



COMUNICACIONES INTERNACIONALES

ORGANIZACIÓN

Desde el comienzo de 1995 se ha realizado un importante esfuerzo con el fin de consolidar la configuración de Comunicaciones Internacionales como un negocio autónomo, y para adaptarse mejor a las nuevas condiciones de mercado que empiezan a perfilarse en el mundo para este tipo de comunicaciones. Para ello se han analizado en profundidad los servicios y líneas de negocio, la situación de las infraestructuras y los acuerdos internacionales.

CONOCIMIENTO DEL MERCADO

Desde el punto de vista de las acciones comerciales, el año 1995 ha estado claramente orientado al mercado, sobre todo en la tarea de profundizar en el conocimiento del mismo y de los diferentes segmentos de consumo, a fin de ofrecer al cliente los productos y servicios que mejor se adecuen a sus necesidades.

En este sentido, se ha llevado a cabo un importante plan de segmentación del mercado utilizando las facilidades proporcionadas por la

facturación detallada, lo cual ha permitido orientar adecuadamente el diseño y oferta de productos al mercado, con especial atención al segmento de elevado consumo y clientes de alto significado a nivel nacional.

DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS

El análisis realizado del mercado, así como la ampliación de los desarrollos de mejora continua para la prestación de nuevos servicios, ha permitido elaborar un ambicioso proyecto que culminará en 1996 con la introducción de importantes servicios, tales como el servicio Directo Plus, Multiconferencia Automática y Validación Automática de Tarjetas, tanto en sus modalidades de crédito como de débito o prepago, que sin duda facilitarán y estimularán la utilización de nuestros servicios en general.

REDUCCIÓN DE TARIFAS

Comunicaciones Internacionales, en línea con su proyecto de futuro, eficiencia/acercamiento al cliente, ha iniciado un proceso de estimulación del tráfico telefónico internacional basándose fundamentalmente en dos importantes aspectos:



Las comunicaciones internacionales se han consolidado como negocio autónomo dentro de Telefónica



- La puesta en marcha de una nueva oferta de servicios de ámbito internacional junto a una importante reducción de tarifas, con especial incidencia en aquellos destinos que, por su relevancia o demanda, estaban requiriendo una adecuación para satisfacer apropiadamente las necesidades del mercado.
- El desarrollo de un programa de fidelización del servicio internacional que, mediante la aplicación de un plan de descuentos, ha permitido consolidar un importante segmento de clientes en el servicio internacional.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Igualmente, en el área de servicios al cliente, se ha progresado en aquellos aspectos de mejora de la calidad de atención al mismo, destacando los servicios prestados por operadora, como el de España-Directo, que ha experimentado un extraordinario crecimiento y utilización por parte de nuestros clientes en sus desplazamientos al extranjero.

Por otra parte, teniendo como objetivo prioritario la satisfacción del cliente, se ha iniciado en 1995 el despliegue del Sistema de la Cali-

dad, que deberá culminar en 1996 con la obtención del Certificado de Registro de Empresa, según las Normas ISO-9000.

ADECUACIÓN Y EXPANSIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

Una vez completada en 1994 la digitalización de la red, el proceso inversor ha dirigido sus esfuerzos hacia la ampliación y optimización de la gestión de la red digital, estando ya en servicio un avanzado centro de control que permite la supervisión y operación centralizada de toda la red.

Por otra parte, se inició en 1995 un plan que adecua las infraestructuras de red internacional a las nuevas tecnologías, unido a planes de transmisión conjuntos con operadores europeos y proyectos panamericanos, redundando en una sensible mejora de la red y una importante reducción de costes.

También se ha desarrollado un plan de extensión de la fibra óptica con la participación en nuevos proyectos de cable submarino multinacionales, mediante la adhesión de Telefónica a los correspondientes acuerdos internacionales. Así, se ha expandido la red internacional con la



entrada en funcionamiento del cable submarino RIOJA, que enlaza España con Reino Unido, Bélgica y Holanda, con la ampliación de la cobertura de conectividad pre-RDSI y RDSI con distintos países o con la puesta en servicio de la central de conmutación para redes privadas virtuales de Unisource/Uniworld.

UNISOURCE

Durante el año 1995 se ha seguido adelante con el proceso de integración de Telefónica en el consorcio europeo Unisource. Así, Telefónica firmó en junio los acuerdos que la convierten en cuarto

accionista, con lo que la integración plena está solamente pendiente de la preceptiva autorización de la Comisión Europea. En ellos se establece la aportación, por parte de Telefónica, de sus negocios de transmisión de datos y de VSAT (antenas de pequeño tamaño).

