

Servicios Móviles

Los clientes de telefonía móvil superan los 19 millones (9 en España y 10 en América)

Los servicios móviles agrupan más de 19 millones de clientes, de los cuales 9 millones se encuentran en España, gestionados por Telefónica Móviles. Los restantes están en América y en 1999 eran responsabilidad de Telefónica Internacional. A comienzos de 2000 se creó Telefónica Móviles, S.A., nueva Línea de Negocio para gestionar los servicios móviles a escala global.

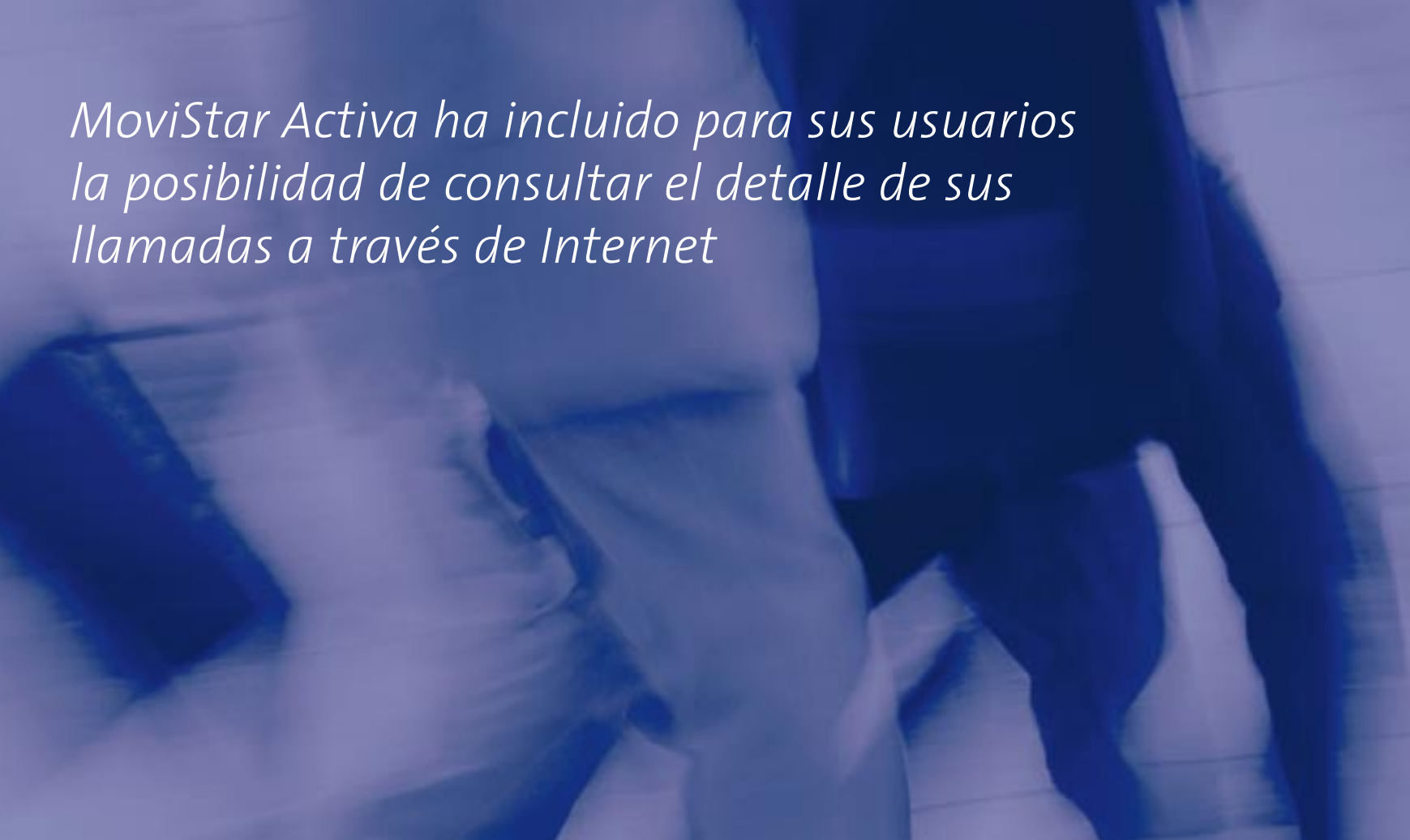
España

El mercado celular español ha registrado cifras récords en 1999, situándose como uno de los que más ha crecido del entorno europeo (112,5%) que, en promedio, lo ha hecho en un 67,8%. Este espectacular

crecimiento ha supuesto un aumento en el índice de penetración del servicio de 19,9 puntos porcentuales llegando al 37,6%. Con ello, el mercado español de clientes celulares a finales del ejercicio 1999 se situaba en 15 millones de usuarios.

