

Telefonía fija

Telefónica cuenta con más de 34 millones de líneas de telefonía fija, de las cuales 18 millones están en América

Telefónica gestionaba directamente, al finalizar 1999, 34 millones de líneas de telefonía fija; 16 millones estaban en España y eran responsabilidad de Telefónica de España. Las restantes estaban encuadradas en las empresas de Telefónica Internacional.

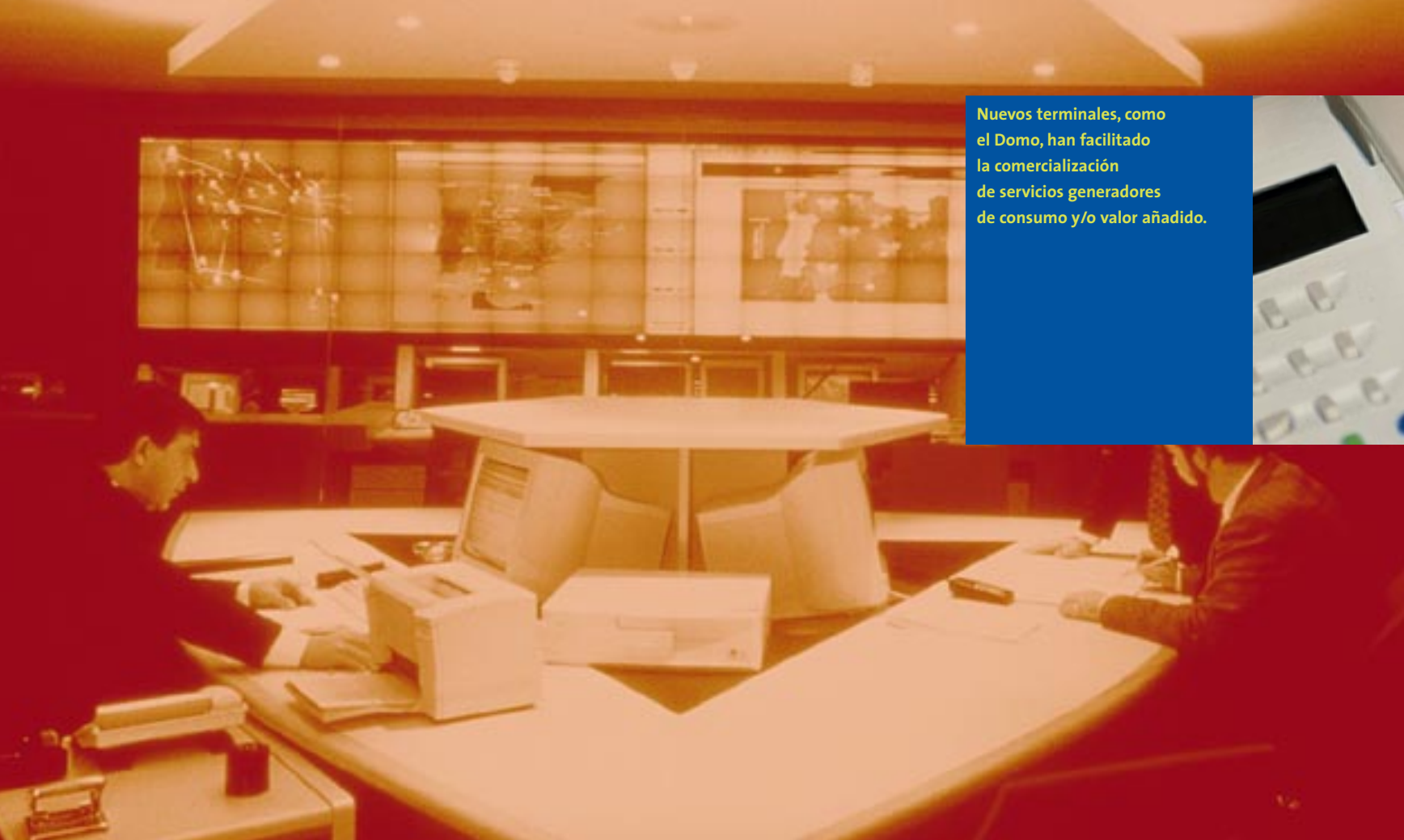
España

En el balance de su primer ejercicio como Línea de Actividad para el negocio de la telefonía fija, destaca la capacidad de Telefónica de España para mantener una cuota de mercado del 94,7% sobre el total del tráfico a pesar de trabajar en un entorno liberalizado. También aumentó sus ingresos, hasta superar los 1,6 billones de pesetas.

