



## Un operador global para el mercado internacional

### Descripción

Tres años después de su privatización completa, Telefónica se sitúa en el año 2000 como una compañía global, líder en el mercado de las telecomunicaciones de habla hispana y portuguesa. Una compañía que ofrece servicios en todos los segmentos de negocio de las telecomunicaciones (telefonía básica y móvil, transmisión de datos, televisión de pago, acceso y contenidos en Internet, multimedia, etc.) y que sigue creciendo y generando valor para todos sus accionistas. Una compañía que ha pasado de dar servicio a 31 millones de clientes a hacerlo a una cifra superior a 62, más de la mitad de los cuales se encuentran en América. Este hecho convierte a Telefónica en el único operador global que tiene más clientes fuera de su país de origen que dentro.

Con alrededor de 110.000 empleados, unos ingresos por operaciones de 3,82 billones de pesetas y unos beneficios de más de 300.000 millones durante 1999, es el claro líder en su mercado natural, formado por 550 millones de personas de habla hispana y portuguesa, así como la primera multinacional española.

Para hacer frente a los nuevos retos que demanda la liberalización del sector de las telecomunicaciones en todo el mundo, Telefónica ha adoptado un modelo de negocio innovador, que potencia la gestión diferenciada de las áreas de actividad del Grupo y que permite capturar el máximo potencial de cada una de ellas. Dicho modelo supone la globalización de los negocios de alto crecimiento, como es el caso de Telefónica Móviles, Terra Networks, TPi-Páginas Amarillas y Telefónica Media, el desarrollo de nuevos futuros y la optimización de aquellos más maduros, como la telefonía fija. Con estas actuaciones, la Compañía quiere acercarse más a sus clientes y sus culturas locales, y mostrar el compromiso con sus aspiraciones.

Como operador con una vocación global, Telefónica realiza inversiones y gestiona compañías en diferentes partes del mundo, pero con mayor intensidad en Iberoamérica, su mercado natural y el destino de las principales actuaciones durante la última década. Así, la Compañía es el operador de telecomunicaciones con mayor número de clientes en Iberoamérica, más de 31 millones, así como la empresa extranjera con mayores inversiones en el sector en la región, casi 11.000 millones de dólares en diez años. Con las últimas adquisiciones realizadas en Brasil en 1998, Telefónica está presente en los mercados más importantes de la región, como Argentina, Brasil, Chile, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

Por otra parte, el primer operador español ha iniciado su proyección en otros mercados europeos y de la cuenca mediterránea, como Portugal, Austria, Italia o Marruecos, y lleva en curso operaciones para

entrar en otros nuevos, entre las que cabe destacar la participación en los distintos concursos y licitaciones que se van a convocar en diferentes países de Europa para la adjudicación de nuevas licencias de la tercera generación de móviles (UMTS). A todos estos mercados, la Compañía llega con un compromiso de inversión y de permanencia, más allá de situaciones especulativas puntuales y limitadas en el tiempo. En ellos los resultados de la Compañía han sido muy notables, transformando el sector en muy pocos años: el nivel de digitalización de las redes se acerca al cien por cien, las listas de espera prácticamente han desaparecido y la productividad de los operadores se sitúa a niveles de los países más desarrollados.

La expansión internacional de Telefónica ha supuesto un estímulo muy importante para empresas españolas fabricantes de equipos y proveedoras de servicios, que han potenciado su globalización gracias al tirón del operador. Dicho tirón se basa en la confianza que brinda la presencia de Telefónica en los proyectos de desarrollo de las redes y servicios de telecomunicaciones y que se traslada a la comunidad internacional y al resto de los inversores españoles, posibilitando el despegue de las inversiones en los diferentes países y, consecuentemente, de sus economías.

