

Telefónica en España

Como ya se ha señalado anteriormente, **Telefónica** debe hacer frente en España a una nueva situación de competencia plena con aplicación de un marco regulador que deja muchos puntos críticos sin resolver y que impone a **Telefónica** limitaciones comerciales que no afectan a los restantes competidores.



Telefónica de España

La persistencia de una regulación asimétrica, que no ha corregido el déficit de acceso ni los desequilibrios tarifarios, ha supuesto una significativa desaceleración en la tasa de crecimiento de los ingresos por operaciones de **Telefónica de España**. Su peso sobre el total de ingresos del **Grupo** se redujo en 3,4 puntos porcentuales, situándose en el 48,6 frente al 52% del año precedente.

Sin embargo, la fuerte expansión de los servicios **RDSI**, alquiler de circuitos y transmisión de datos ha compensando los menores ingresos del servicio telefónico básico.

Con todo, el beneficio neto de **Telefónica de España** alcanzó los 150.127 millones de pesetas, lo que representa un aumento del 12,2% sobre los resultados de 1997.

Por otro lado, la masiva introducción de nuevas tecnologías en las infraestructuras de **Telefónica de España** y los avances en la racionalización de la gestión de la empresa, han dado como resultado, además de una más amplia y completa oferta de servicios al mercado, una sustancial mejora de la productividad, que arroja un valor de 313 líneas/empleador, con un incremento del 17,4% en términos anuales.





A pesar de las limitaciones, Telefónica de España ha finalizado el año 1998 con una cuota de mercado estimada del 98,5% de los minutos totales de tráfico y del 93,1% del tráfico de larga distancia.

Durante el año se han lanzado al mercado 80 nuevos productos y servicios.

A pesar de las limitaciones anteriormente mencionadas, **Telefónica** ha finalizado el año 1998 con una cuota de mercado estimada, en media anual, del 98,5% de los minutos totales del tráfico, situándose dicha cuota en el 93,1% del tráfico de larga distancia (interprovincial e internacional).

Durante el ejercicio, **Telefónica** ha realizado importantes esfuerzos para mejorar la calidad de la atención al cliente según el segmento específico al que pertenezca (Grandes Clientes, Pymes, Profesionales, Gran Público), con la implantación de una atención diferenciada que permite conocer mejor sus necesidades y expectativas del servicio. Dentro de estas iniciativas cabe mencionar la consolidación del mantenimiento integral a través del **Centro Nacional de Supervisión y Operación (CNSO)**, que permite situar la calidad de la Red entre las mejores prácticas europeas.

Para responder a las demandas de los clientes se han puesto en el mercado durante el pasado año más de 80 nuevos productos y servicios, además de introducir nuevas fórmulas de comercialización de otros ya existentes.

El avance de los nuevos productos y servicios (**RDSI, Datos, Red Inteligente, Infovía**, etc.) ha sido muy significativo y han alcanzado los 118.218 millones de pesetas, lo que representa el 7,2% de los ingresos por operaciones.

Mercado Residencial

Los mercados residenciales en España e Iberoamérica presentan grandes diferencias en función de su distinto grado de madurez. Mientras que en Iberoamérica el objetivo es aumentar la penetración telefónica y la atención al cliente, en España, donde el servicio alcanza



importantes niveles de densidad, el objetivo se centra en el aumento del consumo medio por línea, que en 1998 experimentó un crecimiento del 9,5%, lo que supone un consumo de 11,9 minutos por línea y día. Este incremento ha sido posible gracias a la consolidación de los servicios suplementarios, el tráfico de **Infovía**, que alcanzó los 105 millones de horas, y el descenso de las tarifas medias, especialmente en los servicios provinciales, interprovinciales e internacionales.

El concepto de «nueva línea telefónica» establecido en 1997 se ha concretado el pasado año en dos nuevos productos: **Línea Básica** y **Línea Duplo**, que llevan aparejados servicios suplementarios como contestador, llamada en espera, conferencia a tres, desvío de llamadas, etc.