Esta cuota supone una pérdida de 3 puntos frente al año anterior, en un mercado en el que compite con operadores globales plenamente implantados desde comienzos de año, otros que entraron a lo largo del ejercicio, así como numerosos operadores de cable y dos de móviles (a través de sus licencias B1, de telefonía fija). Al finalizar 1999 había más de 100 licencias otorgadas en España.

Este comportamiento ha permitido que, a pesar de las disminuciones de precios y del importante efecto de sustitución de la telefonía móvil, los ingresos operativos aumentaran un 0,8% sobre 1998, hasta superar los mencionados 1,6 billones de pesetas. Los minutos por línea y día se situaron en 13,40, con un incremento del 11,9% sobre el año anterior.

Las claves de estos resultados se explican, en buena parte, por dos factores. Por un lado, las reestructuraciones de tarifas y de precios, que permitieron hacer más competitiva la oferta de Telefónica. Por otro, una estrategia comercial y de marketing basada en la segmentación de mercados, en la innovación y en una oferta completa de telefonía que cubre con sencillez y economía la totalidad de las necesidades del cliente, frente a las ofertas de otros competidores.



Nuevos terminales, como el Domo, han facilitado la comercialización de servicios generadores de consumo y/o valor añadido.

Actuaciones comerciales

A lo largo del año se pusieron en el mercado 70 nuevos servicios, lo que permitió que la facturación generada por nuevos productos y servicios (RDSI, Red Inteligente, Internet...) ascendiera a 164.791 millones de pesetas, alcanzando, por sí sola, el 10,3% del total de ingresos por operaciones.

Asimismo se avanzó de forma significativa en el empaquetamiento e integración de productos y servicios (paquetes multimedia), ampliando la oferta de productos generadores de consumo y/o valor añadido (servicios de mantenimiento, servicios suplementarios: llamada en espera, identificación del llamante, llamada a tres...).

También se intensificó la comercialización de planes de descuento para gran público y para empresas. En total se suscribieron 8.646.145 planes en el año, lo que permitió situar los planes activos a 31 de diciembre en casi 12 millones.

Por otro lado, se ha seguido fomentando la utilización del contestador automático en red (CAR) que a finales de 1999 era usado por más de 8,3 millones de clientes.

El fortalecimiento de la acción comercial ha llevado a incrementar fuertemente el volumen y la cualificación de la fuerza de ventas, adecuándola a las características y necesidades de cada segmento de


mercado (Grandes Clientes, Pymes, Negocios, Profesionales y Residencial), al tiempo que se han incorporado nuevas fórmulas de distribución (canal on-line en Internet, redes de distribución externa complementarias, etc.).

La actividad comercial en el mercado de empresas se ha concretado también en la creación de soluciones para la renovación del equipamiento, con el Plan Innovatel, que ha permitido que 10.000 empresas hayan renovado sus equipos.

Además, se han transformado y concentrado los centros de atención de llamadas de gran público, lo que ha supuesto aumentar y mejorar la capacidad operativa de atención al cliente, habiendo permitido atender más de 12,3 millones de llamadas entrantes.

El gran crecimiento de Internet ha permitido iniciar el despliegue de nuevos servicios de tarifa plana y alta velocidad como el ADSL, y aumentar de forma importante la venta de líneas RDSI, hasta duplicar la planta de líneas en servicio. Además, sobre la RDSI se ha desarrollado toda una familia de soluciones adicionales para videoconferencia, teletrabajo, etc.

