

El Consejero-delegado de Xfera, Antonio Cantón, es conocido a pie de calle por su participación en el espectacular lanzamiento de Jazztel, a través de los medios de comunicación. Con una interesante carrera profesional, al aterrizar en Xfera lleva consigo una imagen del profesional llegado en el momento adecuado para hacer una oferta que no se puede rechazar

Antonio Cantón 'UMTS permitirá que las comunicaciones dejen de ser un simple intercambio de información'

En el momento de realizar la entrevista para Bit, su compañía afronta el reto de poner en marcha la telefonía de tercera generación, el próximo uno de agosto.

La vida profesional de Antonio Cantón tiene dos etapas muy claras: una inicial en Telefónica que dura casi veinte años, y la posterior a 1997, cuando deja la compañía para incorporarse a la etapa liberalizadora del sector. Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid, Cantón ocupó varios cargos directivos en Telefónica, entre ellos el de

Subdirector General Comercial y Consejero Delegado de Telyco. Pero en el año 1997 Cantón pasa a trabajar con Telecom Italia en el proyecto "España". Posteriormente, es director de la unidad de negocio de telecomunicaciones de Retevisión.

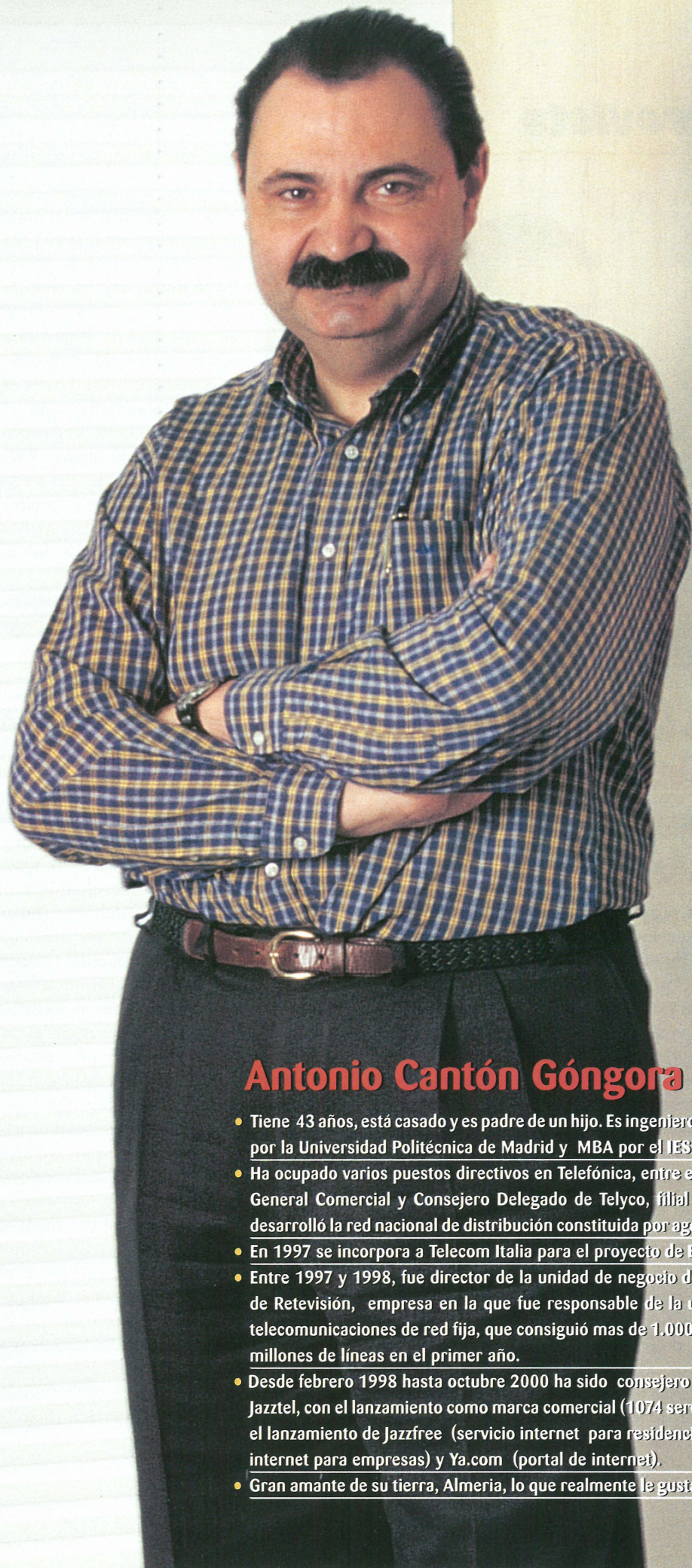
Desde febrero del 1998 hasta octubre del 2000, ha sido consejero-director general de Jazztel. Hoy continúa en el ojo del huracán, lo que otorga a sus opiniones y puntos de vista un valor adicional.

