

Telefónica pone en marcha a partir de septiembre una nueva unidad de negocio para liderar el futuro digital

Telefónica ha creado una nueva unidad de negocio corporativa, que empezará a estar operativa a partir del 1 de septiembre con el fin de desarrollar servicios y productos globales con potencial y que puedan aportar crecimiento por encima de la conectividad, liderando así el futuro digital y aportando una mayor fuente de ingresos.

"Esta unidad está compuesta por siete verticales con responsabilidad completa, recursos y la capacidad de decisión pertinente para que los productos que están en su ámbito se desarrollen y posteriormente se implanten en todas las compañías de Telefónica", informó el consejero delegado de la multinacional en un encuentro con periodistas en el marco del XXIV encuentro de las telecomunicaciones de la UIMP.

En concreto, las siete verticales o subunidades de esta nueva unidad de servicios globales liderada por Vivek Dev son: Video y Contenidos, al frente de la cual estará Fernando Fronza; Salud, liderada por Jose Perdomo; Aplicaciones, con Yotam Benani como responsable; Seguridad, dirigida por Javier García de Castro; Servicios Cloud, con José Luis Gamo a la cabeza, y Máquina a Máquina (M2M), dirigida por Carlos Morales.

El directivo explicó que se pretende que esta iniciativa, que surge del programa 'bravo!' --un programa de transformación de Telefónica a tres años concebido por el presidente de la compañía, César Alierta, para convertir a la firma en la mejor compañía global de telecomunicaciones del mundo digital-- se implemente en todos los países donde la compañía opera.

Linares resaltó la importancia de cada una de las subunidades y precisó que las comunicaciones M2M serán la tercera ola de crecimiento, que se centrarán en los servicios 'cloud' más importantes, en la seguridad electrónica y en los servicios financieros para el mundo móvil y para los países emergentes.

Asimismo, manifestó respecto a las aplicaciones que en algunas ocasiones -las menos- se pondrán en marcha con un desarrollo propio y otras veces de la mano de terceros, y explicó que la vertical de Video está centrada en el hogar y en el entretenimiento e incluirá una red "optimizada" para el transporte de estos contenidos. "Todos los verticales han sido seleccionados por su potencial de crecimiento y por encima de la conectividad", puntualizó.

Tuenti y Jajah: gestión independiente

El directivo indicó además que esta iniciativa se suma a la compra de "pequeñas compañías" realizadas recientemente por el grupo y con las que Telefónica pretende alcanzar nuevos objetivos de crecimiento en el entorno de Internet.

Así, Linares hizo referencia a la adquisición de dos compañías, la red social Tuenti y la firma especializada en telecomunicaciones por Internet Jajah, que, si bien no tienen la "envergadura" de otras operaciones, como la compra del operador brasileño Vivo o de la firma alemana Hansenet, han sido "cualitativamente importantes" a la hora de reforzar a Telefónica en la frontera entre el negocio tradicional e Internet.

El directivo añadió que el modelo de gestión de ambas compañías será el mismo, esto es, se respetará la autonomía de la compañía y su independencia y "bajo ningún concepto" se integrarán dentro de Telefónica, por lo que Keteke, la otra red social en manos del grupo, seguirá "su rumbo".

"Son dos importantes operaciones que ayudarán al grupo a fortalecerse en el mundo de Internet tanto en servicios unificados como en redes sociales", puntualizó.

En cuanto a la posibilidad de emplear Tuenti como Operador Móvil Virtual (OMV), el directivo únicamente señaló que el hecho de que la red social, ya antes de que Telefónica la adquiriera, estuviera pensando en ofrecer este tipo de servicios móviles es "natural", considerando que las comunicaciones móviles son claves. Tuenti Technologies se registró como Operador Móvil Virtual (OMV) ante la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) en enero.