En 1999 se iniciaron las actividades precomerciales de Telefónica Cable, que permitirán la progresiva comercialización de su producto Imagenio, pionero en el uso de la nueva tecnología VDSL.



Los centros de atención de llamadas de Gran Público han atendido más de 12,3 millones de llamadas entrantes.



El 10,3% de los ingresos por operaciones de Telefónica de España estuvo generado por nuevos productos y servicios (RDSI, Red Inteligente, Internet...)

Reducción de costes

Las mejoras en la atención han sido compatibles con una estrategia de reducción de costes, que ha reforzado el carácter competitivo de la oferta de Telefónica de España. El más importante de estos capítulos es el relativo a los gastos de personal, que se han reducido en un 11% sobre 1998. En paralelo ha aumentado la productividad, que se sitúa en 412,4 líneas por empleado, con un aumento del 31,7% respecto al final del año anterior. A este descenso de los gastos de personal ha contribuido de manera esencial la firma del ERE (expediente de regulación de empleo), con el acuerdo de reducción de 10.849 empleos (5.380 en 1999 y 5.479 en 2000). Como consecuencia, la plantilla de Telefónica de España se situaba, a finales de 1999, en 46.619 empleados, un 19,8% menos que en 1998.

En relación con los restantes gastos operativos, se ha continuado con el esfuerzo de reducción de gastos discrecionales de gestión. Se ha conseguido un ahorro de alrededor de 8.500 millones de pesetas en los capítulos de trabajos, suministros y servicios exteriores y otros gastos de personal, lo que ha permitido, sin añadir tensiones a la cuenta de resultados, intensificar los gastos comerciales (publicidad, promoción, comisiones de venta y otros) para dar respuesta a la nueva situación de competencia.

Saneamiento de activos

Es destacable el esfuerzo económico realizado en 1999 en previsión de que algunos equipamientos e instalaciones no puedan llegar a ser amortizados en los plazos previstos como consecuencia del entorno competitivo.

Mejora de la planta

Durante 1999 la planta de conmutación ha evolucionado para incorporar las nuevas prestaciones inherentes a requerimientos regulatorios (selección de operador "llamada a llamada", preasignación automática de *carrier* y servicios de portabilidad principalmente).

La apuesta por el desarrollo del ancho de banda (ADSL y VDSL) y la Red Multiservicio (basada en tecnologías avanzadas, tales como conmutadores ATM y transmisión DWDM) permiten a Telefónica posicionarse de forma óptima en el futuro inmediato en orden a satisfacer la demanda de nuevos productos y servicios y a facilitar la explotación del Negocio Mayorista de venta de capacidad portadora.

La oferta comercial, a operadores autorizados, del servicio GigaADSL de acceso a Internet con conexión permanente a alta



Telefónica Telecomunicaciones Públicas (TTP) tiene 66.889 terminales en la Vía Pública repartidos por España, cuyos ingresos aumentaron un 1,3% en 1999, a pesar de la presión competitiva

El Centro Internacional IP de Telefónica de España ha triplicado la capacidad de tráfico Internet con Europa y Estados Unidos

velocidad, simultáneamente con los servicios de voz, constituye un paso decisivo en esta estrategia.

En 1999, en el centro internacional IP, se ha triplicado la capacidad dedicada al tráfico Internet con Europa y Estados Unidos lo que, junto con la próxima incorporación del sistema submarino Columbus-3, permitirá a Telefónica situarse como uno de los principales operadores de tráfico Internet.

Asimismo, en este ejercicio se ha consolidado el nuevo proceso inversor, estableciendo un volumen de inversión de acuerdo a las mejores prácticas europeas en función de la relación inversión/ingresos, la cual se ha situado en 1999 en el 18,9% frente al 20,5% de la media europea.

A comienzos de 1999 comenzó la implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental para facilitar la identificación de los aspectos medioambientales en los que incide la empresa y promover las acciones de mejora para minimizar y, en la medida de lo posible, eliminar su incidencia en el entorno, favoreciendo al mismo tiempo el desarrollo sostenible.