A todo ello, hay que añadir el carácter de Antonio Cantón como almeriense militante,

que disfruta cultivando naranjas y visitando su tierra, donde piensa retirarse algún día.

Empezaste en Telefónica, primero como técnico y luego te pasaste a lo comercial

Antonio Cantón. Antes incluso de terminar la carrera, entré en Telefónica como becario. Empecé como ingeniero puro, en planificación y luego fui integrado en el área financiera durante cinco años. Pasé luego al grupo de empresas de la compañía y los últimos cinco o seis años, estuve en el área comercial como subdirector general.



Antonio Cantón Góngora

- Tiene 43 años, está casado y es padre de un hijo. Es ingeniero de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid y MBA por el IESE.
- Ha ocupado varios puestos directivos en Telefónica, entre ellos el de Subdirector General Comercial y Consejero Delegado de Telyco, filial de Telefónica, donde desarrolló la red nacional de distribución constituida por agentes independientes.
- En 1997 se incorpora a Telecom Italia para el proyecto de España.
- Entre 1997 y 1998, fue director de la unidad de negocio de telecomunicaciones de Retevisión, empresa en la que fue responsable de la unidad de negocio de telecomunicaciones de red fija, que consiguió más de 1.000.000 de clientes y 1,5 millones de líneas en el primer año.
- Desde febrero 1998 hasta octubre 2000 ha sido consejero – director general de Jazztel, con el lanzamiento como marca comercial (1074 servicio de telefonía fija); el lanzamiento de Jazzfree (servicio internet para residenciales); Jaznet (servicio internet para empresas) y Ya.com (portal de internet).
- Gran amante de su tierra, Almería, lo que realmente le gusta es cultivar naranjas.



Tu vida profesional tiene dos periodos evidentes: hasta el 97, en Telefónica y luego en Retevisión, Jazztel y Xfera ¿Cómo viviste estas etapas?

Antonio Cantón. He tenido la suerte profesional de estar en el mejor sector de la economía española y en el momento más mágico que es cuando ha vivido la transformación de pasar de una estructura de monopolio, de una empresa concebida como un servicio público, a transformarse en un sector que es el que más dinamiza la economía nacional y que tiene la mayor capacidad de transformar al resto de los sectores. Y he tenido la suerte de vivir esa evolución. Telefónica me formó muy bien, ha sido la gran escuela del sector, un buen indicador de lo que significa Telefónica se traduce en la propia imagen que tiene en el contexto europeo y americano. No es gratuito que sea la compañía europea con mayor capitalización bursátil. En el 97, Telecom Italia me hace una oferta en un momento en

Hace falta un esfuerzo de la Administración para que UMTS sea una realidad pionera desde España

que estaba organizando su plan de despegue internacional en Europa. Me marché para trabajar en el proyecto "España" con varios proyectos de inversión en nuestro mercado. Tuvimos la oportunidad de participar en el proceso de privatización de Retevisión. Participaba France Telecom en una y Telecom Italia en otra por medio de sus socios, Endesa y Unión Fenosa y tuvimos la fortuna y la capacidad de ganar. Posteriormente, me dediqué a lanzar el negocio de telecomunicaciones de Retevisión, un año y medio muy gratificante, profesional y personalmente. Tuvimos aquél anuncio de la cabina tan impactante, su mejor símbolo. Me llevó a descubrir un nuevo mun-

do profesional. Telefónica era un mundo muy sólido, pero Retevisión era un grupo joven, preparado. El reto de montar una estructura competitiva era un acicate.

Luego aparece Jazztel, una empresa con unas características únicas ¿no?

Antonio Cantón. Surgió la posibilidad de montar Jazztel, un proyecto de características especiales. Nace cuando se inician las oportunidades en España, con la novedad de traer al mercado español un nuevo modelo de financiación, muy intensivo en inversión, entre 200 y 300 mil millones. Históricamente, estábamos acostumbrados a aso-

ciarestos volúmenes con grandes corporaciones. Jazztel fue el primero aunque no el único proyecto, que demuestra que con imaginación, esfuerzo, capacidad de asumir riesgos y gestionarlos es posible encontrar recursos. Jazztel es una bandera para todo el que tenga una idea empresarial, de negocio intente desarrollarlo. Las reglas del juego han cambiado, hoy se pueden aplicar formulas imaginativas de financiación y gestión.

Tu participación en la campaña de Jazztel fue impactante ¿cómo la viviste?