En este entorno de fuerte crecimiento, Telefónica Móviles ha mantenido su indiscutible posición de liderazgo, como lo muestra el hecho que más del 52% del incremento neto de clientes de 1999 ha sido de Telefónica, a pesar del aumento de competidores. A finales del pasado año, Telefónica Móviles aumentaba su parque de clientes en 4.158.083 nuevas conexiones, lo que supone haber obtenido un incremento, en ganancia neta, del 157% respecto al año anterior.

Telefónica Móviles contaba en España, al finalizar el ejercicio, con un parque de 9.052.347 clientes, un 85% más que el año anterior. Por segmentos, la modalidad de tarjetas prepago, motor principal de este crecimiento, cuenta con más de 5,5 millones (61% del parque total), triplicando en un año su base de usuarios. Por lo que respecta a los clientes de contrato, que superan los 3,5 millones, cabe destacar el extraordinario comportamiento que ha tenido el segmento de negocios, singularmente el servicio Movistar Corporativo, el cual casi ha cuadruplicado su número de líneas a lo largo del pasado ejercicio.



MoviStar Activa ha incluido para sus usuarios la posibilidad de consultar el detalle de sus llamadas a través de Internet

A partir de los datos de parque declarados por los competidores, cuyos criterios de contabilización son menos exigentes que los aplicados por Telefónica, a finales del ejercicio 1999 la cuota de mercado era superior al 60%, si bien la cuota de tráfico estimado es superior. Con estas cifras, Telefónica Móviles se sitúa como el operador con mayor cuota de mercado GSM entre los grandes operadores europeos.

Este espectacular crecimiento se sustenta en una cultura empresarial enfocada hacia la calidad y servicio al cliente, un espíritu innovador, el desarrollo y atención a un capital humano fuertemente motivado y una amplia capilaridad de la red de distribución.

Calidad

La calidad de servicio se materializa en la renovación del certificado de calidad ISO 9001 en todos los procesos de la empresa, disponiendo asimismo de un Sistema de Gestión Medioambiental certificado por AENOR (norma ISO 14001). Pero además, y para reforzar el compromiso interno de la empresa con la calidad, Telefónica Móviles ha iniciado durante 1999 un proyecto de evaluación de la gestión desarrollado por la European Foundation for Quality Management (EFQM), y que significará a lo largo de los

próximos años una revisión total, periódica y sistemática de la gestión y los resultados.

A fin de ofrecer la mejor calidad de cobertura, Telefónica Móviles contaba a finales de 1999 con 9.120 emplazamientos, de los que 2.193 fueron puestos en servicio el pasado año, multiplicando las estaciones base que emplean la nueva banda de 1.800 MHz. en los núcleos donde se concentra el mayor volumen de tráfico. La compañía cuenta, por lo tanto, con una red dual GSM que le permite afrontar un crecimiento continuado de los clientes durante los próximos años manteniendo los estándares de calidad del servicio Telefónica MoviStar. Así, el crecimiento del tráfico ha sido incluso menor al crecimiento de la capacidad de la red, que en 1999 aumentó en un 80%.

En el apartado de cobertura internacional, en 1999 se firmaron 44 nuevos acuerdos de itinerancia, lo que supone poder ofrecer a los clientes de Telefónica el servicio en 93 países a través de 181 operadores.

Desde el punto de vista comercial, Telefónica Móviles ha aumentado en 1999 el número de servicios y facilidades que presta a sus clientes, gracias al importante esfuerzo realizado en Investigación y Desarrollo, con una inversión cercana a los 20.000 millones de pesetas.



Telefónica Móviles (España) se ha situado como el operador con mayor cuota de mercado GSM entre los grandes operadores europeos.



En 1999 se han lanzado los primeros servicios convergentes móvil-Internet

Espíritu innovador

La visión de Telefónica Móviles sobre el futuro de la convergencia entre los servicios de telefonía móvil e Internet le ha llevado al desarrollo y lanzamiento de los primeros servicios en este campo.