Las cifras muestran claramente el mencionado estímulo. En Iberoamérica, por ejemplo, la contratación agregada de Telefónica a empresas españolas se puede valorar en 600.000 millones de pesetas en seis años, considerando los casos de Argentina, Chile y Perú. Otro ejemplo es el de Marruecos. Allí, la obtención de la segunda licencia de telefonía móvil GSM por parte de un consorcio liderado por Telefónica y Telecom Portugal ha traído consigo la participación en el proyecto de más de quince empresas españolas, en campos como la fabricación de equipos, la obra civil e instalaciones, la puesta en marcha del proyecto, la realización de estudios de mercado, el soporte legal, el asesoramiento para la valoración de la oportunidad, la financiación del proyecto o el suministro de terminales y tarjetas. Todas estas actuaciones, además de beneficiar a las empresas, suponen un importante valor añadido nacional y la creación indirecta de empleos con alto nivel de cualificación.

No hay que olvidar tampoco la importancia del idioma como elemento de internacionalización de las empresas. Las oportunidades que se abren para el desarrollo del español, y de una serie de industrias asociadas, en las nuevas redes y servicios son enormes, ya que el espacio que hoy ocupan es pequeño: menos del 2% de los contenidos en Internet está en español, mientras que el idioma ocupa el quinto lugar en cuanto a páginas *web* en la red. En este sentido, Telefónica está desarrollando un fuerte grupo multimedia, capaz de competir en igualdad de condiciones con las grandes empresas audiovisuales y de contenidos, por lo que podrá contribuir de manera decisiva al desarrollo del español como recurso económico en el universo multimedia. Además, se mantienen acuerdos de colaboración con las instituciones españolas más importantes en el campo del idioma, con el objetivo de promover su desarrollo en las nuevas redes.

Son así evidentes los beneficios de un país que cuenta con un operador global. Esos beneficios pueden reducirse notablemente o llegar a desaparecer si se toman medidas o actuaciones que van más allá de la pura dinámica del mercado, sobre todo teniendo en cuenta que a medio plazo el sector quedará reducido a unos pocos operadores globales y a un conjunto de operadores de nicho o locales. Por otro lado, una parte significativa de esos operadores globales entran en mercados como el español buscando los privilegios de los pequeños agentes y algunos todavía no son totalmente privados, al contar con un elevado porcentaje de participación pública. Estas situaciones fomentan una asimetría de trato regulatorio y dificultan la libre competencia.

Considerando el conjunto de áreas económicas, no hay que olvidar tampoco que el sector exportador español ha pasado, en unos pocos años, de estar constituido por compañías cuyas actuaciones iban acompañadas de créditos subvencionados, seguros de crédito a la exportación, etc., a contar con una serie de multinacionales que acceden a mercados foráneos con vocación de permanencia. Esto implica importantes cambios de mentalidad y de modelo de funcionamiento por parte de la Administración, que deben ayudar a esa internacionalización de las empresas españolas, incluidas las relacionadas con las nuevas tecnologías.

Como punto final, en la dinámica actual del sector de las telecomunicaciones, Telefónica, sin olvidar su preocupación por lo local, apuesta por convertirse en un operador global y situarse en el reducido grupo de los que serán los líderes mundiales de este negocio, implicando en este proceso a numerosas empresas españolas proveedoras de equipos y servicios. Para que esto sea posible, es preciso que el Gobierno y que los distintos órganos que intervienen en la regulación y supervisión del sector sean conscientes de la necesidad de mantener una visión global a la hora de progresar en los temas de liberalización. Dicho objetivo implica, también, la necesidad de acercarse a la homogeneización de los marcos y de los ritmos regulatorios entre países. Con todo ello se conseguirá evitar la dualización de la sociedad y transformarla en una auténtica Sociedad de la Información para todos. A la vez, España tendrá una multinacional fuerte en el sector de las telecomunicaciones, con los indudables beneficios que esta situación reportará al país y a su competitividad internacional.

**Fecha de creación**

30/07/2000

**Autor**

Alejandro de la Sota

*Nuevarevista.net*