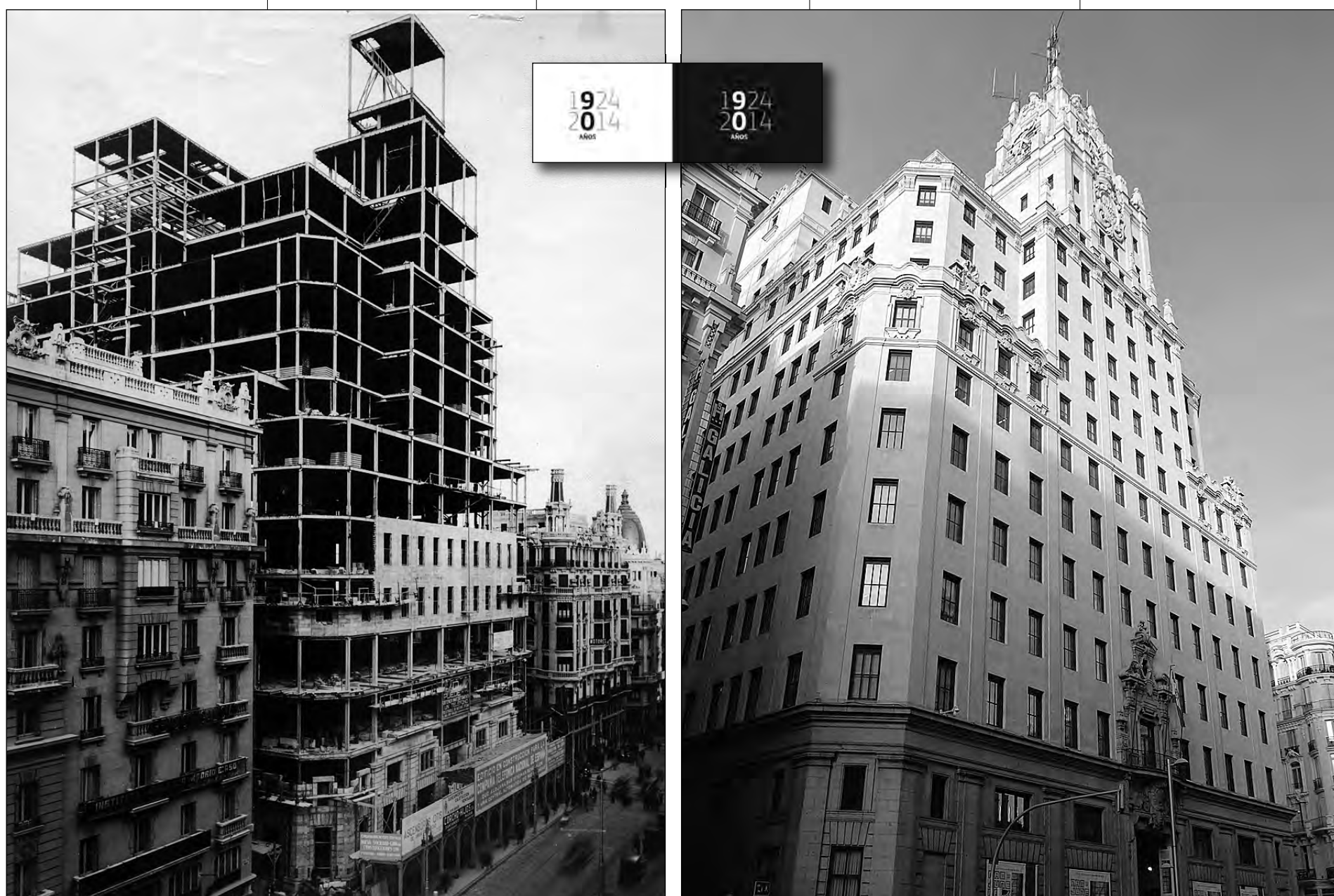




# NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 175



La emblemática sede de Telefónica, en construcción, y en la actualidad, donde se ubica la *flagship* de la compañía y la sede de la Fundación.

Telefónica cumple 90 años. Una larga historia de transformación y crecimiento, marcada por la apuesta por la internacionalización, la innovación y las necesidades del cliente. Una carrera de fondo que lo ha llevado a ser hoy un operador de referencia en América Latina,

un actor relevante en Europa y a contribuir decididamente al progreso de las sociedades donde opera. Sus inversiones y apuestas en el presente ya dejan adivinar su futuro más inmediato: ser una *telco* digital, líderes en el mercado.

