



CONFEDERACIÓN
ESPAÑOLA DE
**DIRECTIVOS
Y EJECUTIVOS**

Con la colaboración de:

Deloitte.

Liderando en positivo

Entrevista a José María Álvarez-Pallete

Noviembre 2015
www.liderandoenpositivo.com



Con el soporte tecnológico de:
Laviniainteractiva

“Tenemos que transformar nuestras redes de hacer un producto como era la voz a masificar un producto como son los datos”

José María Álvarez-Pallete. Consejero Delegado de Telefónica

Consejero delegado desde 2012, Álvarez-Pallete nos acerca su experiencia liderando los cambios que se han producido en el sector de las comunicaciones durante los últimos años.



José María Álvarez-Pallete. Consejero Delegado de Telefónica

Presente en 21 países y con una base de clientes superior a los 340 millones de accesos. ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta Telefónica en el corto plazo?

Los principales retos pasan por transformar nuestras redes. Pasar de hacer un producto como es la voz a masificar un producto como son los datos exige una inversión fuerte, porque se trata de construir una nueva fábrica de datos y hacerlo de forma ordenada y coordinada, siguiendo las demandas de los clientes, supone una transformación masiva. En una sola frase, hay que entender esa transformación y poder llevarla a su ritmo.

¿Cómo percibe la comunidad internacional a nuestros líderes?

En los últimos 30 años, España ha llegado a tener compañías líderes en muchos sectores, nosotros en telecomunicaciones ocupamos un puesto importante. Esto viene ligado a una estrategia y a una visión de los directivos que hoy en día compiten con las principales compañías del mundo. Tenemos que ser conscientes de que podemos competir, que tenemos el talento y además tenemos un lujo que pocos países tienen, tenemos muchas escuelas de negocio entre las diez primeras del mundo.

¿Cuáles son las características que tiene que tener un buen líder?

Una buena formación, saber detectar y rodearse de talento, saber que ese talento no solo te complementa sino que además te da una perspectiva que un ejecutivo por sí solo no sería capaz de tener. Además de cercanía a ese talento, hay que saberlo desarrollar y sobre todo saber escuchar al cliente y a la organización porque es muy raro que una persona sea capaz de mover una gran organización en solitario.

Continuando con las características del directivo y perfilando la figura del líder, ¿qué considera que necesita ahora un líder que antes no necesitaba?

Hay que saber comprender el momento que estamos viviendo, la magnitud del cambio tecnológico al que nos enfrentamos es brutal, es desproporcionada, nunca antes se había vivido un cambio tecnológico así y eso crea una necesidad de saberse adaptar a un pensamiento exponencial. Eso nos exige poder imaginar escenarios que de otra manera parecerían improbables pero que se van a dar.

¿Qué es lo más difícil a lo que se tiene que enfrentar un líder en el día a día?

Lo más difícil es comprender que tu producto tradicional o tu manera de abordar un proyecto han cambiado. En nuestro caso, hemos vendido voz durante 80 años y ahora es un producto que se está quedando en un lugar secundario, está desapareciendo, la gente lo trata como un subproducto de la red de datos. Poder acomodar esos cambios para mí supone el principal reto que estamos afrontando.

Centrándonos ahora en el sector de las telecomunicaciones, ¿cuál cree que es el camino a seguir por los líderes del sector en el actual momento de recuperación económica?

En nuestro caso, la inversión. Hemos sido muy consistentes con eso, Telefónica en el peor momento de

“España tiene un lujo que muy pocos países tienen, y es que tiene varias escuelas de negocios entre las diez primeras del mundo”

la crisis redobló su apuesta inversora en España. España pasó de ser el sexto país de Europa en penetración en número absoluto de conexiones de fibra al hogar, a ser el líder. Y ese proceso lo hemos llevado a cabo en los años más intensos de la crisis. Creemos que si en estos momentos uno tiene clara la dirección en la que hay que ir, entonces hay que ser muy consistente y muy tenaz en la construcción de ese proyecto.

Por último, ¿cómo valora y qué importancia le concede a la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas?

Siempre la hemos tenido, las empresas que quieran tener un negocio sostenible en el tiempo no pueden aislarse de la sociedad en la que viven. Hoy en día la comunicación con la sociedad es mucho más fácil, inmediata e intensa por la proliferación de la tecnología online. Ya no hay filtros gracias a las redes sociales. Es tan importante tener una estrategia de negocio como de posicionamiento público basado en acción social y en responsabilidad social corporativa.

Contacto

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS - CEDE

World Trade Center
Moll de Barcelona, s/n Edificio Sur 3ª planta
08039 Barcelona (Spain)
Tel. +34 93 508 83 20
Fax. +34 93 508 83 21
Correo electrónico: info@directivoscede.com