo en esto nos sentimos muy cómodos porque la base humana, el factor humano nos hace sentir cómodos, y esto es lo importante.

¿Qué respuesta pretendemos dar? El diseño de la red, esto es una práctica muy característica de empresas como la nuestra, porque integramos tecnologías de otros. Se trata de un proceso normal que está ocurriendo en la industria del automóvil y que ha sido la gran revolución del famoso ingeniero vasco que cambió la estructura del automóvil, es decir, integrar en el sistema de producción a los proveedores. En esa tarea está inmersa Retevisión. Esto es técnica. Una de las grandes labores que realizan los ingenieros de telecomunicación en Retevisión es gestionar integración de diversos colaboradores, de diversas empresas colaboradoras. La técnica es importante, pero también otras actividades, otras cuestiones en términos de gestión, son absolutamente básicas, sobre una base técnica.

Se trata de una red de un nuevo diseño que incorpora las tecnologías lógicamente más modernas y disponibles en el

mercado. Se trata de una red que esperamos que sea del futuro con un componente fijo que garantiza la disponibilidad del ancho de banda para los clientes que lo necesiten. Y una red flexible que permite utilizar varias técnicas de acceso al cliente, porque aquí tenemos una determinación técnica, y lo sabemos todos. Estamos haciendo combinaciones de tecnologías herztianas con las tradicionales en Retevisión, pero realmente la tecnología y el mercado nos irán diciendo por el camino que tenemos que avanzar. Y esperemos interpretar sus mensajes adecuadamente.

Y las exigencias comerciales de los usuarios. No sólo demandan nuevos servicios y dan por supuesto la excelencia técnica, sino que exigen prestaciones comerciales, resolver su problema, que hay que diferenciar, que hay que personalizar y que hay que dar a precios competitivos. Ni más ni menos. Diferenciar, personalizar y precios competitivos. Exigen además, y cada vez

más, atención rápida, accesible, cómoda, humanamente caliente y, desde luego, transparencia en las facturas y flexibilidad en el cobro. Hay empresas que dicen: "Yo quiero que mis facturas, en la forma que sea, que pueden ser hasta transmitidas vía Internet, o como sea, me lleguen el día 23 porque cierro las cuentas y me viene bien que sean el día 23 de cada mes", pues el día 23, lo que usted quiera. Técnicamente, sabemos que se puede hacer. Y no hablo de los aspectos del cliente residencial, a los que ya me he referido.

En esencia, la respuesta comercial que pretendemos dar es de una oferta integrada y multimedia. Venimos del mundo del visual y queremos estar en un mundo que está convergiendo. Con paquetes personalizados de servicio, y esto es muy significativo en las empresas medianas y pequeñas, donde soluciones estándar que puedan elegir sin necesidad de complicarse la vida, les pueden resolver muchos problemas. Eso implica que lo mismo que exigimos

nosotros a nuestros proveedores, nosotros tenemos que actuar de proveedores de ellos, estudiando su problema, adelantándonos a sus necesidades, porque si no se va a adelantar el competidor. Esta es la tensión de la competencia.

Queremos una oferta integrada con los servicios de red fija y de móvil, efectivamente. Por aspiramos a tener la movilidad. Y hemos hecho una oferta realmente importante y respetable al respecto. Aprovechar nuestro novedoso sistema de facturación. Esto es una cosa que puede ser una gran ventaja. En todos los sistemas nuevos, lo que está detrás de la red, pero



que la guía desde la provisión hasta la facturación eso es realmente una gran oportunidad, hacer un desarrollo grande en este sentido, porque permite la reacción rápida ante el mercado, y esto es lo importante. La posibilidad de tarificación por segundos, lo repetimos porque estamos muy orgullosos de haberlo puesto en España, y como es lógico, aparecerá por todas partes. Pero, caramba, ya se está hablando de facturación por bits, o sea que estamos viendo que las innovaciones saltan unas encima de otras. Y el compromiso de atención técnica.

En fin, hablar del próximo milenio, sobre la base de una experiencia de pocos meses, es una petulancia, y ustedes me la van a perdonar. Yo, lo único que les digo es que se entrevé algo, basado en una revolución tecnológica como en ningún otro sector. Y esto, realmente, es un hecho importantísimo, lo

La enorme responsabilidad de todos es que funcione el servicio, se exige la excelencia a los ingenieros

que está ocurriendo en tecnología en este sector es impresionante, las mejoras, las bajas en los precios, la mayor facilidad.

La segunda revolución que es la revolución de la regulación. Hace muy pocos meses, estábamos en el monopolio, ahora estamos iniciando la competencia, pero es un cambio legal. En los cambios legales, si no están las empresas para hacerlos realidad, no existen. Pero, estamos en una segunda regulación, que es más bien del mundo del que yo vengo, ustedes fundamentalmente vienen del mundo de la tecnología y estamos confluyendo todos en el mundo de las telecomunicaciones. Y con unos datos económicos de fondo, importantísimos. La elasticidad renta y la elasticidad precios son muy altas en este sector. Estamos creciendo, como decían los estudios de la Comisión Europea, del año 92, el doble en competencia que en monopolio, el doble, y esto tiene sus exigencias de inversión, etc. Crece mucho más que el crecimiento de la renta, y al bajar el precio, lo que estamos percibiendo con cierto decalage, como es lógico, es un incremento del consumo, con lo cual los ingresos compensan las bajadas de precio en gran parte. Y sobre todo lo que se puede anunciar sin temor a equivocarse es que nos viene la innovación, la rapidez de cambio, es lo único que podemos decir. Cada vez es más rápido el cambio. Seguro que si hacen ustedes el año que viene un congreso el año que viene habrá cambiado el sector casi tanto como en los últimos cuarenta años, y a eso vamos. ■

Global Communications

www.mcediciones.es/globalcom

Edición española de Data Communications, LAN Times y tele.com



La revista imprescindible
para los responsables y técnicos
de alto nivel que evalúan,
deciden, proyectan,
implementan, administran
y mantienen redes y sistemas
de comunicaciones
en todo tipo
de organizaciones.



MC Ediciones, S.A.

Monestir, 23
08034 Barcelona
Tel: (93) 280 43 44
Fax: (93) 280 39 74