**La multinacional se ha convertido en un motor económico, tecnológico y de cohesión social en los países donde opera**

## Telefónica: 90 años de transformación y crecimiento

**T**elefónica está de cumpleaños. La mayor operadora española y una de las primeras del mundo cumple 90 años en perfecto estado de salud. La suya es una historia larga, de anticipación y transformación, especialmente durante la última década. Cambios que la han hecho pasar de ser una pequeña empresa pública, al gigante privado que es hoy, con más de 323 millones de clientes, y cerca de 60.000 millones de ingresos.

Desde el comienzo de la internacionalización, la compañía ha experimentado un gran crecimiento, convirtiéndose en un operador de referencia en América Latina con 222 millones de clientes, y también y con una escala relevante en el mercado europeo, donde el grupo, con su presencia en Alemania, Reino Unido, República Checa, Irlanda y Eslovaquia, se ha hecho con 102 millones de accesos totales. En conjunto, está presente en 24 países, y su

equipo lo componen 130.000 personas. Esta base de clientes y el volumen de sus ingresos la sitúa en el top 10 mundial.

### Un poco de historia...

Este cumpleaños bien se merece un poco de historia. El 19 de abril de 1924 se constituyó la Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE) con un capital social de un millón de pesetas que representaba 2.000 acciones. La com-

pañía estaba participada por la empresa neoyorkina "International Telephone and Telegraph Corporation (ITT)".

En agosto de ese mismo año, Alfonso XIII autoriza al gobierno a contratar con la CTNE la organización del servicio telefónica nacional. De esta forma y a través de este contrato, el Estado cede a la CTNE todas las instalaciones, líneas y derechos de las concesiones.

En el año 1928 comienzan las

comunicaciones trasatlánticas y Alfonso XIII y el presidente de Estados Unidos, Calvin Coolidge, inauguran el servicio entre España y Estados Unidos. Un año más tarde se inaugura oficialmente el edificio que sería la sede de la compañía, en la Gran Vía de Madrid.

En 1945 el Estado se hace el 79,6% del total de acciones ordinarias, que adquiere a ITT, y se firma



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



El rey Alfonso XIII, en la terraza del edificio de Telefónica en la Gran Vía Madrileña.



Primeras centralitas de la compañía.

Viene de página I

un nuevo contrato, que resitúa las relaciones entre el Estado y la CTNE

En 1954 se alcanza la cifra de un millón de teléfonos instalados en España, pero la demanda es tal que al final de año había en espera más de 200.000 peticiones de línea.

Siguen las inversiones y en 1956 se inaugura el cable coaxial Madrid-Zaragoza-Barcelona, al mismo tiempo que se incrementa el servicio internacional, cuya consecuencia es la comunicación, en 1957, con 107 países del mundo. En 1965 se inaugura el cable submarino Pencan-1, entre san Fernando de Cádiz y Santa Cruz de Tenerife, el de mayor capacidad del mundo en ese momento.



**La de Telefónica es una historia larga, de anticipación y transformación, especialmente durante la última década. Cambios que la han hecho pasar de ser una pequeña empresa pública al gigante privado que es hoy, con más de 323 millones de clientes**

En la década de los 80 se producen una serie de cambios que modifican el panorama de la compañía. En 1987, las acciones de Telefónica comienzan a cotizar en la importante plaza bursátil de Nueva York, siguiendo la estela de París, Frankfurt, Londres, Tokio, en los dos años precedentes.

La entrada en vigor de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) que regula el nuevo marco de actuaciones y competencias

**LO QUE EXISTE DETRAS DE SU TELEFONO**

El teléfono es lo único que de la red ve la mayor parte del público. Olvida o ignora que detrás de este sencillo aparato hay enormes instalaciones de alambres, cables, postes, aparatos conmutadores, nuevos edificios y todo el material, en fin, que representa la propiedad que da valor a las

**Acciones preferentes acumulativas del 7 %.**

de la  
**COMPAÑIA TELEFONICA NACIONAL DE ESPAÑA**

Precio de una acción: Ptas. 500

Pueden suscribirse estas acciones en los siguientes Bancos, Sucursales, Filiales, Corresponsales y en este Establecimiento.

