

Telefónica confía en acelerar el despliegue del 5G “a partir de julio”

REDES/ El presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, señaló ayer que, si la subasta de los 700 MHz finaliza en el segundo trimestre, “los despliegues de 5G se acelerarán y los adecuaremos al ritmo necesario”.

Jesús de las Casas. Madrid
Telefónica espera que la nueva etapa del 5G en España empiece a escribirse a mediados de 2021, una vez que la subasta del espectro de 700 megahercios (MHz) permita concretar sus planes de inversión. “Si la subasta acaba en el segundo trimestre, a partir de julio de este año los despliegues van a acelerarse y los adecuaremos al ritmo que tenga sentido para cubrir la demanda y las expectativas de los clientes”, apuntó ayer Emilio Gayo, presidente de Telefónica España, durante la última edición de *Tecnodesayunos con Ignacio del Castillo*, que organizaron EXPANSIÓN y Arca. “Telefónica España va a liderar el 5G en este país”, aseguró Gayo.

Este será el comienzo del despliegue de 5G sobre la banda de 3,5 gigahercios (GHz), una fase en la que aún no estará a pleno rendimiento pero sí dará un salto cualitativo en cuanto a sus capacidades. El 5G avanzado, denominado 5G *standalone* o autónomo, llegará más tarde.

Esta versión es la que dará lugar a un aumento exponencial en la capacidad de los dispositivos conectados y una disminución de la latencia a mínimos. “Estamos a la expectativa de que los desarrollos de los propios fabricantes terminen de plasmarse, pero empezaremos a verlo sobre finales de 2021 o en 2022”, indicó Gayo.

En este punto, se convertirán en realidad aplicaciones industriales como el control de drones y robots autónomos y podrá generalizarse el uso de la realidad aumentada o virtual. “Este año empezaremos a acelerar estos despliegues, porque entendemos que ya en 2022 vamos a comenzar a ver resultados del 5G. Esperamos la primera monetización en el mundo empresarial, que es donde será más claro identificarla”, añadió.

El presidente de Telefónica España consideró que el Gobierno es consciente de la relevancia del 5G en la digitalización de España, pero hizo hincapié en la necesidad de revisar el precio de la inminente subasta. En este sentido, resaltó que “el precio da una medida de la sensibilidad

Para Gayo, el proceso de consolidación del sector es “positivo” para España

En 2021 el 50% del negocio con grandes empresas ya vendrá de la transformación digital

El 5G ‘standalone’ o completo se empezará a desplegar a finales de 2021 o 2022

La capacidad de monetización del 5G residirá en sus aplicaciones empresariales

a la importancia del desarrollo del 5G, y yo tengo la esperanza de que esos precios finalmente reflejen esa sensibilidad que creo que existe en el Gobierno”.

Con la integración de Más Móvil y Vodafone en el horizonte (ver pág. 7), Gayo aseveró que la compañía apoya el proceso de consolidación del sector en España. “Se van a dar todas las condiciones para que este proceso se produzca. Construir operadores más fuertes que sean capaces de invertir en el futuro va a ser positivo para el sector y para el país”, afirmó. En paralelo, destacó el hecho de que la pandemia y el confinamiento han puesto de relieve la importancia de la actividad: “Todos hemos tomado conciencia de la relevancia de tener un sector de las telecomunicaciones fuerte como país”.

Gayo destacó también el cambio impulsado en su estrategia comercial, desmarcándose de una política agresiva basada únicamente en precio y promociones. “Preferimos un mercado más estable porque puedes desarrollar tus planes a futuro. Esos mercados tan agresivos no son nada buenos para el sector. No tiene sentido la continua búsqueda de ese contexto promocional”, señaló.

Respecto a la subasta de los



Emilio Gayo, presidente de Telefónica España, durante su intervención de ayer en los 'Tecnodesayunos'.