Con este objetivo se constituyó una organización específica y se definió una política medioambiental, cuyos primeros resultados pueden consultarse en la Memoria Medioambiental,

disponible en formato electrónico en el sitio web de Telefónica en Internet.

Por último, se ha asentado un nuevo modelo organizativo adaptado a la segmentación, y plenamente orientado hacia el cliente. La nueva organización se apoya sobre un cambio cultural que consolida el modelo de retribución por objetivos y se sustenta sobre los valores de profesionalidad, trabajo en equipo, incentivar de la responsabilidad individual, liderazgo, compromiso y transparencia. A lo largo del año se dedicaron más de 1,8 millones de horas/alumno a la formación.

Telecomunicaciones públicas

Las telecomunicaciones de uso público en España son responsabilidad de TTP (Telefónica Telecomunicaciones Públicas). En 1999, en el contexto de liberalización del mercado de la telefonía de uso público, donde cada año se nota una mayor presión competitiva, TTP se ha mantenido una vez más como líder en el sector.

A finales de ejercicio la planta instalada en la Vía Pública se situó en 66.889 terminales, consecuencia tanto de la reubicación de aquéllos de escasa utilización hacia zonas de fuerte demanda, como

Telefónica de España Principales Productos/Servicios vendidos

	En 1999
Tarjetas personales	918.113
Planes de descuento	8.646.145
Números Red Inteligente	11.887
Renove Línea Básica	3.027.193
Altas Servicio Contestador en Red	3.682.033
Nuevas Conexiones Ibercom	306.906
Accesos Básicos RDSI	187.025
Terminales Famitel	197.164

Telefónica de España Planta final 1999

	Unidades	%var. s/1998
Líneas Telefonía Básica	16.480.426	1,2
Conexiones Ibercom	856.529	12,3
Accesos Básicos RDSI	355.493	100,6
Accesos Primarios RDSI	8.928	78,3
Alquiler Circuitos Digitales	42.946	22,5
Números Red Inteligente	30.486	35,4
Planes Claros Activos	11.722.321	153,1
Tarjetas en servicio	2.153.015	46,7
Buzones Activos CAR	8.352.307	16,3
Servicios Suplementarios Activos	18.421.234	88,2

América (*) Líneas Fijas en servicio

	dic. 99	% var. 99/98	dic. 98
Operadoras Gestionadas	18.440.486	15,5%	15.968.908
Telefónica CTC Chile	2.592.397	-2,2%	2.649.786
TASA	4.082.713	4,5%	3.905.353
Telefónica del Perú	1.689.098	8,6%	1.555.749
Telesp+Ceterp	8.427.843	31,5%	6.409.457
CRT fija	1.630.157	12,5%	1.448.563
Telefónica El Salvador	18.278	-	-
Participaciones financieras	2.585.861	-1,1%	2.615.931
CANTV	2.585.861	-1,1%	2.615.931
TOTAL	21.026.347	13,1%	18.584.839

(*) Empresas agrupadas
en 1999 en Telefónica Internacional

TTP incrementó sus ventas por publicidad en un 23,97%



Telefónica de Argentina tiene una cuota de mercado del 54% en Larga Distancia Nacional, y del 50% en Larga Distancia Internacional.

de la eliminación de los altamente deficitarios, consiguiéndose una mayor rentabilidad de la planta. Se han incrementado los ingresos totales (1,3%) y el ingreso medio por terminal y año (1,56%) respecto al año 1998.

Los convenios firmados con las Administraciones Locales son 122, de los cuales el 40% corresponden a poblaciones muy significativas.

En cuanto a la actividad en Recintos Privados cabe destacar el incremento de planta de 4.100 terminales que supone un 13% sobre 1998, situándose la planta en 35.900 instalaciones.

Las instalaciones mixtas (Tarjetel, el sistema integrado de telefonía y TV) se sitúan en 500, en el ejercicio, lo que supone un incremento del 41%. Por su parte, la venta de terminales de cobro automático (TRMA/Teletup) alcanzó la cifra de 28.900 unidades, correspondiendo a un incremento del 22% sobre el año anterior.