<b>Banco Urquijo.</b>	<b>Banco Hispano-Colonial.</b>
<b>Banco Hispano-Americano.</b>	<b>S. A. Arnús-Garí.</b>
<b>Banco de Bilbao.</b>	<b>Banca Marsans.</b>

También podrán suscribirse estas acciones por medio de cualquier empleado u oficina de la Compañía.

**Compañía Telefónica Nacional de España**

Publicidad animando a comprar acciones de la CNTE, y cartel de la primera OPV de Telefónica.

de la empresa, el 1 de enero de 1988, provoca que se firme, tres años más tarde, un nuevo contrato con el Estado para adecuar el marco de competencias de la empresa a lo establecido en la LOT.

Estamos ante el preludio de un período en el que Telefónica extiende sus negocios y servicios a otros países, especialmente de Latinoamérica con la entrada en Chile y Argentina, en 1990.

En 1993 comienza la comerciali-

zación del primer satélite español Hispasat, en cuya constitución en 1989 tomó parte y el lanzamiento de un segundo satélite.

Pero 1994 es un año decisivo en el desarrollo de la telefonía móvil, tanto por el proceso de liberalización emprendido como por el cambio de actitud del mercado. A finales del año el servicio MovilLine rondaba el medio millón de clientes y disponía de una cobertura equivalente al 98% del territorio y de la

**Oferta de Acciones Telefónica**

**Crece el valor de la comunicación**

4% Descuento  
1x20

**Compre ahora**  
Infórmese aquí

**Telefónica**

población. Se comienza a implantar la infraestructura de Movistar, pero el despegue de la telefonía móvil llegará a España en 1995. Ese mismo año se empieza a comercializar el primer servicio de acceso a internet, InfoVía.

**Dimensión de multinacional**  
En 1996 el Grupo Telefónica consolida su liderazgo. Telefónica, gracias a su política de expansión iniciada en años anteriores alcanza un volu-

men de negocio de dimensión multinacional. La capitalización bursátil pasa de 1,5 billones de pesetas a finales de 1995 a 2,8 billones al cierre de 1996. Telefónica Móviles consigue para su servicio digital el primer millón de clientes en sólo 16 meses.

En 1998 comienzan a hacerse las primeras pruebas con ADSL y comienza el despliegue una nueva red IP. También arranca este mismo año comienza la actividad en los



negocios audiovisuales, con el objetivo de distribuir contenidos en el mercado de habla hispana.

A lo largo del 2000 Telefónica ha seguido reforzando su posición como uno de los principales actores en el mercado mundial de las telecomunicaciones y ha continuado el proceso de reorganización interna hacia líneas de negocio de ámbito global.

En los últimos años ha adquirido la compañía británica O2, la brasileña Vivo, entre otras operaciones. Telefónica es, actualmente líder en mercados como España, Brasil y Reino Unido y ha desarrollado alianzas estratégicas como la de China Unicom, la mayor del sector a nivel mundial.

Una de las características diferenciales de Telefónica es su condición de operador de referencia en América Latina, donde a finales de 2013 acumulaba 222 millones de clientes,



**El 19 de abril de 1924 se constituyó la Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE) con un capital social de un millón de pesetas que representaba 2.000 acciones. La compañía estaba participada por la empresa neoyorquina International Telephone and Telegraph Corporation (ITT)**

**Una de las características diferenciales de Telefónica es su condición de operador de referencia en América Latina, donde a finales de 2013 acumulaba 222 millones de clientes, un 25% del mercado de contrato, mercado que lideran, y donde también, con un 22%, son líderes en penetración de 'smartphones'**

un 25% del mercado de contrato, mercado que lideran, y también, con un 22%, son líderes en penetración de smartphones. En Brasil, Telefónica tiene más de 92 millones de clientes. Brasil vuelve a ser un mercado clave para Telefónica en la aportación de nuevos clientes. Así, la operadora española incorporó entre enero y febrero un total de 801.900 nuevos accesos de telefonía móvil. Un avance que ha llevado a su filial Vivo a rebasar por primera vez la cota de los 78,04 millones de líneas en este segmento de negocio.

Así, según los datos publicados por el regulador Anatel, Telefónica cerró febrero con una cuota de mercado en el negocio móvil del país sudamericano del 28,62%, por encima del 28,49% registrado a la conclusión de 2013.