Resulta especialmente significativa la positiva evolución del contestador automático en red (**CAR**), que ya cuenta con 7.000.000 de clientes.

Por otro lado, cabe destacar la buena acogida de los **Planes Claros**, que permitían obtener importantes descuentos

en los servicios de tráfico provincial, interprovincial e internacional. Al final del ejercicio, se habían suscrito cinco millones **Planes** con estas opciones de descuento.

Mercado de Empresas

La estrategia comercial de **Telefónica** en este mercado se apoya en la introducción



Al finalizar el año, se habían suscrito cinco millones de Planes Claros, que ofrecen descuentos en las llamadas provinciales, interprovinciales e internacionales.



El Plan Innovatel, que facilita el acceso de las Pymes a las nuevas tecnologías, cuenta con 150.000 socios.

Infonegocio ofrece el acceso y presencia de las pequeñas y medianas empresas en Internet.



de nuevos productos y servicios, en la oferta de un servicio integral y en la mejora de los sistemas de atención al cliente.

En cuanto a los nuevos servicios, merece ser destacada la nueva **Red IP (Internet Protocol)**, que permite mejorar la competitividad de las empresas con nuevos servicios de acceso e intercambio de información, gracias a un mejor aprovechamiento de las potencialidades de la tecnología Internet.

Estos servicios **IP** constituyen una nueva generación que complementa las prestaciones de las tecnologías de las redes desarrolladas por Internet con la seguridad de las redes tradicionales de datos.

La **Red IP** incluye dos grandes bloques funcionales. Por un lado, el transporte como los servicios de acceso permanente **UNO-IP** y los de acceso conmutado (**Infovía Plus**) y, por otro, servicios en red de valor añadido como **InfoMail**, **InfoHost**, **InfoEDI** e **InfoInternet**.

Dentro del segmento de los Grandes Clientes ha continuado su positiva evolución **Ibercom** como

servicio corporativo, que se ha visto enriquecido con nuevas fórmulas de comercialización como **Ibercom Clave** e **Ibercom Master**, así como con nuevos servicios de valor añadido y nuevos terminales.

Es de señalar también la tendencia a emigrar desde los servicios tradicionales de Datos de X-25 a la nueva **Red IP**, aprovechando las ventajas de ésta.

Igualmente se ha trabajado en el ámbito de la mejora de la calidad y atención al cliente, mediante el lanzamiento, entre otras actuaciones, de los **Planes de Mantenimiento Integral** para empresas con acuerdos de nivel de Servicio.

En el ámbito de la pequeña y mediana empresa se han desarrollado servicios específicos como el **CENTREX**, mediante el que nuestros clientes pueden disponer de todas las prestaciones de una centralita moderna sin necesidad de instalar ningún equipo. Asimismo **TSAL**, empresa del **Grupo**, comercializa el servicio **INFONEGOCIO** diseñado para facilitar a las Pymes su acceso y presencia en Internet.

Durante 1998 y con el fin de facilitar el acceso de la Pymes a las nuevas tecnologías de la Información, **Telefónica** ha diseñado el **Plan Innovatel** que permite obtener descuentos de hasta el 100% en la adquisición de centralitas y otros productos y servicios de Telefonía. Este **Plan** cuenta en la actualidad con 150.000 socios.



Tráfico Telefónico Internacional

El tráfico internacional cursado por **Telefónica** durante 1998 registró una evolución muy favorable, con un incremento del 15% sobre el ejercicio precedente.

Es de destacar el fuerte crecimiento experimentado en las comunicaciones originadas en redes móviles —46%—.

Durante el ejercicio, las llamadas internacionales se beneficiaron de las ofertas de descuento contenidas en los **Planes Claros** y de una reducción media de las tarifas del 12,4%.

Telecomunicaciones por Cable

Durante el pasado ejercicio quedó configurado el mapa del cable en España, constituido por cuarenta

y tres demarcaciones, en los que **Telefónica Cable** cuenta con título habilitante para operar, si bien la moratoria impuesta a **Telefónica** por la Autoridad Reguladora se ha ampliado en el mes de diciembre de 16 a 24 meses.