Destacan novedades como el servicio MoviStar Internet Premium, servicio pionero en el ámbito mundial que permite facturar únicamente en función de la información transmitida y no del tiempo total de conexión. MoviStar Net posibilita la recepción y respuesta de mensajes de correo electrónico en el terminal móvil, dando un paso decisivo en la convergencia de ambos servicios para mejorar las funcionalidades para el cliente. Otro de los servicios de mensajería orientados a Internet es el Correo MoviStar, que permite a los usuarios de Telefónica MoviStar enviar, recibir y contestar correos electrónicos desde el móvil, ofreciendo a cada usuario una cuenta de correo y una dirección IP propia.

Gracias a la tecnología WAP (Wireless Application Protocol) la compañía ha desarrollado, en colaboración con Terra Networks, el primer portal móvil de España que facilita el acceso a una gran variedad de servicios de información (noticias, noticias económicas, cotizaciones de bolsa, sorteos, información de tráfico, etc.).

Durante 1999, Telefónica Móviles ha cerrado acuerdos con

importantes empresas para incorporar nuevos contenidos a su oferta de servicios. Ha sido el caso, por ejemplo, de cadenas de televisión y agencias de noticias como CNN, Antena 3 y Reuters, cuya información es accesible para los clientes de Telefónica MoviStar.

En el mes de noviembre, se lanzó la oferta de telefonía convergente fijo-móvil a través del servicio MoviStar Combi una vez obtenida la licencia B1 para la prestación de un servicio de telefonía fija, a través del código de acceso indirecto 1075.

En cuanto a los servicios prepago, MoviStar Activa ha incluido para sus usuarios la posibilidad de consultar el detalle de sus llamadas a través de Internet, lo que constituye un servicio pionero tanto en España como en el resto del mundo.

Otros factores que han marcado la positiva evolución del mercado han sido la progresiva reducción de los precios, trasladando al usuario final las ventajas obtenidas por las economías de escala conseguidas por el cada vez mayor volumen de clientes que muestran su confianza en nuestros servicios, y que ha fomentado la introducción de nuevas ofertas tarifarias que permiten adaptarse a las necesidades de todos los usuarios.

La extensión de la red de distribución comercial de Telefónica Móviles –con más de 13.000 puntos de venta-, ha puesto al alcance de

MensaTel mantiene el liderazgo indiscutible en su ámbito de negocio, tanto en el segmento profesional como residencial



El programa de inversión de Telefónica Móviles en España ha ascendido a 130.572 millones de pesetas y ha permitido duplicar la planta instalada en centrales de conmutación.

sus clientes la amplia oferta de productos y servicios de la empresa y, sobre todo, la multiplicación de las posibilidades de la recarga de las tarjetas de prepago. Además, Telefónica Móviles ha abierto un nuevo escaparate de comercio electrónico en Internet (<http://www.movistar.com>), desde donde el cliente potencial puede realizar todo el ciclo de compra de los servicios de la compañía.

En el mercado de la radiomensajería, MensaTel mantiene el liderazgo indiscutible, tanto en el segmento profesional como residencial, con una cuota total de mercado del 63%. Por otra parte, en el servicio de radiotelefonía móvil en grupo cerrado de usuarios o Trunking, RadioRed también es líder con una cuota estimada de mercado del 80% a finales de 1999.

Como hechos relevantes posteriores al cierre del ejercicio, cabe mencionar las licencias de UMTS y TETRA convocadas en 1999, en España. Con la licencia de UMTS Telefónica Móviles obtiene la capacidad para construir una red móvil de 3ª Generación y poder prestar servicios celulares multimedia de banda ancha. Con la licencia TETRA la compañía está facultada para construir una red digital de comunicaciones móviles para grupos cerrados de usuarios –trunking– en todo el territorio. Estas dos nuevas licencias garantizan la continuidad en los avances tecnológicos ofrecidos por

Telefónica Móviles, así como el liderazgo de su oferta de servicios móviles en España.

Para atender la creciente demanda y poder cumplir, además, con los exigentes estándares de calidad establecidos, Telefónica Móviles ha desarrollado en el año 1999 un importante programa de inversión, que en el conjunto del año ha ascendido a 130.572 millones de pesetas, y ha permitido duplicar la planta instalada en centrales de conmutación.

Fruto también de este compromiso, la compañía ha puesto en marcha el nuevo Centro de Desarrollo y Tecnología de Telefónica Móviles, auténtico núcleo para la creación de nuevas aplicaciones y la experimentación de nuevas tecnologías.