En el mercado europeo también tiene una posición relevante, sobre todo en Alemania (23,9 millones de accesos), y en Gran Bretaña (23,9 millones de accesos).

#### Apuesta por la innovación

Parte de este éxito se debe también a la política de alianzas que a lo largo de los años ha ido poniendo en marcha la compañía,

### LA COMPAÑÍA NO HA DEJADO DE CRECER...

	Cientes (Mill.)	12	68	323	x27
	Países *	1	16	24	+23
	Equipo (miles)	71	149	130	x2
	Ingresos (Mill. €)	4.273	28.482	57.061	x13

\* Incluye Irlanda, República Checa y Eslovaquia. A cierre de 2013, la venta de las operaciones en estos países estaban pendientes de aprobación regulatoria.

Fuente: Telefónica

### ... MUY ESPECIALMENTE EN AMÉRICA LATINA



### Y CON UNA POSICIÓN RELEVANTE EN EUROPA



con socios industriales que han aportado valor añadido a los negocios. Es el caso de China unicom, Telecom Italia, Bouyegues, Etisalat, Sunrise, Megafon... en total, más de 1.000 millones de clientes combinados.

También merece un capítulo aparte en el crecimiento de la compañía, su apuesta por la innovación. Telefónica es segundo operador mundial en inversión en I+D, con 1.089 millones de euros, solo por detrás del gigante japonés NTT, y se sitúa a mucha distancia en este capítulo de algunos de sus principales competidores, como AT&T (925 millones), British Telecom (826 millones) o Vodafone (363 millones), según el EU Industrial R&D Scoreboard de la Comisión Europea.

Además, Telefónica continúa sien-

do la empresa española que más invierte en I+D, según el ranking de las 1.000 compañías mundiales que más dinero destinan a investigación y desarrollo elaborado por la consultora Booz&Company. La cantidad destinada a I+D por la compañía presidida por César Alierta es de 1.019 millones de euros, una cifra superior a la suma de las otras seis compañías españolas que aparecen en la clasificación (Amadeus, Acciona, Almirall, Iberdrola, Grifols y Abengoa). El ranking global se encuentra liderado por Volkswagen (con 11.400 millones de euros), Samsung (10.400 millones), Roche (10.200 millones), Intel (10.100 millones) y Microsoft (9.800 millones).

El año pasado Telefónica I+D celebraba 25 años de existencia y podrían presumir de que solo en

2012 generó 87 patentes, lo que suma más de 500 las desarrolladas. Con estos datos encima de la mesa, pueden afirmar orgullosamente que se trata de la segunda organización en creación de patentes españolas e internacionales, únicamente por detrás del CSIC (El Consejo Superior de Investigaciones Científicas). En el ranking mundial por capitalización bursátil, es la séptima compañía, con un valor cercano a los 53.000 millones de euros.

#### Y ahora, ¿qué?

Telefónica está inmersa en el despliegue de la que será la mejor ultrared de banda ancha integrada de Europa. La compañía se encuentra en un camino de profunda transformación hacia el mundo digital, que implica la simplificación de su arqui-

## Motor de desarrollo económico sostenible

La actividad de Telefónica tiene un claro impacto positivo en las sociedades en las que está presente. Como motor de desarrollo económico sostenible e innovación y como factor de apoyo a la cohesión social.

El sector TOC es clave para la mejora de la productividad y para el crecimiento económico sostenible. La banda ancha, por ejemplo, mejora la productividad en un 5% en el sector industrial y un 10% en el sector servicios debido a la mejora en los procesos. La implantación de la Agenda Digital para Europa traerá consigo la creación de 1,2 millones de puestos de trabajo en el corto plazo. A largo, la cifra podría alcanzar los 5,5 millones.

La actividad de Telefónica contribuye al desarrollo económico de los países donde está presente y también a la cohesión social. La Fundación Telefónica ha atendido a 716.641 niños en riesgo de exclusión social en Latinoamérica, combatiendo el trabajo infantil. Además, han recibido formación 30.332 profesores, más de 24.000 voluntarios han realizado acciones solidarias, y 12.004 jóvenes han sido formados como apoyo al desarrollo de 3.726 proyectos.