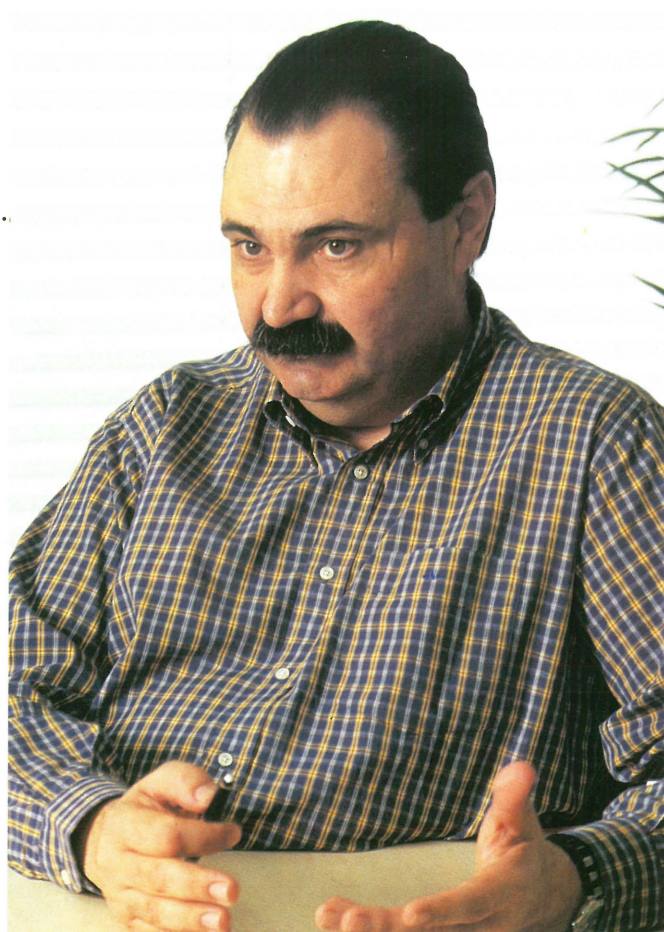
Antonio Cantón. Fue una decisión difícil, aunque tengo un punto de osadía. Desde el punto de vista del negocio, necesitábamos conseguir un impacto, comunicar muy bien con la sociedad, contando con un presupuesto muy ajustado. Queríamos señalar los grandes atributos de Jazztel: un buen conjunto de profesionales y que estábamos dispuesto a romper las reglas del juego y trasladar al mercado los beneficios de las nuevas soluciones tecnológicas, con precios muy competitivos. Vino la apuesta de la agencia de comunicación por una publicidad comparada y un testimonio. Los propios gestores de la compañía teníamos que salir a transmitir confianza y compromiso a través de los medios. Desde el punto de vista empresarial, fue un éxito y desde el personal tuve que acostumbrarme a que me reconocieran en la calle, a la pérdida de privacidad en la esa época, al vértigo que sientes por hacer una actuación de esas por primera vez

¿Cómo aplicarías tu experiencia profesional a las nuevas generaciones de telecos?

Antonio Cantón. Trataría de trasladarles la necesidad de formarse en gestión, asumir los retos que suponen estimular la ambición para abrir el horizonte profesional, no sólo dentro del sector, sino incluso dar el salto a gestionar empresas en otros ámbitos. Eso en dos direcciones, dentro de telecomunicaciones y fuera del sector, con responsabilidades globales y menos técnicas, para que las demás áreas transformen sus relaciones con los clientes, su presencia en el mercado y se modernicen. Todos los profesionales en general, y los telecos en particular, tenemos que abrirnos y aceptar los elementos que la sociedad ofrece para conseguir nuestro objetivo.

En cuanto a tu empresa actual, Xfera, que es la cuarta en conseguir la licencia de móviles de tercera generación ¿consideras que sin GSM tiene más difícil conseguir sus metas?

Antonio Cantón. No soy objetivo sobre Xfera, lógicamente, pero he de decir que este proyecto no es el cuarto operador de móviles, sino el primer operador de un nuevo modelo de negocio alrededor de las infraestructuras y los servicios que tradicionalmente presentaba un operador de telecomunicaciones móviles. Me siento entusiasmado en cuanto a las posibilidades que ofrece este nuevo modelo de negocio y la tecnología que hay detrás, el UMTS. No contar con una licencia GSM puede significar un problema



Telefónica me formó muy bien, ha sido la gran escuela del sector



inicial, porque las nuevas tecnologías son un proceso gradual. Pero estamos trabajando sobre cómo incorporar soluciones, servicios y ofertas apoyadas en GPRS que permiten ofrecer soluciones de internet móvil.

Estáis construyendo las infraestructuras, pero parece que el desarrollo de los terminales va lento ¿puede afectar al plan de negocio previsto?