Capital humano

Una parte importante en el desarrollo y liderazgo que Telefónica Móviles ha tenido lo constituye sin duda su capital humano. Durante el año 1999 se han incorporado 500 nuevas personas, lo que supone terminar el ejercicio con una plantilla de 3.372 profesionales, de los que alrededor del 35% son titulados superiores. El fuerte dinamismo del sector se ve acompañado por una plantilla joven con una edad media de 32 años y en la que un 44% son mujeres. Durante 1999, se

Telefónica Móviles (España)

Evolución de las principales magnitudes del ejercicio 1999 (cifras consolidadas)

CIFRAS (EN MILLONES)	PESETAS	EUROS	% VARIACIÓN 99/98
Ingresos por operaciones	622.159	3.739	32%
EBITDA	225.205	1.353	16%
Resultado Neto	93.538	562	16%
Inversiones del ejercicio	130.572	785	41%
Inversiones brutas acumuladas	691.350	4.155	23%
Valor añadido	257.059	1.545	16%
Activos totales	566.896	3.407	23%
Recursos propios	223.625	1.344	32%

	1999	1998	% VARIACIÓN 99/98
Emplazamientos de red	9.120	6.927	31%
Usuarios de telefonía móvil (en miles)	9.052,3	4.894,3	84%
Millones de minutos	13.660	8.028	70%
Millones de mensajes	454	134	239%

Telefonía móvil en América (*) Evolución del número de clientes

	dic. 99	% var. 99/98	dic. 98
Operadoras Gestionadas	6.455.669	101,9%	3.197.315
Telefónica CTC Chile	1.153.794	108,2%	554.225
TASA	1.050.780	96,8%	534.035
Telefónica del Perú	711.638	41,1%	504.339
Ceterp celular	59.960	-	-
Celular CRT	967.574	78,3%	542.695
TeleSudeste Celular Par.	1.851.753	139,8%	772.141
TeleLeste Celular Par.	535.009	98,3%	269.828
Telefónica El Salvador	125.069	522,7%	20.052
Telefónica Guatemala	49.392	-	-
MoviStar-Puerto Rico	47.903	-	-
Participaciones financieras	4.074.229	66,7%	2.443.327
CANTV	1.181.273	84,8%	639.107
Telesp Celular Par.	2.892.956	60,3%	1.804.220
TOTAL	10.529.898	86,7%	5.640.642

(*) Empresas agrupadas
en 1999 en Telefónica Internacional



Telefónica espera alcanzar 321.000 clientes en su primer año de operación en Marruecos



dedicaron cerca de 150.000 horas a la formación en diferentes cursos para todas las áreas de la compañía.

América

Al cierre del ejercicio, Telefónica contaba en Latinoamérica con más de 10 millones de clientes de telefonía móvil (6,5 millones gestionados directamente y 4 millones a través de participaciones financieras), lo que supone más del 80% respecto del cierre del año anterior.

Brasil

En Brasil, todas las compañías celulares gestionadas por Telefónica consolidaron su posición de liderazgo en 1999. A pesar del comienzo de operaciones de la competencia, TeleSudeste (Rio de Janeiro y Espírito Santo) contaba, a finales del 99, con una cuota de mercado del 67%, Celular CRT (Rio Grande do Sul) del 84% y TeleLeste (Bahía y Sergipe) del 67%.

El dinamismo de las políticas comerciales basado en la implantación del servicio prepago, la reducción de los precios y la amplia oferta de servicios ha marcado la expansión de este servicio,

permitiendo incrementar la base de clientes hasta 1,85 millones en el caso de TeleSudeste (crecimiento interanual del 140%), más de 535.000 clientes en TeleLeste (+98%) y cerca de un millón de clientes en Celular CRT (+78%).

En julio se realizaron OPAs sobre las operadoras celulares de Río de Janeiro (Telerj Celular), Espírito Santo (Telest Celular), Bahía (TeleBahía Celular) y Sergipe (Telergipe Celular) -estas dos últimas conjuntamente con Iberdrola-. Estas operaciones permitieron optimizar la cartera de inversiones de Telefónica Internacional en Brasil, incrementando significativamente sus participaciones económicas y reduciendo su coste medio de adquisición.

Argentina

En junio, TCP, filial al 100% de Telefónica Argentina, obtuvo varias licencias de PCS que le permitirán estar presente en todo el territorio nacional. Asimismo, el 30/9/99 se escindió Miniphone, la compañía celular que operaba en Buenos Aires y que estaba compartida en un 50% por TASA y Telecom respectivamente, fusionándose el 50% correspondiente a TASA con TCP. Esta compañía cerró el año con más de 1.050.000 clientes, lo que supone un crecimiento interanual del 97%.



