

"2008. Las asignaturas económicas pendientes: cambios y reformas necesarias. Perspectivas económicas y puntos de vista al respecto"

TELECOMUNICACIONES

José Manuel Petisco, director general de Cisco España



España está viviendo un verdadero despegue tecnológico debido al retraso existente en I+D respecto a otros países europeos. Esta situación convierte a España en un país especialmente interesante para invertir, con lo que las operadoras, el sector público, las grandes empresas, las pymes y el mercado de consumo doméstico ocupan una posición estratégica en términos de negocio para el sector de la tecnología.

Este periodo de "transición y avance tecnológicos" hace posible el desarrollo de una nueva arquitectura de Red que impulse la Web 2.0; las nuevas soluciones y aplicaciones empresariales de colaboración como Telepresencia, Webex o las soluciones Visual Networking que permiten acceder a los contenidos digitales desde cualquier lugar y en cualquier momento, adaptándose a las nuevas necesidades y sin importar el dispositivo que se utilice.

Por otro lado, el increíble aumento del consumo de Internet por parte de particulares está iniciando un importante cambio tecnológico en la sociedad. De hecho, se prevé que el consumo por parte de particulares supere al empresarial en el 2008 sobre todo impulsado por las descargas de vídeo.

José Francisco Olascoaga, presidente Entel IT Consulting



El nuevo ciclo económico que atraviesa Europa debido a la desaceleración económica que vivimos, supone un desafío para las empresas españolas y una apuesta en desarrollo frente a competidores provenientes de cualquier lugar del mundo.

Si miramos al futuro, el reto para consolidar el desarrollo social y económico de España seguirá siendo la innovación. Una innovación entendida como la inversión necesaria que le permite contar con los mejores profesionales y trasladar beneficios tangibles a los clientes a la hora de poner en el mercado fórmulas y herramientas más eficientes y sofisticadas para atender sus necesidades tecnológicas que permitan optimizar el desarrollo de todo tipo de negocio y de sus servicios asociados.

Una estrategia acertada es la que ofrece servicios profesionales e innovadores al mercado. De esta manera hemos conseguido un crecimiento sostenible, ganar el reconocimiento del sector y, sobre todo, la credibilidad y confianza de nuestros más de 100 clientes y 500 profesionales.

No sólo hay que medir lo que aportan las nuevas tecnologías a las organizaciones y empresas en términos de ahorro o retorno de inversión, sino también las ganancias que se generan por el incremento de la productividad, por ayudar a la fidelización de clientes, o por permitir el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio. Por todo ello, la innovación debe entenderse como el gran activo y el gran reto de la empresa española.

Ingemar Naeve, consejero delegado de Ericsson España



Acabamos de cerrar un año que hemos de considerar positivo para el desarrollo de nuestra compañía en España. El despliegue de banda ancha, tanto fijo como móvil, ya es una realidad y, según las últimas estimaciones, son ya más de 10 millones los usuarios con servicios 3G y más de 8 millones los usuarios con servicios de banda ancha fija.

El mercado de banda ancha nos proporciona unas oportunidades extraordinarias a la hora de llenar estas redes con nuevos servicios innovadores y atractivos para los usuarios. Sin duda, en nuestro mercado hemos pasado de una fase centrada en el despliegue de infraestructuras a otra en la que el centro del negocio se desplaza cada vez más a los nuevos servicios y aplicaciones. Este es la dinámica esencial de la sociedad de la información en la que nuestra compañía ha jugado y quiere seguir jugando un importante papel.

Por otra parte, vemos una creciente competencia en todos los segmentos de negocio, lo que nos obliga a buscar mayor eficacia en nuestros procesos y maneras de trabajar. Vemos con ilusión el futuro, pero somos conscientes de que, junto a todas estas posibilidades, se alza el desafío que supone mantener nuestra posición de liderazgo en un mercado cambiante. Como aseguró nuestro CEO, Carl-Henric Swanberg, "lo que nos trajo aquí no nos mantendrá aquí" y, sin duda, es esta renovación de la compañía nuestro auténtico reto.

Regino Moranchel, consejero delegado de Indra



Los temores de recesión en EE UU y los problemas de liquidez del sistema financiero han hecho que buena parte de las principales autoridades monetarias mundiales hayan cambiado durante el último semestre sus políticas monetarias, desde unas políticas restrictivas a unas políticas expansivas. A pesar de la desaceleración económica prevista para el actual ciclo económico, las perspectivas en el sector de Tecnologías de la Información son favorables, con crecimientos previstos por encima del crecimiento económico. Hay en día las organizaciones se encuentran mucho más sensibilizadas sobre

el papel que juega la tecnología para garantizar su competitividad y calidad de servicio, y como motor de crecimiento básico. A pesar de que el control de costes sigue guiando las inversiones en tecnología de las organizaciones, la innovación, como generadora de ventajas competitivas, está ganando peso en las decisiones de inversión. Además, la mayor confianza en la externalización como vía de acceso a herramientas tecnológicas avanzadas a un menor coste está favoreciendo también el crecimiento de la demanda de servicios de Tecnologías de la Información.