El foco, de la conectividad a la transformación digital

J. de las Casas. Madrid

“Nuestra base son las infraestructuras: siempre hemos apostado por ser líderes en negocio fijo, fibra 4G y ahora en el 5G”, comentó Emilio Gayo, presidente de Telefónica España, que remarcó su oferta segmentada desde las grandes corporaciones hasta el *low cost* y el prepago. En esta línea, puso en valor la evolución de los servicios en el segmento empresarial. Para 2021 explicó que “el 50% de lo que hagamos para grandes corporaciones ya no tendrá que ver con las comunicaciones, sino que serán negocios más

derechos del fútbol que LaLiga pondrá en marcha, Gayo aclaró que la operadora no retransmitirá el fútbol “a cualquier precio”. “Tenemos interés, porque el fútbol es una parte muy importante de nuestra oferta, pero no a cualquier precio: hay que darle el valor que tiene ahora”. En concreto, profundizó en que

allá de la conectividad, vinculados a la transformación digital”, con servicios que abarcan entornos como la nube o la ciberseguridad.

Sobre la política de la compañía en el mercado mayorista español, Gayo redujo en que debe ser “razonable”. “Estamos convencidos de que uno de nuestros principales activos es la infraestructura, por lo que la política mayorista debe ir enfocada a rentabilizarla, y es muy difícil que alguien rentabilice su propia red mejor que ya lo está haciendo ahora Telefónica”, recalzó. Pese a que en el

“la situación del fútbol hoy en día no permite los mismos niveles de inversión que antes”. Sin embargo, reconoció que las audiencias se mantienen estables y el deporte sigue atrayendo al público.

El ejecutivo señaló que no le “consta” que Orange quiera dejar de emitirlo, aunque su CEO lo califique de “muy ca-

mercado global apunta en una dirección de separación creciente entre la infraestructura y el servicio, se mostró contrario a una hipotética venta parcial de su red de fibra en España, que conecta a 25 millones de hogares. Así, sentenció que “somos una operadora que cree firmemente en la utilización de sus propias infraestructuras de telecomunicaciones para diferenciarse en el mercado. Separar de ciertas partes de la red que determinan el nivel de servicio al cliente es una estrategia que no forma parte de nuestros planes”.

ro”. Pero explicó que Telefónica superó con éxito una situación similar cuando Vodafone dejó de emitir los partidos de fútbol en la temporada 2018. “Estamos preparados para competir en el terreno de juego siendo uno, dos o tres operadores, porque ya hemos vivido casi todos los escenarios”, concluyó.

Apertura hacia nuevos negocios

Durante la jornada que celebraron ayer EXPANSIÓN y Arca, Emilio Gayo subrayó la apuesta de Telefónica por la diversificación a otros sectores y la entrada en nuevos negocios. La compañía planea sumar más actividades a algunas de sus actuales divisiones, que ya ponen el foco en nichos como las alarmas, los préstamos o el coche conectado. El presidente de Telefónica España explicó que “estamos explorando varios, uno de los cuales es la energía, y continuamos explorando otros verticales. Como empresa, tenemos unas capacidades que podemos aprovechar para tener presencia en otros negocios y que nos permiten un modelo de diferenciación”. Junto con la energía, Gayo mencionó el potencial de la salud, con oportunidades relacionadas con el manejo de la información de los usuarios.

“Buscamos negocios que sean masivos y en crecimiento”, concretó. Esta estrategia permite a Telefónica ser menos dependiente de los ingresos de su negocio de conectividad tradicional que, al igual que ha pasado en el sector, ha tenido un comportamiento deflacionista en los últimos años. “Por el momento estamos siendo capaces de compensarlo, pero no pretendemos alcanzar un equilibrio: lo que intentamos es maximizar los dos, no compensar uno con otro”, dijo Gayo. Acerca del impacto de la pandemia, señaló que sus efectos se han concentrado en aquellos negocios de carácter global o relacionados con la movilidad como el ‘roaming’ o el tráfico internacional. El presidente de Telefónica España agregó que el cierre de los establecimientos provocó una caída de los temas de hardware y la venta de terminales, junto con las reducciones en el consumo de los clientes.