

Entrevista a Mariano Galán

Director Territorial Centro. Unidad de Negocios Empresas y AAPP de Vodafone

“Consideramos que la movilidad, la innovación y la sostenibilidad son elementos claves e imprescindibles para recuperar el impulso económico, la competitividad y el empleo”

Carlos Marcos, Subdirector General Adjunto de Aplicaciones de la Agencia Estatal de Administración Tributaria y director del programa que ocupó el Meeting Point 2013, entrevistó a Mariano Galán, Director Territorial Centro. Unidad de Negocios Empresas y AAPP de VODAFONE.

Ante opiniones de algún medio de comunicación sobre la necesidad o no del uso de los teléfonos móviles en la Administración pública para uso profesional, considerando incluso que pueden suponer un gasto superfluo ¿Cuál es su punto de vista?

La propuesta de Vodafone se apoya en tres tendencias que se adaptan perfectamente a las posibles necesidades del Sector Público: voz móvil, banda ancha para todos y servicios y aplicaciones en modelo cloud (en la nube), todo ello integrado en una oferta total de comunicaciones unificadas que conforma la completa propuesta de Vodafone para la Ad-

ministración. No se trata de un gasto superfluo, muy al contrario.

La ventaja de la prestación de estos servicios en movilidad, con soluciones integradas y de fácil implementación, es que todo está en la nube. El cloud permite a las administraciones públicas disponer de un sistema de comunicaciones unificadas, transparente y fácilmente gestionable, sin necesidad de inversiones en equipamiento adicional como centralitas. Y, todo ello, con una única factura. Los servicios se prestan desde la red sin necesidad de instalaciones adicionales por parte del cliente. Ello permite reducir los tiempos de mantenimiento, gestión y actualizaciones, dejando al departamento técnico centrarse en otros objetivos mientras convierte una inversión fija (centralita, licencias de software, equipamiento de cliente...) en un gasto variable (que no impredecible), lo que permite predecir costes y adaptarlos en función de las necesidades de crecimiento.

La sociedad española ha adoptado masivamente Internet en el móvil. Su compañía tiene capacidad para conocer cuáles son las principales tendencias: cómo usan y explotan los ciudadanos todas las posibilidades que los teléfonos smartphone ofrecen a día de hoy. ¿Se ha convertido el smartphone en una herramienta indispensable para el ciudadano?

Los smartphones han supuesto una revolución, tanto desde la perspectiva del usuario como del de las empresas. Según un estudio de Intel, el 80% de los usuarios duerme ya con su smartphone y la banda ancha móvil no deja de crecer. Si en 2011 el número de líneas activas aumentó un 59%, en 2012 lo hizo en un 68%, y ya superan los 20 millones las líneas asociadas a los datos.

El desarrollo de los smartphones ha ido paralelo a la evolución de las redes móviles de transmisión de datos. Ya estamos en la cuarta generación con Vodafone 4G, que hemos presentado ya en quince ciudades



españolas y que supone todo un hito en la evolución del smartphone hasta convertirse en el dispositivo por excelencia para el ciudadano.

Las telecomunicaciones han facilitado el desarrollo de soluciones y aplicaciones. Asistimos a una eclosión de tecnologías innovadoras como NFC, los sistemas de pago por móvil, transmisión máquina a máquina o cloud computing, que permite disponer de un sistema de comunicaciones unificadas transparente y fácilmente gestionable sin necesidad de inversiones en equipamiento adicional, ya que los servicios se prestan desde la red. Con todas estas tecnologías al alcance de la mano, nuestras interacciones con empresas o administraciones públicas e incluso entre personas se han modificado y mejorado. Cada vez se tienen más en cuenta los gustos, preferencias, redes de contactos y localización de las personas y, en el futuro, estos datos tendrán mucho valor para las empresas. Los dispositivos móviles son una

nueva vía desde la que dar a conocer los productos, y el marketing móvil se ha convertido por este motivo en una herramienta imprescindible para ser más eficientes, mejorar la productividad y continuar en la senda de la innovación.

¿Qué opina sobre la Reforma de las Administraciones Públicas que está ejecutando actualmente el Gobierno?

Nuestra compañía defiende que la agregación de demanda no derive en la contratación de un proveedor único para todos los servicios de comunicaciones o TIC; que los procesos de contratación distinguan diferentes familias de servicios (voz, datos etc...); que la contratación de servicios no se oriente a soluciones técnicas y sí a servicio final a cliente o funcionalidad. A la vez, apuesta por las soluciones innovadoras como camino de ahorro, no inversión, y por las nuevas tecnología.

Vodafone España está haciendo importantes inversiones reforzando su posición como gran operador de referencia en nuestro país capaz de proveer a cualquier tipo de empresas, ¿podría darnos detalles al respecto?

Creemos que la estrategia seguida en los últimos meses en Vodafone España es la adecuada. A lo largo de 2013 hemos trabajado para mantener la competitividad de nuestra oferta, dar el mejor servicio y ser eficientes en costes, además de mantener nuestra inversión en infraestructuras de red. Todo ello hará que algunas pautas de crecimiento se mantengan, como es el caso de los datos móviles, y aumenten las posibilidades para emprendedores entorno al desarrollo de nuevas aplicaciones, lo que posibilitará, sin duda, la creación de empleos indirectos para partners, desarrolladores, etc.

Consideramos que la movilidad, la innovación y la sostenibilidad son elementos claves e imprescindibles para recuperar el impulso económico. »



co, la competitividad y el empleo. Además, queremos continuar trabajando en el desarrollo de una Sociedad de la Información donde la tecnología y las oportunidades estén a disposición de todos, independientemente de sus condiciones particulares o de dónde vivan. En nuestro ADN está ser inversores e innovadores, lo que nos ha permitido superar momentos difíciles, incluso el que estamos viviendo ahora.

Las claves de nuestro trabajo para los próximos años son seguir siendo líderes en comunicaciones móviles, impulsar el desarrollo de la red de banda ancha móvil, reforzando la cobertura y preparando la infraestructura para la próxima generación que proporcionará velocidades inéditas hasta la fecha.

Las nuevas tecnologías han abierto nuevas vías de comunicación como las Redes Sociales ¿Qué cambios considera que ello ha supuesto en la sociedad?

Las operadoras hemos apreciado un importante cambio en el comportamiento de los usuarios. Cada vez la comunicación evoluciona más hacia las redes sociales, y lo que comentábamos antes de la presencia constante del smartphone en las vidas de los usuarios, contribuye a esta tendencia.

Esto supone que el cambio en el comportamiento de los clientes se traduzca no solo en su mayor presencia en todos los canales online que Vodafone pone a su disposición, sino también en el contenido de sus dudas, preguntas y operaciones. Se está produciendo una evolución desde las sencillas transacciones para cambio

de tarifas, hasta otras mucho más variables en torno a la configuración de smartphones, alta en servicios de datos, etc.

Nuestro objetivo es apostar por las nuevas tendencias de Internet para ayudar a resolver las dudas de los clientes. En los últimos meses hemos observado cambios claros en su comportamiento a la hora de resolver dudas o buscar ayuda, motivados principalmente por el auge de los smartphones. El usuario de este dispositivo tiene nuevas necesidades y el modelo de autogestión online es la mejor respuesta a sus demandas. *