Tele Sudeste contaba, a finales de 1999, con una cuota de mercado del 67% en los estados de Rio de Janeiro y Espíritu Santo.

Chile

En Chile, la cartera de clientes de Startel (filial celular de Telefónica CTC Chile) ascendió a 1.153.794 a 31/12/99, lo que supone duplicar la cifra de clientes respecto al año anterior, favorecida en parte por la introducción del sistema CPP (Calling Party Pays) en febrero de 1999.

Perú

En marzo, Telefónica del Perú creó Telefónica Móviles S.A.C. constatando así la creciente importancia y expansión del negocio celular en Perú. Telefónica Móviles Perú superó en 1999 los 700.000 clientes (aumento interanual del 41,1%) e incrementó en 3 puntos su cuota de mercado (hasta llegar al 70%) frente al año anterior, situándose como líder indiscutible de la telefonía celular en Perú.

Centro y Norte de América

En Puerto Rico, Movistar comenzó a operar en septiembre y cerró el ejercicio con una cifra de 47.903 clientes, por encima de los 40.000 presupuestados, que suponen un 6% del mercado total y un 40 % de los nuevos clientes. La construcción de la red alcanzaba al

finalizar el año a las principales ciudades de la isla, estando prevista su finalización para los primeros meses de 2000.

Telefónica El Salvador ha alcanzado cerca de 125.000 clientes celulares, lo que representa una cuota de mercado de un 35% en su primer año de operación. Por su parte, Telefónica Guatemala ha alcanzado en menos de tres meses de operaciones cerca de 50.000 clientes celulares.

Cuenca Mediterránea

Marruecos

En 1999 Telefónica obtuvo la segunda licencia de móviles en Marruecos (a través de Telefónica InterContinental). El lanzamiento comercial del servicio está previsto para el primer semestre de 2000. El objetivo es alcanzar 321.000 clientes, que se repartirán entre prepago, corporate y economy. Aprovechando la explosión prevista para el mercado celular marroquí en este año, Medi Telecom espera obtener una cifra de ventas de 17.000 millones de pesetas al final del ejercicio. Las inversiones en red ascenderán a 14.200 millones de pesetas.



UMTS es, para Telefónica Móviles, la oportunidad para prestar servicios celulares multimedia de banda ancha en Europa

Principales proyectos para el año 2000

UMTS en Europa

Uno de los objetivos estratégicos de Telefónica para 2000 y 2001 es obtener licencias para operar servicios móviles en Europa con tecnología UMTS. UMTS es la tercera generación de sistemas móviles en Europa, que permite ofrecer servicios de datos móviles multimedia y con elevado ancho de banda, lo que la hace idónea para ofrecer servicios de wireless-Internet. Las operaciones de esta nueva tecnología empezarán en enero de 2002.

Telefónica InterContinental es la Línea de Actividad que ha liderado, durante 1999, las estrategias de cara a este nuevo mercado en Europa. La estrategia en UMTS tiene carácter paneuropeo, con prioridad en los mercados del Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Suiza.

Telefónica es consciente de que el éxito con la telefonía UMTS no depende únicamente de la obtención de las licencias y su operación en el año 2002, sino que son necesarias, también, una serie de acciones estratégicas durante este año y el siguiente:

- Creación de un operador paneuropeo con dos estructuras paralelas: una a escala europea, con socios estratégicos, en la que Telefónica tendrá la participación mayoritaria, y otra a escala local en cada país.
- Prestación de servicios de wireless-Internet mediante el establecimiento de nuevas compañías con los socios en UMTS, o adquisición de empresas existentes.
- Adquisición de operadores móviles alternativos en los principales países europeos con el fin de promover una base de clientes previa al lanzamiento del UMTS.
- Creación de una marca única móvil asociada a UMTS.

Turquía

Para abril de 2000 se espera la concesión de tres licencias DCS 1.800 en Turquía, país con 65 millones de habitantes. Telefónica opta a una de ellas en consorcio con tres de los principales grupos empresariales turcos: Sabanci, Dogan y Dogos. Las previsiones del Plan de Negocio, realizadas por Telefónica InterContinental, prevén una penetración de la telefonía móvil del 40% en el año 2005, frente al 12% existente a diciembre de 1999.