Es de destacar también la notable facturación por venta de publicidad, 23,97% de incremento sobre 1998, habiéndose reducido los costes comerciales por este concepto en un 1,81% respecto al período anterior.

El número de socios, coleccionistas de tarjetas, se aumentó en 188, cerrándose a final de año con el número total de 4.475.

También se han reducido los costes operacionales en el mantenimiento de terminales en Recintos Privados y se han comercializado nuevos productos a través de las redes de distribución.

Este esfuerzo ha permitido una positiva evolución de Telefónica Telecomunicaciones Públicas la cual queda patente en su cifra de negocio, que llegó a los 58.423 millones de pesetas, con un leve incremento de 1,15% respecto de 1998. El resultado antes de impuestos se sitúa en 6.103 millones de pesetas.

América

Telefónica Internacional consolidó a lo largo del ejercicio su posición de liderazgo en el mercado Latinoamericano, tanto fortaleciendo la posición de las operadoras participadas, como expandiendo su área de actuación en nuevos mercados.

Al cierre del ejercicio, Telefónica contaba en Latinoamérica con un total de 21 millones de líneas fijas en servicio (de las que gestionaba directamente 18,4 millones) lo que supone una tasa de crecimiento interanual del 13%. A comienzos de 2000, dentro del modelo de



organización por Líneas de Negocio de ámbito global, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. decidió dar una dirección única a las actividades de telefonía básica en Latinoamérica.

Brasil

TELESP cerró el año 1999 con un total de 8,3 millones de líneas en servicio (sin contar con CETERP, de la que se habla en esta misma página), lo que supone un incremento del 29%, con respecto al cierre de 1998. La red alcanzó una digitalización del 87%, y la productividad, un total de 566 líneas en servicio/empleado.

En noviembre, las Juntas Generales de Accionistas de TELESP PARTICIPAÇÕES, TELESP S.A. y CTBC aprobaban una operación por la cual se producía simultáneamente la incorporación de CTBC en TELESP S.A., la resultante de esta última en TELESP PARTICIPAÇÕES, y de SPT, en la anterior, pasándose a denominar la entidad final TELESP, S.A. El resultado simplificaba la estructura societaria.

En diciembre, TELESP, S.A. adquirió una participación del 72,6 % en CETERP, compañía que integra operaciones de Telefonía Fija y Celular en la región de Riberao Preto, dentro del Estado de São Paulo. CETERP contaba a finales de 1999 con aproximadamente 175 mil líneas en servicio y 57 mil clientes celulares. La operación se enmarca en el

ámbito de poder garantizar en mayor medida el cumplimiento anticipado de las metas de calidad y expansión del servicio requeridas por el organismo regulador, lo que permitiría a Telesp ofrecer otros servicios y acceder a otras regiones en Brasil de forma anticipada.

La Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT) superó la cifra de 1,6 millones de líneas en servicio lo que supone una penetración de 17 líneas por cada 100 habitantes. La compañía cuenta con prácticamente un 100% de la red digitalizada, lo que ha permitido incrementar la oferta de servicios de valor añadido y aumentar la calidad de las llamadas reflejándose en mayores tráficos por línea. En el marco de lo dispuesto por las autoridades regulatorias brasileñas, Telefónica se encontraba, a comienzos de 2000, en proceso de desinversión de su participación en el capital de CRT.

Argentina

La planta en servicio de Telefónica de Argentina (TASA) creció un 4,5% hasta alcanzar 4.082.713 líneas a 31/12/99, que supone una penetración de 24 líneas cada 100 habitantes en el Sur del país.

El 10 de octubre de 1999 terminó el período de transición hacia la competencia, con cuatro operadoras con licencias de ámbito nacional, una de los cuales es Telefónica. A partir de octubre los

Telefónica El Salvador alcanzó una cuota de mercado del 40% en Larga Distancia Internacional, en su primer año de servicio



clientes del interior del país y, desde noviembre, los clientes del Área Metropolitana de Buenos Aires, podían elegir operador de larga distancia nacional e internacional, a través del proceso de prescripción. A final de 1999 las cuotas de mercado de TASA para estos mercados ascendían al 54% y 50%, respectivamente.