Con esta integración se pretende alcanzar un objetivo doble: por una parte satisfacer de un modo más eficaz las necesidades de nuestros clientes internacionales y, por otra, mejorar el tiempo de comercialización de los servicios, mediante una mayor coordinación entre los cuatro socios.

Telecomunicaciones sin distancias ni fronteras



Unisource nació en 1992 como una Alianza entre PTT Telecom de Holanda y Telia de Suecia. Al año siguiente se incorporó Swiss Telecom de Suiza y en 1995 se produce la firma de los mencionados acuerdos para la incorporación formal de Telefónica. Unisource ha sido la primera compañía constituida para ofrecer servicios globales paneuropeos de telecomunicación.

26

Unisource ha creado una serie de empresas filiales y participadas especializadas, entre las que cabe destacar Uniworld, que será, una vez obtenida la autorización de la Comisión Europea, una empresa conjunta entre AT&T y Unisource

que actuará como proveedor de servicios. Su objetivo será dar adecuada respuesta a las necesidades de las grandes compañías europeas, a las que proporcionará servicios globales sin fisuras, entre los que se encontrarán los de redes privadas virtuales internacionales, datos, mensajería, *outsourcing*, etcétera.

Además, se han creado: Unisource Carrier Services como operador de red paneuropeo, que permitirá reducir los costes de distribución de las llamadas internacionales de los cuatro socios y dar servicios al por mayor a otros operadores o proveedores de servicios; Unisource Cards



**Sede de Unisource
en Hoofddorp,
Amsterdam**



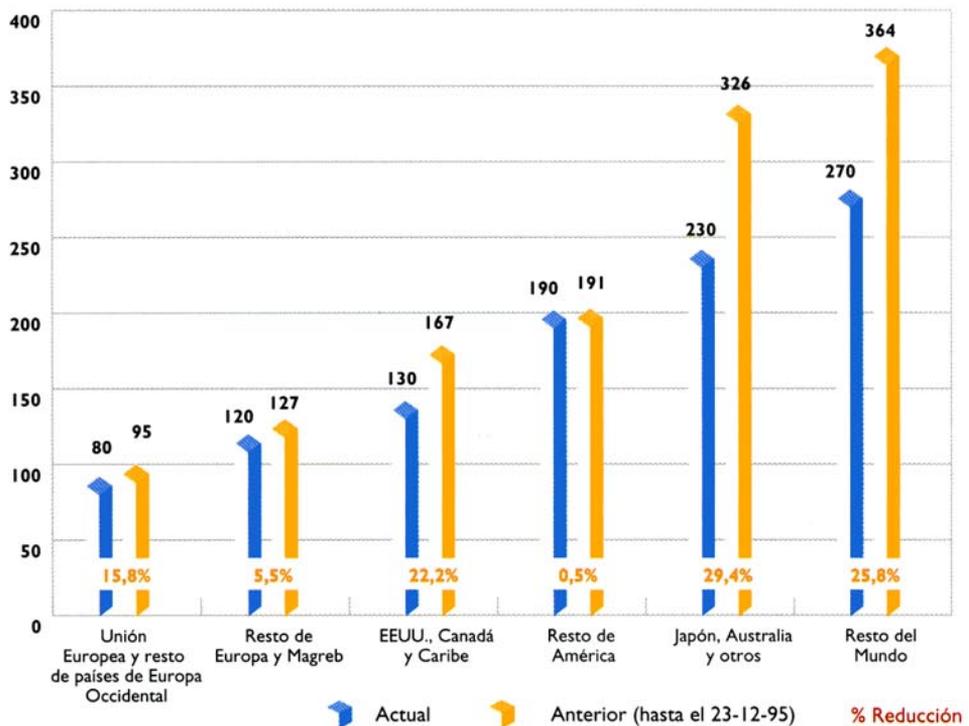
La respuesta adecuada a las necesidades de las grandes compañías europeas

para prestar servicios de tarjetas a las empresas europeas y a los profesionales que viajan; y Unisource Mobile como suministrador de servicios móviles paneuropeos. Todas estas empresas constituyen las herramientas mediante las cuales se pretende lograr ese objetivo básico de dar un mejor y más puntual servicio a los diferentes tipos de clientes.

Durante 1995, Unisource no sólo ha conseguido nuevos e importantes contratos sino que también ha llegado a acuerdos estratégicos en mercados clave. Así, merece destacarse el acuerdo alcanzado con la Compagnie Générale des Eaux en Francia para constituir la empresa conjunta denominada SIRIS, o el que se prevé alcanzar en breve en Alemania.

TARIFAS DE LLAMADAS INTERNACIONALES

Ptas/min. (tarifa horario normal)



Al objeto de estimular el tráfico internacional se ha emprendido una política de reducción de tarifas que queda reflejada en el gráfico