En este contexto, Indra pretende continuar con su estrategia de creación de valor, con una oferta de soluciones y servicios que supone un modelo de gestión global de las necesidades del cliente, desde el diseño de una solución, pasando por su desarrollo e implantación, hasta su gestión operativa. Nuestro principal reto, pero también nuestra principal oportunidad para los próximos años es continuar trasladando nuestro liderazgo en el mercado español a los mercados internacionales y convertirnos en un actor global en los principales mercados de ámbito mundial.

Manuel Torres, presidente Motorola España S.A.



El año 2008 se presenta como un año de transición en lo que respecta a nuestra compañía, todo ello debido a la evolución del mercado de móviles que lleva a la adopción de las nuevas tecnologías, como 3G, y en cuyo campo nos hemos quedado un poco por detrás de nuestra competencia.

A lo antaño expuesto hay que añadir la incertidumbre económica a la que se enfrenta el mundo, se habla de desaceleración, pero los menos optimistas ya hablan de recesión y al ser cada día más globales, es seguro que la recesión de un país arrastrará a los demás.

Desde el punto de vista tecnológico, durante el año 2008 se oirá hablar de la siguiente generación de tecnologías de banda ancha a gran velocidad, como WiMAX, LTE, UMB y de otras tecnologías como las Ferritecoides que nos proporcionarán mejor cobertura en interiores como, ó la IPTV, que permitirán ofrecer a los usuarios líneas unos servicios y unas aplicaciones a unas velocidades hasta ahora nunca vistas, y que en definitiva nos ayudarán en nuestro trabajo y en nuestro entretenimiento cotidiano; en todas estas tecnologías Motorola está presente y sin duda ayudará a un despliegue rápido y en todos los mercados.

Sin más felicitar, a *El Nuevo Lunes* en su 27º aniversario deseándole que cumple muchos más.

Marleta del Río, consejera delegada de Nokia



El nuevo ciclo económico tiene un desafío prioritario tanto para la economía como para la sociedad: el reto de la movilidad, el desarrollo de un sistema de servicios a través del móvil de óptima calidad, algo que cada vez con más fuerza exigen los usuarios de todas las edades y condiciones.

Hoy en día, el panorama ha cambiado tanto que la movilidad es una realidad cotidiana e ineludible para todos los españoles, tanto en su ámbito profesional como personal. Los móviles son parte de nuestras vidas como una herramienta indispensable, a la que nos sería imposible renunciar. Prueba de ello es que, en 2007, se vendieron en el mundo 60,5 millones de dispositivos convergentes (30 millones, en 2006), 200 millones de terminales con cámara y aproximadamente 146 millones, con reproductor de música.

Para Nokia, líder del mercado tanto a escala nacional como mundial, la estrategia en 2008 y durante el nuevo ciclo económico será la misma que venimos manteniendo a lo largo de los años: trabajar estrechamente con nuestros clientes y escuchar las necesidades de los consumidores, ahora también en el terreno de Internet y los servicios.

Durante los próximos años Nokia quiere seguir creciendo para ofrecer lo que sus usuarios demandan cada vez más: acceder a redes sociales, juegos, música e Internet; comprar, probar y compartir un amplio abanico de servicios, de ocio y profesionales. Por ello, confiamos en que este nuevo ciclo será el de la "cuarta pantalla" —la de móvil— que supone la evolución de las pantallas: del cine, de la televisión y del PC, que se han sucedido como vías de entretenimiento.

Jean Marc Vignolles, consejero delegado de Orange



Nos encontramos en un momento muy dinámico, con una creciente competencia y un cliente cada vez más exigente. El uso de la televisión móvil e Internet ha pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana, tanto en el ámbito empresarial como personal. En este contexto cada vez más competitivo, los márgenes son cada vez más pequeños y, por ello, los operadores debemos ser capaces de ofrecer al mercado servicios integrados y ofertas convergentes que nos permitan aumentar o mantener nuestras cuotas de mercado y el valor de la cartera de clientes.

Esto sólo es posible mejorando la experiencia de nuestros usuarios, aumentando sus niveles de satisfacción y, en definitiva, situando al cliente en el centro del negocio, algo en lo que en Orange somos pioneros. Por ello, nuestra compañía se encuentra en una posición única en España para convertirse en el operador integrado de servicios de telecomunicaciones de referencia del mercado español. De cara al próximo año, y en el terreno de nuestro negocio como operadoras, avanzaremos además hacia el modelo más óptimo para obtener ingresos adicionales en contenidos y servicios.