Chile

Telefónica CTC Chile cerró el ejercicio 99 con casi 2,6 millones de líneas en servicio, alcanzando una penetración de 20 líneas por cada 100 habitantes. Las líneas en servicio por empleado han pasado de 383 en 1998 a 459 en 1999.

El 3 de mayo, el Gobierno chileno publicó los principales aspectos de su propuesta respecto a las tarifas de los servicios regulados de Telefónica CTC Chile para los próximos 5 años (1999-2004), ratificándolo en el mes de agosto. Este nuevo Decreto sustituirá al publicado el 4 de mayo de 1994 e implicará un considerable esfuerzo de eficiencia para la compañía.

Perú

Telefónica del Perú cerró el ejercicio con más de 1,6 millones de líneas gracias a la comercialización de innovadores productos

adaptados a las características del mercado peruano como el "teléfono popular" (teléfono fijo con límite de consumo). El grado de digitalización alcanzó el 95,3% y la penetración el 6,7%.

Centroamérica

Telefónica El Salvador ha consolidado su posición como operador de telecomunicaciones, comenzando a ofrecer a lo largo de este año telefonía fija, pública y datos, habiendo alcanzado una cuota de mercado en larga distancia internacional del 40%. Además se ha creado una nueva compañía (Telefónica Multiservicios, S.A.) junto con Amnet (empresa que ofrece televisión por cable en el país) para prestar servicios de telefonía a través de la red de ésta, con lo que se puede acceder de forma inmediata a más de 50.000 clientes.

También en 1999 (en julio) inició sus operaciones Telefónica Guatemala.

Por otra parte en el mes de mayo, Telefónica Internacional anunció el acuerdo alcanzado con Tyco para la construcción y desarrollo de un cable submarino de fibra óptica, dotado de la tecnología más avanzada en capacidad de transmisión para el tráfico de voz y datos. El sistema, SAM 1, conectará

En 1999 Telefónica constituye Atento para los negocios de servicios de centros de atención de llamadas. A final de año Atento gestionaba 13.499 puestos de atención, a escala mundial, con una plantilla de 21.590 personas.



América del Sur, América Central y Estados Unidos y se combinará con la red terrestre de Telefónica para conseguir la completa conexión con las principales ciudades de Latinoamérica. La primera fase entrará en servicio en diciembre de 2000 y se prevé que el sistema empiece a funcionar en su totalidad en julio de 2001.

Igualmente, en septiembre, Telefónica Internacional firmó un acuerdo de colaboración con IDT, operador de larga distancia norteamericano, para participar en este cable SAM1 y desarrollar proyectos conjuntos como la comercialización de productos orientados al mercado hispano estadounidense.

Atento

En 1999 Telefónica constituyó una empresa para englobar los negocios de servicios de centros de atención de llamadas (call centers) existentes en el Grupo: la nueva Línea de Negocio tiene el nombre de Atento y surgía con la misión de desarrollar de forma global el negocio de los servicios de centros de atención de llamadas en todo el mundo, y muy especialmente en Latinoamérica y España, así como en Estados Unidos (en este último caso, como objetivo a medio plazo).

Para cada segmento de mercado, Atento ofrece un portfolio de servicios diversos: teleatención integrada, televenta, provisión de personal, alquiler de puestos de atención, etc.

En Latinoamérica, Atento constituyó, a lo largo de 1999, empresas en Brasil, Guatemala, El Salvador, Perú, Chile y Puerto Rico.

A finales de 1999, el número de puestos de atención a escala mundial del negocio de centros de atención de llamadas gestionado por Atento se situaba en 13.499 puestos, con una plantilla global de 21.590 personas.

En España esta actividad era gestionada por Estratel que, convertida en Atento España, estaba previsto que se incorporase al Grupo a comienzos de 2000.