



SERVICIOS MULTIMEDIA

En 1994 se constituyó Telefónica Multimedia con el objetivo de comercializar y operar servicios relacionados con el entretenimiento y el ocio. Durante 1995 su tarea principal ha sido la prospección y caracterización de mercados, productos y servicios para la implantación de servicios de televisión por cable.

Telefónica Multimedia ha desarrollado su actividad a través de cuatro líneas de negocio para asegurar su adecuado posicionamiento en las telecomunicaciones del futuro:

TELEVISIÓN POR CABLE

La Ley de Telecomunicaciones por Cable fue aprobada en diciembre de 1994. Durante todo el

año 1995 Telefónica Multimedia ha estado trabajando para aprovechar las oportunidades ofrecidas por el nuevo marco legal. En julio se relanzó Cablevisión, empresa creada en 1992 para dar servicio a las empresas operadoras de televisión por cable, y en cuyo accionariado, además de Telefónica, participan Canal Plus, Argentaria, Iberdrola y Abengoa.

En diciembre de 1995, la operación de televisión por cable ya estaba en marcha en 43 localidades de todo el territorio español. Durante 1996 se producirá el despegue de la actividad, incrementando, en la medida que la legislación vigente lo permita, tanto el número de clientes como el de las poblaciones atendidas.

La actividad se desarrolla a través de sociedades operadoras que ofrecen el servicio en esas



Durante el pasado año, Telefónica Multimedia se ocupó principalmente de la prospección de mercados.



localidades. Telefónica, además de realizar el transporte de las señales, participa en dichas sociedades al menos con un 51% del capital.

Por otra parte, el despliegue de fibra óptica que se ha realizado como parte del PLAN FOTON permitirá a Telefónica posicionarse con rapidez y garantías de éxito frente a la competencia en todas aquellas poblaciones en las que se ha instalado fibra óptica en el bucle de abonado.

La capacidad de ofrecer una respuesta rápida, en cuanto a la disponibilidad de red, es imprescindible pero no suficiente para abordar un mercado totalmente abierto a la competencia como es el del cable en España, ya que la clave del éxito es ofrecer al mercado un abanico de programas y servicios amplio, de calidad y a un precio atractivo.

La provisión de programas a las operadoras locales es una de las tareas fundamentales de Cablevisión. El desarrollo y suministro de los servicios multimedia interactivos constituye otra de las líneas de negocio emprendidas por Telefónica Multimedia.

PRODUCTOS Y SERVICIOS MULTIMEDIA

La implantación de las redes de cable de Telefónica, que por sus características de diseño pueden considerarse entre las más avanzadas no sólo a nivel europeo sino a nivel mundial, permite ofrecer servicios interactivos con velocidades de transferencia mucho más elevadas que las disponibles en las redes convencionales y, por lo tanto, con una riqueza de imagen y sonido muy superiores; en definitiva, con alta calidad de vídeo y sonido de alta fidelidad.

Estas posibilidades se aplicarán paulatinamente a todas las áreas de actividad que requieran el uso de comunicación interactiva, pero en una primera etapa se centrarán fundamentalmente en ocho grandes líneas de productos:

- Telebanca
- Telecompra
- Teleducación
- Telemedicina
- Teletrabajo
- Acceso a servicios "on line"
- Interconexión a INFOVIA e INTERNET



Actualmente, Telefónica Multimedia está desarrollando estos servicios, cuyos prototipos se presentarán en breve de forma pública, iniciándose su comercialización en 1996.

TELEVISIÓN POR SATÉLITE

Allí donde no llegue el cable llegará el satélite. Más del 40% de los habitantes del país reside en pequeños núcleos de población, por lo que para llevar hasta ellos una oferta de difusión de televisión, fundamentalmente, aunque también de otros servicios, resulta más adecuado utilizar las posibilidades ofrecidas por la distribución de programas vía satélite. Además, a la cobertura rápida y económica de áreas extensas se une ahora la capacidad de difundir un elevadísimo número de canales, gracias a las nuevas técnicas digitales.

Esta línea de negocio se encuentra actualmente en estado embrionario, pero en 1996 iniciará su desarrollo orientado tanto al mercado residencial y turístico en España, como al mercado iberoamericano, poniendo en este último caso un especial énfasis en la provisión de contenidos.

S.T. HILO

La comercialización del servicio HILO MUSICAL, consistente en la transmisión vía cable telefónico de seis canales musicales, se realiza por medio de la empresa Servicios de Teledistribución, S.A. (S.T. Hilo), que abarca también la venta e instalación de Megafonía, T.M.A. y Mensatel.

Entre sus objetivos a corto plazo figura la creación de un Centro de Atención al Cliente y la implantación de una informatización integral que simplifique y mejore los actuales sistemas de información y gestión. Aunque todavía en estudio, está prevista la instalación de un nuevo Centro Emisor de la Programación en el que tendrán cabida las novedades tecnológicas de los Sistemas de Emisión y Transmisión Musical vía cable.