

SANTIAGO FERNÁNDEZ VALBUENA, PRESIDENTE DE TELEFÓNICA EN LATINOAMÉRICA

# “Los clientes son más y quieren más calidad”

## ¿Qué representa hoy América Latina para Telefónica?

La región ha consolidado su papel como fuente de crecimiento en el grupo. Nuestras operaciones en 14 países de la región ya representan un 51% de los ingresos totales de la compañía a nivel global. Además, estamos posicionados como un jugador clave, con 217,9 millones de accesos, 181,6 millones de clientes móviles, una inversión sostenida y una visión a largo plazo.

## ¿Qué desafíos plantea el avance de la telefonía móvil?

Creemos que el mercado de la telefonía móvil en la región aún tiene mucho potencial de crecimiento, en especial con las tecnologías 3G y 4G. La penetración de smartphones en Latinoamérica es del 14%, frente al 30% en Europa. En ese sentido, el “boom” de los datos móviles y de su uso aún sigue siendo una oportunidad por los múltiples beneficios que presenta para los usuarios.

## ¿Cuál ha sido el avance en el despliegue de la tecnología 4G?

Desde hace dos años venimos participando y adjudicándonos porciones de espectro para el despliegue de 4G en Brasil, Chile, Colombia, Perú y Uruguay. Ya hemos lanzado comercialmente estos servicios en varios países (México, Brasil, Chile, Colombia y Perú,) y aún estamos a la espera de las próximas licitaciones en

Este académico, vinculado al IE y la Universidad Complutense, y con una carrera ejecutiva con fuerte énfasis en lo financiero, cumplirá pronto su tercer año a cargo de las operaciones latinoamericanas de la multinacional española. En conversación con **AméricaEconomía** resume los desafíos estratégicos y tecnológicos de la compañía.

**Tamara Muñoz**

la región, especialmente en la banda de 700 MHz (que ya se ha lanzado en Chile).

## Existe mucha inquietud sobre la calidad de los servicios. ¿Cómo enfocan sus esfuerzos para mejorarla?

En los nueve primeros meses de 2013 invertimos más de US\$ 4.100 millones en la región, pues entendemos que con los nuevos dispositivos móviles en aumento, la demanda de datos se incrementa, y son necesarias nuevas tecnologías para brindar mayor rapidez y calidad del servicio.

## ¿Qué áreas de servicios están priorizando a nivel regional?

Una de nuestras áreas prioritarias es la transformación de las operaciones fijas. La fibra jugará un papel fundamental para desarrollar propuestas de valor altamente competitivas para los clientes con mayor demanda de velocidad. Telefónica ha decidido impulsar FTTH, también conocida como fibra hasta la casa o fibra hasta el hogar, como tecnología insignia para proporcionar servicios convergentes.

Otro proyecto regional es el servicio mayorista de internet satelital para hogares. Estamos muy satisfechos en ser los pioneros de esta tecnología a través de Media Networks, la unidad de Telefónica Digital que presta servicios mayoristas de TV pagada e internet satelital, soluciones audiovisuales, generación de contenidos y ad sales a distintas empresas y operadores. Esta tecnología tiene enorme potencial en la



No todo es móvil para Fernández Valbuena. La red fija también es sexy.

región, al complementar la cobertura de las redes fijas y móviles para incorporar a millones de latinoamericanos a la sociedad de la información.

### ¿Qué lugar ocupa el cliente en esta cartera de proyectos?

Nuestro desafío es consolidarnos como una telco digital líder, con actitudes orientadas a sorprender y descubrir una agenda enfocada en la acción y una red de atención capilar y especializada. El objetivo es brindar a los usuarios la red de telecomunicaciones de mayor calidad, con servicios innovadores y una mayor simplificación de las tarifas.

Desde luego, el desarrollo tecnológico y la sofisticación de los servicios suponen que nuestros clientes cada vez exigen más de nosotros. Y los clientes no solamente son más en número, sino que requieren mayor calidad. En este sentido, el despliegue de 4G, en el que venimos invirtiendo, nos permitirá ofrecer velocidades de acceso muy elevadas, mejorando así la experiencia del cliente a la hora de usar aplicaciones multimedia desde sus dispositivos móviles, sean tablets o smartphones.

### ¿Cuál será la mayor apuesta de Telefónica en América Latina en 2014?

Para este año queremos seguir trabajando en la evolución de la red de datos de alta velocidad. También en la masificación de los smartphones. En este sentido alianzas como la que hicimos con Firefox son de ayuda. Ya lanzamos dispositivos con el sistema operativo Mozilla en Colombia, Venezuela, Brasil, Perú, Uruguay y México, y este año planteamos llegar a otros países, comenzando por Chile en el primer semestre. Otro aspecto será la aceleración del crecimiento de nuestra oferta con Telefónica Digital: servicios machine-to-machine (M2M), "cloud" integrado con servicios de Tecnologías

de la Información y la Comunicación, seguridad para particulares y empresas, servicios financieros y salud.

**¿Qué servicios contemplan para este año?**

Este año hemos comenzado con un lanzamiento de Telefónica Global Solutions, Universal Wi-Fi, un servicio especialmente diseñado para el segmento multinacional y de grandes empresas, que representa una importante extensión del portafolio de servicios de Movilidad Gestiona-



**Universal Wi-Fi es una herramienta para potenciar el trabajo colaborativo fuera de la oficina y en desplazamientos nacionales e internacionales. Incluye 1,3 millón de hotspots en 110 países.**

da. Universal Wi-Fi está concebido como una herramienta para ayudar a las empresas a desarrollar y potenciar el trabajo colaborativo fuera de la oficina y en desplazamientos nacionales o internacionales. El nuevo servicio proporciona a nuestros clientes una extensa cobertura a nivel mundial, con más de 1,3 millón de hotspots de diversos proveedores en 110 países, incluidos los 14 donde operamos en América Latina.

**¿Cómo resume los grandes retos de la empresa hoy?**

El proceso de transición de voz a datos y de fijo a móvil está transformando radicalmente la industria. Los mercados latinoamericanos vienen afrontando una alta competitividad, lo cual impacta en los indicadores financieros. Existen importantes retos



En este edificio en São Paulo se reúne la plana mayor de Telefónica en la región.

que se deben abordar en los próximos años en el ámbito regulatorio e institucional para acelerar la reducción de la brecha digital en los países de la región.

Otro aspecto importante son los acuerdos con otras empresas, como los firmados con NII Holdings, por

los que Telefónica proveerá a Nextel Brasil y Nextel México; con Millicom en Colombia para el despliegue de redes 4G-LTE, con Virgin Mobile en México, Chile y Colombia, o la alianza con Iusacell para el uso recíproco de servicios mayoristas iniciada hace dos años. ■