Distintas organizaciones han reconocido su compromiso con la sostenibilidad corporativa. Por ejemplo, ha sido señalada como la operadora europea más admirada, y la segunda en el mundo, según el World's Most Admired Companies Ranking en 2013.

Además, está incluida en el FTSE4Good Index, un índice que mide el desempeño de las compañías que cumplen los estándares globales de responsabilidad corporativa.

tectura de red y la intensificación de los despliegues combinados de Fibra Óptica (FTTH) y de LTE para culminar la red de banda ancha fija y móvil más potente, completa e integrada del mercado europeo. Para ello, la compañía ha invertido más de 10.000 millones de euros en los últimos cinco años, especialmente en el despliegue de redes de alta velocidad fija y móvil.

Esta transformación que la compañía ya ha emprendido hacia su conversión total en una Telco Digital, con el fin de acercar a las personas lo mejor de la tecnología, y dar así respuesta a la experiencia de Internet que espera alcanzar el usuario. Se apoya, entre otros pilares en la mayor capilaridad alcanzada por la compañía, así como la mejora de la red y de los sistemas y la adopción de una estrategia de compartición del despliegue de redes con otros operadores, que está redundando en la mejora de la infraestructura para el usuario y en mayores eficiencias y ahorros de costes para la compañía.

Otro de los pilares del cambio pasa por la oferta de nuevos servicios más sencillos o por la apuesta por ecosis-

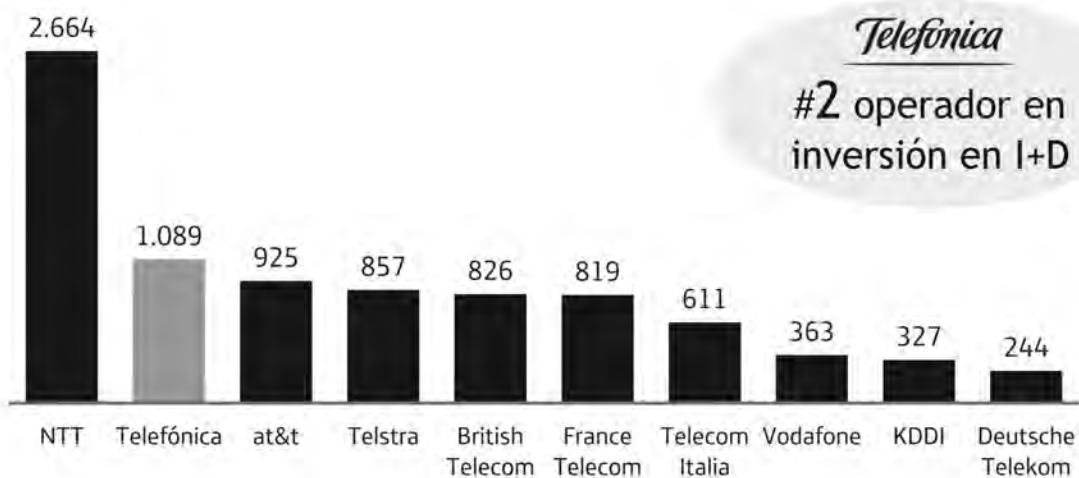
Pasa a página IV



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

**'RANKING' MUNDIAL DEL SECTOR 'TELCO' EN INVERSIÓN EN I+D**

(Millones de euros)