Antonio Cantón. Un modelo de negocio hoy debe considerar el que la implantación de las nuevas tecnologías vaya paso a paso. Tenemos muchas experiencias en que los primeros pasos han sido bastante graduales, pero luego viene una eclosión. Ha ocurrido con la penetración de internet, con las comunicaciones móviles o servicios de datos, con los mensajes cortos. Una vez que se incorporan a las primeras capas de población, se transmiten rápidamente. Todos en la industria apostamos por un fenómeno parecido. Hace falta un esfuerzo de inteligencia de la Administración para que el desarrollo de UMTS sea una realidad pionera desde España y que ello cumpla el objetivo de introducir más competencia en el mercado. Está la fecha determinante del 1 de agosto y estamos trabajando para contar con las infraestructuras adecuadas, pero el retraso de los terminales parece que no va permitir hacer lanzamientos comerciales a lo largo de este año. Respecto al que viene, veremos cómo evoluciona.

Se habla mucho de la posibilidad de nuevos entrantes ¿crees que es suficiente la competencia que ya existe, o cabrían más posibilidades?

Entrevista

Antonio Cantón. Plantear un nuevo modelo de operador móvil exige un ejercicio muy intensivo de inversión, mientras que en la telefonía fija es factible hacer operaciones de selección a la hora de desarrollarlo, en cuanto al tipo de clientes, zona geográfica, etc. Las telefonías móvil son diferentes por la cobertura. Un operador tiene que disponer de soluciones tecnológicas para ofrecer sus servicios en cualquier punto de la geografía y en cualquier momento. Hay un indicador interesante, y es que el modelo norteamericano es inferior en resultados al europeo en penetración. El grado de servicio es mucho mayor en Europa, aunque los precios medios sean más altos. Las grandes operadoras norteamericanas están incorporando el standard UMTS, tanto como referencia de nuevas infraestructuras, como para nuevos servicios. ¿Nuevos operadores? Hay que ser prudente, puede haberlos pero que sean competidores reales, con una mínima cuota de mercado, con economías de escala y capacidad para ser eficiente. La competencia se consigue si los que hay en el mercado tienen capacidad real. En un mercado como el francés, no ha habido candidatos para licencias UMTS, hay que tenerlo en cuenta.

La forma de pago, el pre pago, el hecho de que pague el que llama o el llamado, puede tener mucha importancia ¿cómo lo ves en tu caso?

Antonio Cantón. Para mí, la gran transformación que, en términos de modelo de negocio incorpora UMTS, se basa fundamentalmente en eso, en que no necesariamente va a estar ligado a la facturación la utiliza-



ción temporal de la infraestructura. Por el contrario, la capacidad de facturación de esa infraestructura y su modelo de negocio va a estar ligado al valor añadido que se derive del volumen de información que se transfiera. Por tanto, llevado al extremo, se facturará por tiempo, por volumen de información y por valor añadido. Habrá muchos nuevos modelos de negocio que ofrezcan servicios a los usuarios finales, cuyo valor será dado por el servicio que hay tras esa información que recibe. UMTS va a permitir que las comunicaciones móviles dejen de ser un simple intercambio de información, para permitir a empresas financieras, administración pública, empresas con ofertas de ocio facturar por el valor incorporado a la información que ofrecen.

Y, sin duda, el éxito del modelo japonés es la gran cantidad de aplicaciones que han desarrollado ¿estáis trabajando en algo parecido?

Antonio Cantón. Para montar un gran operador móvil primero hay que generar una buena calidad en la oferta, con una orientación muy próxima al cliente. Pero el gran elemento diferencial serán las nuevas aplicaciones y servicios. Nosotros apostamos por un nuevo marco, más abierto con muchos más agentes, apoyándose en nuevas aplicaciones más operativas. Los nuevos operadores móviles van a cambiar el mercado con su presencia y también con su forma de dirigir su oferta: más personal, segmentada y dirigida a cada grupo de clientes. Mucho más individualizada que en el modelo actual.

Sobre el cañonazo del "canonazo", la tasa que quiere aplicar la Administración ¿cómo piensas que pueda afectar al sector?

Antonio Cantón. La Administración española ha sido pionera al lanzar los concursos UMTS, se atuvo a unos bare-

mos que parecían adecuados al momento. Luego, en otros países han tenido lugar otras concesiones por diferentes vías y ha evolucionado hacia otras soluciones, buscando aprovechar otras experiencias. Pero lo que quiere nuestra Administración es que la economía española pueda capitalizar las ventajas de estas nuevas tecnologías. Y estoy convencido de que habrá un ejercicio de racionalidad y consolidará un modelo que permita que estos proyectos se desarrollen, sin por ello renunciar a trasladar a los operadores aquello que por cesión del espectro se considere oportuno. Estoy convencido de que la Administración va a ser muy prudente para que se consolide una competitividad adecuada, y conforme a una prudente gestión del espectro. Se hará más acorde respecto a la capacidad de generar ingresos de los operadores, para que permita que se consolide rápidamente. 