No obstante, **Telefónica** ha continuado constituyendo **Sociedades Operadoras Locales** en las distintas demarcaciones, con participación de socios financieros, industriales y de medios de comunicación, tanto de ámbito local como nacional.

Asimismo, durante el ejercicio, **Telefónica Cable** ha puesto en servicio la plataforma integrada de servicios de TV digital, acceso a Internet y servicios interactivos dotada de las tecnologías más avanzadas.

Telefónica de España ha experimentado una sustancial mejora de su productividad, alcanzando las 313 líneas por empleado, con una mejora del 17,4% en términos anuales.

Telefónica cuenta con títulos habilitantes en todas las demarcaciones de cable, si bien la moratoria que le ha impuesto la autoridad reguladora para operar se ha ampliado a 24 meses.

Telefónica Publicidad e Información, líder en el sector de directorios y publicidad clasificada, ha continuado su evolución hacia nuevos soportes.



Igualmente ha realizado en Barcelona las primeras emisiones en prueba de TV digital por cable, así como los primeros servicios interactivos multimedia a potenciales clientes sobre redes de banda ancha, experiencias pioneras en España.

Publicidad e Información

Telefónica Publicidad e Información es la empresa del **Grupo** líder en el sector de directorios y publicidad clasificada. Durante 1998 ha editado 15 millones de ejemplares de «**Páginas Amarillas**» y 11 millones de «**Páginas Blancas**», lo que representa un incremento del 23% sobre el año anterior. Paralelamente ha introducido un nuevo diseño con el fin de incrementar su valor añadido y su utilidad para los clientes y usuarios.

Por otro lado, **Telefónica Publicidad e Información** ha consolidado su producto en internet «**Páginas Amarillas On Line**» y ha iniciado el lanzamiento de «**Páginas Habladas**», continuando su evolución hacia otros soportes distintos del tradicional y aprovechando las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.



Con todo ello, en 1998 los ingresos han aumentado un 19,6% respecto al año anterior, y el resultado antes de impuestos, un 4,3%.

Por su parte, **EstraTel** se ha consolidado durante 1998 como empresa líder del sector del Telemarketing en España, con un incremento de su facturación del 61% y de sus beneficios en el 11%.

Además de los crecimientos cuantitativos, son de destacar los esfuerzos de penetración en nuevos mercados y su creciente orientación hacia actividades de mayor valor añadido y de mejora de su competitividad.

Durante el pasado año, **EstraTel** ha realizado una inversión material de 2.131 millones de pesetas y ha abierto cinco nuevos centros de operación en Madrid, Sevilla, Valencia y La Coruña, lo que le permite mantener más de 4.000 puestos propios de teleinformación completamente informatizados.

La constante preocupación de **EstraTel** por la calidad de su servicio le ha valido la obtención de la certificación ISO 9001 de AENOR.

Telecomunicaciones Públicas

A pesar del entorno de liberalización en el que desarrolla su actividad, **Telefónica Telecomunicaciones Pública** ha mantenido durante 1998 su liderazgo en el sector, proporcionando servicios de alta calidad y manteniendo una planta dotada de las tecnologías más avanzadas.

En el pasado ejercicio, la planta instalada en la Vía Pública alcanzó los 67.038 puntos de comunicación, con un crecimiento del 5,6% y la planta de interiores se situó en 32.077 terminales.

La compañía ha obtenido en 1998 el certificado de calidad AENOR de acuerdo con la norma ISO 9001, que viene a revalidar la tradicional preocupación de la empresa por la calidad de sus productos y servicios.

La favorable evolución de **Telefónica Telecomunicaciones Públicas** queda reflejada en su cifra de negocio, que alcanzó los 50.487 millones de pesetas, con un incremento del 14,23% y un resultado antes de impuestos de 6.402 millones de pesetas, lo que supone un 44% más que en 1997.



Las Telecomunicaciones Públicas cuentan con más de 67.000 puntos de comunicación en la Vía Pública y más de 32.000 terminales en interiores.

