

IGNACIO S. GALÁN
CONSEJERO DELEGADO
DE AIRTEL MÓVIL



Comunicaciones Móviles

BIT: ¿Como cree usted que va a evolucionar la demanda de comunicaciones móviles en España y cuáles van a ser las claves para esta evolución?

El mercado de móviles para fines de 1998 estará compuesto por aproximadamente 6,5 millones de clientes repartidos entre los dos operadores actuales.

La tendencia es de clara explosión y con una previsión para el 2003 de alrededor de 15 millones de teléfonos móviles en España.

Los datos son por sí mismos muy relevantes.

Por lo tanto es un mercado en crecimiento que contrasta con el crecimiento muy moderado de la telefonía fija, actualmente 16 millones de líneas, y que para el 2003 se estima será de 16,5 millones aproximadamente, es decir crecimiento prácticamente cero.

Desde nuestro punto de vista, las claves del extraordinario crecimiento de la telefonía móvil se encontrarían en: la competencia, las tarjetas prepagadas y las comunicaciones personalizadas: una persona/un móvil adecuado a esa persona

BIT: ¿Cuál es su balance tras tres años de competencia en el sector de móviles en España? ¿Cómo cree usted que va a evolucionar la competencia en el futuro y cómo impactará esto a la estructura actual del sector?

El inicio de la competencia en el mundo de la telefonía, que se produjo con la llegada de Airtel Móvil en octubre de 1995, tuvo como consecuencia inmediata una tremenda dinamización del mercado de los móviles en España.

En efecto, la puesta en marcha de diferentes productos y planes competitivos que mejoraban las condiciones para los clientes, provocó una explosión de la demanda que superó todos nuestros cálculos.

La liberalización y la competencia provocaron un crecimiento del mercado que desbordó cualquier previsión posible y originó beneficios para todos.

Esta liberalización del mercado ha resultado positiva precisamente porque todos hemos podido beneficiarnos de ella. Éste debe ser el fin de la liberalización, que todos ganen. Y ahí está el secreto del éxito de esta operación: en crear unas condiciones de mercado en las que todos los agentes puedan obtener beneficios.

Así ha ocurrido con la llegada de Airtel Móvil. El crecimiento del mercado propiciado por la ruptura del monopolio ha beneficiado a todos:

- a los operadores, que multiplicaron por 9 su facturación
- la industria que multiplicó por cinco sus ventas a operadores
- la penetración de la telefonía móvil que se multiplicó por siete
- a los clientes, que

vieron reducirse el precio de la telefonía móvil en un 38%.

Con su entrada, Airtel Móvil provocó un rápido crecimiento de la demanda y, en sólo tres años, la penetración de la telefonía móvil en España se ha multiplicado por siete y se ha puesto al nivel de la media europea, de la que nos hallábamos muy alejados.

Al mismo tiempo, Airtel Móvil ha consolidado su posición frente a la competencia con mucha rapidez, aumentando su cuota de mercado en este periodo hasta alcanzar casi un tercio del total. A finales de este año, la cartera de clientes de Airtel rondará los dos millones.

¿Y cuál es el modelo que ha aplicado Airtel para provocar esta explosión del mercado, producir benefi-



cios para todos y consolidar su posición competitiva?

Se trata de una estrategia basada en cuatro pilares fundamentales:

- la inversión, tanto en infraestructura tecnológica como en recursos humanos, que pone de manifiesto nuestra fe en este negocio.

- la imaginación y la innovación en productos y servicios, que han colocado a España a la cabeza de los países europeos en lo que se refiere a diversidad de servicios.

- la mejora constante de la calidad y del nivel de servicio ofrecido al cliente, que nos han permitido obtener en un tiempo récord todas las certificaciones de calidad, tanto en lo que se refiere al cumplimiento de la norma ISO 9001, de Gestión de Calidad, como a la ISO 14000, de Medio Ambiente.

- el fomento de la competitividad mediante acciones proactivas en precios y servicios, lo que nos ha llevado a una búsqueda constante de ofertas y soluciones imaginativas tanto en las tarifas como en los servicios.

- La aplicación de este modelo ha permitido crear unas condiciones de mercado tremendamente expansivas y muy favorables para todos.

Dentro de un mercado general de telecomunicaciones en plena expansión, parece claro que el segmento con mayor potencial de crecimiento es el de la telefonía móvil, lo que lo convierte también en el más atractivo. Experimenta un crecimiento anual por encima del 21%, lo que le llevará a superar el billón de pesetas a principios del siglo que viene. Cifra que, prácticamente, se habrá doblado para el año 2005.

Este fuerte potencial de crecimiento y los incrementos de la demanda que ya se están produciendo obligan a revisar constantemente las previsiones de penetración. De un 13% para el año 2005 calculado en 1994, hemos pasado a una previsión de más del 40% para la misma fecha.

Con la entrada en servicio del 3º operador, en un futuro próximo, el beneficio para el cliente sin duda se incrementará.

Si ésta competencia, además, se establece en términos "sanos" el beneficio se podría ampliar no solo a los usuarios sino también a

las infraestructuras, nuevos puestos de trabajo, desarrollo de tecnologías, desarrollo, en definitiva para el país.

BIT: Integración fijo-móvil, 3ª generación, datos e Internet móviles, nuevos terminales: considerando estos u otros conceptos, ¿cuál es su visión sobre la evolución tecnológica de este sector en los próximos años?

Las tecnologías inmediatas pasan obligatoriamente por desarrollar aún más la integración fijo-móvil, en un escenario de comunicaciones personalizadas: un sólo número/ un sólo terminal móvil, desde casa. Es el campo de las comunicaciones personales.

E integrados en ese sistema de telefonía móvil personalizada la totalidad de los servicios de comunicaciones actuales y los que vendrán en el futuro: E-mail, Internet, fax, datos...

El crecimiento de los servicios fijos tendrá a proporcionar un mayor ancho de banda, lo que impulsará la creación de nuevos servicios. Estos servicios pasarán al móvil con los sistemas de tercera generación.

La tecnología GSM en su camino hacia UMTS prevé la introducción de servicios orientados a paquetes GPRS.

En cuanto a los elementos de 3ª generación, destacaría el UMTS, evolución lógica de los servicios de banda ancha dentro de las comunicaciones fijo-móvil.

Respecto a la evolución de la telefonía móvil

en los próximos 3/5 años se producirá una unificación de tecnologías de IT y de las telecomunicaciones para adaptarlas al mundo de los móviles.

Dentro de 5 años el reconocimiento de voz, que hoy en día está en desarrollo, será una total realidad.

BIT: ¿Cuáles son a su juicio los aspectos que el regulador debe cuidar para favorecer el desarrollo armónico de este sector?

El regulador debe sentar las bases para una competencia seria. No se debería permitir la entrada de agentes que no estén dispuestos a generar valor para el total de la sociedad y no sólo para sus intereses.

BIT: ¿Cuáles son las líneas generales de la estrategia de su empresa u organismo en este sector para los próximos años?

Airtel Móvil, tras tres años de actividad es, sin lugar a dudas y me atrevería a decir que por general reconocimiento LA EMPRESA DEL MOVIL.

Es una empresa privada española, desarrollada en España y cuya única actividad es la telefonía móvil.

No tiene dependencias extrañas o ajenas al desempeño de su actividad y su meta es avanzar en el servicio que presta a sus clientes:

Comunicaciones cada vez más fáciles, más completas, más adecuadas al uso de cada persona y, por qué no decirlo, más baratas.