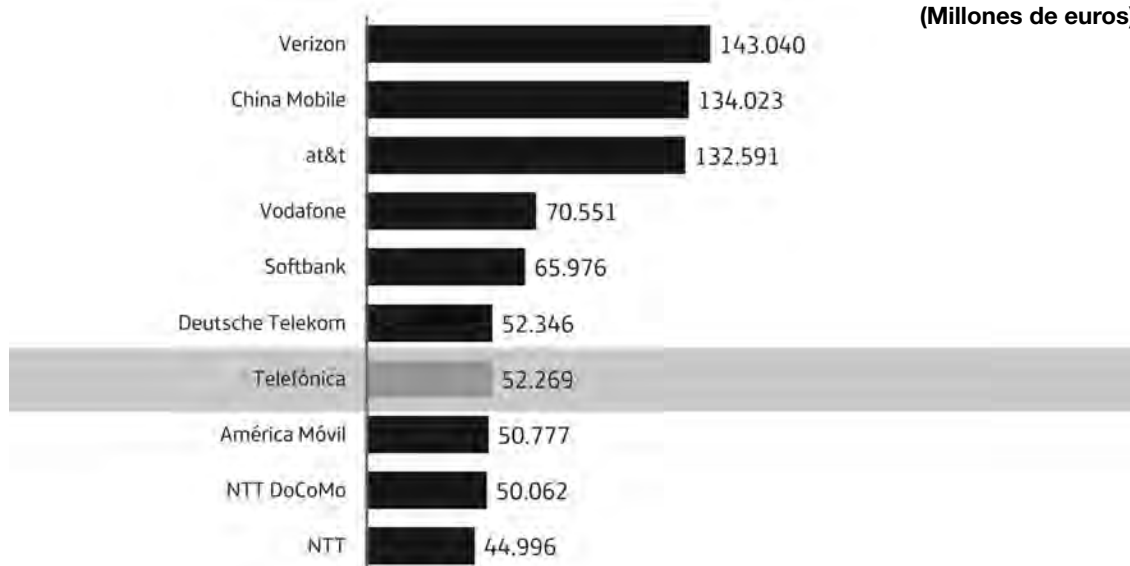


**Telefónica**  
#2 operador en inversión en I+D

Fuente: The 2012 EU Industrial R&D Scoreboard (Comisión Europea).

**'RANKING' MUNDIAL DEL SECTOR 'TELCO' POR CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL**

(Millones de euros)



Fuente: Bloomberg 31/03/2014.

Viene de página III

temas alternativos. El consejero delegado de Telefónica ha destacado el nuevo modelo comercial implantado por la compañía en países como España, Alemania, Reino Unido, Brasil o Chile, así como las exitosas ofertas convergentes que están ayudando a avanzar en esa misma dirección, como es el caso de Movistar Fusión en España o de O2 Refresh en el Reino Unido.

Liderar la innovación tecnológica, por último, es otra de las claves del proceso transformador de Telefónica, con casos de éxito como Wayra -que en dos años ha abierto academias en 12 países y ha acelerado 244 startups-, *Amérigo* -presente en 4 países y con un capital invertido de en torno a 300 millones de euros- o *Campus Party*, el mayor evento de tecnología, ocio y cultura digital del mundo que acaba de inaugurar una nueva edición en Londres.

La revolución digital no ha hecho más que empezar.

En línea con este objetivo de futuro, Telefónica ha vuelto a revolucionar el mercado de las tarifas convergentes en España y completa el catálogo de Movistar Fusión, su oferta integrada líder desde su lanzamiento en octubre de 2012 y que en la actualidad cuenta con más de tres millones de usuarios y también más de 11 millones de accesos.

Entre los cambios más relevantes se encuentra la migración de los clientes con modalidades de Fusión con ADSL hasta 10 megas a la nueva red de fibra, presente cada vez en más hogares y empresas, y que terminará el año con 10 millones de unidades inmobiliarias (UU.II.) en cobertura, alrededor de la mitad del total de la población.

Ese cambio, gratuito, permitirá disfrutar de 10 megas reales sobre la red fija más rápida, potente y avanzada del mercado, y optar a



**Telefónica es el segundo operador mundial en inversión en I+D, con 1.089 millones de euros, sólo por detrás del gigante japonés NTT, y se sitúa a mucha distancia en este capítulo de algunos de sus principales competidores**

**Ahora, Telefónica está inmersa en el despliegue de la que será la mejor ultrarred de banda ancha integrada de Europa. La compañía se encuentra en un camino de profunda transformación hacia el mundo digital**

más y mejores productos convergentes, siempre con televisión y 4G, por el mismo precio e incluso menos del que venían pagando con anterioridad.

Telefónica anuncia, además, el lanzamiento de nuevos paquetes de servicios integrados y convergentes -fijo, móvil, fibra y Televisión- que sustituyen a los que existían con anterioridad. Desde 42 euros al mes, IVA incluido, los clientes podrán disfrutar de Movistar Fusión TV.

Desde ahora, los packs que integran todos los servicios de Movistar con 10 Mb serán Movistar Fusión

TV 'Contigo', a un precio de 42 euros (incluido IVA); 'Para Todos', a 60 euros; 'Energía', con un precio de 68 euros; 'Fútbol', a un coste de 75 euros; y 'Total' a 95 euros.

