

En sus treinta años en Telefónica, Luis Miguel Gilpérez ha pasado por casi todos los cargos de la empresa. Hasta su reciente vuelta a España, Luis Miguel Gilpérez fue el primer ejecutivo de Telefónica en Brasil, donde logró importantes sinergias con la unión de Telesp y Vivo, empresa adquirida por la multinacional española. Hace unos meses, el Presidente del grupo, César Aliarta, le eligió para impulsar la compañía en España. En la Cena de Navidad que celebró el COITT en Madrid el pasado mes de diciembre, el Decano de nuestra institución le entregó el premio Excelencia al Acontecimiento de las TIC, por su brillante carrera profesional y el impulso que ha proporcionado a la Banda Ancha y al despliegue del FTTH, facilitando mejores servicios a los usuarios.

## “Estamos trabajando en diferentes mecanismos para facilitar el acceso a un *Smartphone*”

Entre los logros de Gilpérez figura la integración de las filiales de Bell-South y, más recientemente, la unificación de las actividades de fijo y móvil en Brasil. En una entrevista concedida el pasado mes de febrero al diario “El País” (Negocios), la primera que ha concedido en su nuevo cargo, Gilpérez anunció una revolución en la compañía y en el sector. La meta de Telefónica es tratar mejor a sus clientes, comprometiéndose a mejorar cualquier oferta o promoción que se realice para captar a los usuarios de la competencia.

Otras de las estrategias del nuevo Presidente de Telefónica España será incentivar con ayudas y subvenciones el uso de los últimos *Smartphone* entre sus clientes. Para lograrlo, el operador español financiará la compra de terminales y recomprará terminales usados para ayudar a la adquisición de otros equipos de gama alta.



Luis Miguel Gilpérez, Presidente de Telefónica España.

Su llegada a España coincide con una de las crisis económicas más duras de los últimos años, lo que no parece inquietar al directivo de Telefónica. “No hay que olvidar que es la compañía de más fortaleza de todo el grupo. Tenemos una marca consolidada, la gente con más experiencia y, nuestro principal activo: los clientes. Sé que tenemos debilidades en ciertos segmentos y que hemos cometido errores. Pero cuando pregunto, los clientes quieren estar con Telefónica”, responde Gilpérez en la entrevista que le hizo “El País”.

El Presidente de Telefónica España afirma que este es el proyecto de su vida. “Trabajar en la compañía que más invierte en este país, que mejor representa el producto España fuera de España es un lujo. Esto no es un reto para mí, es una obligación”. Gilpérez recuerda que los movimientos que hicieron en julio de 2011, pasando su oferta de ADSL de 40 a 24,9 euros, ya se han reflejado en el mercado. “Hemos tenido ganancia neta en el último trimestre, y diciembre ha sido el mejor mes para Telefónica España desde hace mucho tiempo. Y esas

mejor que a los de fuera”. El objetivo que persigue es no maltratar a los clientes con medidas promocionales, primando a los que vienen de fuera y desguarneciendo a los que ya llevan años en Telefónica.

“Los índices de satisfacción que hay en España están por debajo de otros países, probablemente porque no se está trabajando suficientemente para el cliente, sino para el potencial cliente. Y eso es lo que vamos a cambiar (...) “Creo honradamente que tenemos la oferta mejor balanceada en el mercado, tanto en fijo como en el móvil. Y la mejor prueba es que las tiendas Movistar están llenas”.

Gilpérez señala que su compañía fortalecerá su oferta de terminales. “Estamos trabajando en diferentes mecanismos para facilitar el acceso a un *smartphone*, como la financiación de terminales, el refurbished [compra de móviles usados a los clientes para ayudarles a adquirir uno de gama más alta] o la reducción del catálogo de dispositivos para hacer más fácil la elección. Pero no podemos seguir manteniendo la subvención en estos niveles, no es sano.

## «‘Queremos primar a los clientes que ya lo son, que sean conscientes de que se está mejor en casa’, afirma Gilpérez»

medidas y otras que tomaremos van encaminadas a recuperar la confianza de nuestros clientes, que cuando reciban la factura no tengan la necesidad de mirarla”.

Asegura que su compañía no quiere jugar a competir con otros operadores con ofertas engañosas o que puedan confundir a los clientes potenciales. “Si te vendo el primer mes un ADSL a 15 euros y a los tres meses te lo subo a 30 no me parece honrado ni serio”, subraya el directivo de Telefónica. Recuerda que su compañía ha escuchado las peticiones de los clientes, y que estos no quieren más promociones, sino una buena oferta definitiva y un buen servicio.

Gilpérez asegura que Movistar ha ajustado su oferta de precios tanto en fijo como en móvil, situándola en la línea media del resto de sus competidores o mejorándola. “Queremos primar a los clientes que ya lo son, que sean conscientes de que se está mejor en casa, que se les trata

Porque cuando tu compras un televisor o cualquier otro bien de consumo los pagas. Es mucho más higiénico que la gente pague el terminal y que los operadores inviertan en redes y servicio”, apunta Gilpérez.

Al nuevo Gobierno le pide un marco estable que garantice la inversión de las compañías. “No puedo hacer inversiones para que otros se aprovechen y se enganchen a nuestra red como sucede con el cobre. A la CMT y al Gobierno le pido racionalidad. Ya hay un alto nivel de competencia en este sector y, a lo mejor, es el momento de replantearse qué tipo de regulación queremos. Telefónica es la empresa española que más invierte en el país, aproximadamente el 45% del total del sector. En 2011, invertimos lo mismo en España que en Brasil, que es mucho más grande en tamaño y población. No hay ningún ratio financiero que justifique esto salvo el del compromiso con este país”, concluye el Presidente de Telefónica España. ●