Si el cliente selecciona la opción de fibra de 100 Mb, los precios serán de 54 euros, incluido IVA, para Movistar Fusión TV 'Contigo'; 72 euros en la opción 'Para Todos'; 80 euros si lleva el paquete 'Energía'; 87 euros si lleva todo el 'Fútbol'; y 107 euros si el cliente quiere 'Total' o los tres packs anteriores.

Las diferentes opciones de Movistar Fusión Televisión podrán disfrutarse en todas las pantallas, televisión, Smartphone, PC y Tablet.

**Movistar, con la Selección Española de Fútbol**

■ Movistar, Socio Patrocinador Principal de la Selección Española de Fútbol, ha realizado un nuevo anuncio con motivo de la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014 en el que España defenderá su condición de vigente campeón del mundo. Este anuncio ha contado con la participación especial de los futbolistas de 'La Roja' Andrés Iniesta, Xabi Alonso, Pepe Reina, Santi Cazorla y Juanfran Torres, que protagonizan este spot cuyo lema es: 'Nos esforzaremos tanto como vosotros' como homenaje a los cerca de 47 millones de campeones que viven en España y que día a día luchan por conseguir grandes victorias en sus vidas cotidianas.

Los cinco jugadores de la Selección aparecen caracterizados para compartir, de forma anónima, una jornada de trabajo con algunos de estos 47 millones de campeones. Así, Iniesta trabaja durante unas horas como pinche de cocina en el equipo de Cocina de Dabbawala; Xabi Alonso, como celador en la Residencia de ancianos Las Rozas; Santi Cazorla y Juanfran Torres, como jardineros en la Empresa de jardinería Évola; y Pepe Reina, como profesor en la Escuela Infantil Cabás.

La campaña que se estrenó hace unos días en entornos digitales, tiene una línea continuista con la del año pasado donde además de apoyar a la Selección Movistar quiere trasladar un mensaje de optimismo a la sociedad y de apoyo a las personas que luchan con su trabajo y esfuerzo para lograr sus retos personales y profesionales.

El año pasado la campaña contaba historias reales de personas que con mucho trabajo alcanzaron distintos éxitos personales y profesionales a los que los jugadores de la Selección aplaudían.

Este año los creativos de la campaña han dado un paso más allá y han querido motivar a los jugadores para el próximo mundial haciéndoles vivir la experiencia única de sentirse un ciudadano corriente en su día a

día. Para lograr que estos grandes campeones fuesen ciudadanos anónimos, el equipo creativo caracterizó a varios jugadores de la selección convirtiéndolos en: cocineros, profesores, jardineros, celadores...

Previamente se había contactado con varias empresas para contarles que se quería rodar un documental sobre el primer día de trabajo de una persona y accedieron con gusto a enseñar a los jugadores caracterizados de anónimos las tareas propias de sus profesiones sin saber quiénes eran realmente.

El rodaje tuvo lugar en Las Rozas el 3 de marzo donde Xabi Alonso fue Víctor, el celador de una residencia de ancianos; Pepe Reina fue Nacho, el nuevo profesor de una escuela infantil; Andrés Iniesta fue Carlos, un pinche de cocina; y Juanfran y Santi Cazorla fueron Jaime y Manu, jardineros.

Para los jugadores fue una experiencia única, estuvieron muy participativos e interesados y quedaron encantados con la experiencia y muy agradecidos por el trato que sus compañeros les habían brindado. No solo les hizo conocer mejor a su afición, sino que además fue un motivo más de motivación profesional.

Y los trabajadores protagonistas del spot quedaron realmente sorprendidos porque no llegaron a saber que eran los propios jugadores hasta que una vez finalizado todo se lo comunicaron ellos mismos.

La agencia, creativa ha sido McCann, la productora Lee Films, con Ferragut como realizador, el lugar de rodaje la Ciudad del Fútbol de las Rozas con los jugadores en poco más de 2 horas, lo que implicó un planning superminucioso de rodaje y ensayos generales durante el fin de semana previo al rodaje (3 de marzo) para que todo saliese a la perfección. El día 4 se rodó en el colegio Cabás de las Rozas, y el residencial de Santitas de las Rozas. Las situaciones de la cocina y el jardín se rodaron en la misma Ciudad de las Rozas.



El spot cuenta, entre otros, con Andrés Iniesta caracterizado como pinche de cocina.