

Empresa: “Telefónica, más de 90 años de historia”

Autor: Leslie Gordillo Chávez

Publicado: 25/06/2018*

Vivimos en un mundo que está en constante cambio; como dijo Heráclito, “todo fluye, todo cambia, nada permanece”; por ese constante cambio, tenemos que ir un paso delante de la tecnología. Muchas películas y libros de ciencia ficción nos han sorprendido con su tecnología avanzada y una de esas tecnologías es la comunicación. En esta sección veremos la historia de una de las empresas de telefonía más grande; iniciaré con el origen del teléfono; para luego continuar con la historia de Telefónica desde su creación, su crecimiento y llegada a nuestro país. Por último, culminaré con la plataforma “Open Future” que ha desarrollado la empresa telefónica para ayudar a crecer a muchas empresas en emprendimiento.

Origen del teléfono

El teléfono es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir conversaciones por medio de señales eléctricas. El visionario hombre que inventó el teléfono fue Antonio Meucci que lo bautizó como teletrófono, entre otras innovaciones técnicas. Durante mucho tiempo, Alexander Graham Bell fue considerado el inventor del teléfono. Sin embargo, Bell no fue sino solamente el primero en patentarlo. Así, el 14 de enero de 1876, el Congreso de Estados Unidos aprobó la resolución 269 por la que se reconoció que el inventor del teléfono había sido Antonio Meucci y no Alexander Graham Bell. Este aparato está formado por dos circuitos funcionando juntos: el circuito de conversación, que es la parte analógica, y el circuito de marcación, que se encarga de la marcación y llamada.

Tanto las señales de voz como las de marcación y llamada, así como la alimentación comparten el mismo par de hilos. Es una línea equilibrada de 600 de impedancia (línea de transmisión eléctrica) y lo más llamativo es que las señales procedentes del teléfono y las que se dirigen a él viajan por ella simultáneamente.

Nacimiento de Telefónica

Telefónica se constituyó el 19 de abril de 1924 y solo unos meses después Alfonso XIII contrataba con la compañía la organización del sistema de telefonía de todo el país. Cinco años más tarde se inaugura el edificio que sería la sede de la compañía, en la calle Gran Vía 28 de Madrid (lo que es ahora la Flagship de Telefónica), uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad. Pero para entonces, ya se había realizado, un año antes, la primera comunicación entre el rey de España, Alfonso XIII y el presidente de los Estados Unidos, Calvin Coolidge.

Crecimiento

Treinta años después del nacimiento de la empresa, se alcanza la cifra de un millón de teléfonos instalados en España, y 200.000 peticiones de línea en espera. La evolución es imparable y siguen una serie de inversiones que dan como resultado, entre otros, la inauguración del primera cable coaxial Madrid-Zaragoza-Barcelona, el incremento del servicio internacional hasta llegar a 107 países conectados en el

mundo y el primer cable submarino, entre San Fernando de Cádiz y Santa Cruz de Tenerife, el de mayor capacidad del mundo en ese momento.

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 y Tokio, en los dos años precedentes.

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.

Pero 1994 es un año decisivo en el desarrollo de la telefonía móvil. A finales del año el servicio MoviLine rondaba el medio millón de clientes y disponía de una cobertura equivalente al 98% del territorio y de la 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.

En 1996 el Grupo Telefónica consolida su liderazgo. Telefónica, gracias a su política de expansión iniciada en años anteriores alcanza un volumen 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.

En 1998 comienzan a hacerse las primeras pruebas con ADSL y arranca el despliegue de una nueva red IP. También comienza, ese mismo año, la actividad en los negocios audiovisuales con el objetivo de distribuir contenidos en el mercado de habla hispana.

En los últimos años Telefónica se ha convertido en uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder a nivel mundial, está en 24 países y cuenta con una base de clientes superior a los 300 millones. Asimismo, 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.

Telefónica en Perú

Para entender el contexto en el que se firmó uno de los primeros contratos del sector, debemos ubicarnos en 1993, cuando el INEI y el MTC indican que tres de cada 100 peruanos tenían teléfono fijo.

Quienes tienen 30 años o más recordarán aquellos años cuando había que esperar 70 meses para tener una línea telefónica fija. Obtener una dependía, en muchos casos, de tener un conocido en la entonces Compañía Peruana de Teléfonos (CPT, que operaba en Lima) o de Entel Perú (para provincias), y de contar con US\$1.500 que podían pagarse al cash o prorrateados en los recibos mensuales.

Esta situación fue uno de los argumentos con que el gobierno de Alberto Fujimori justificó la convocatoria a un concurso internacional para licitar el 35% de las acciones de Entel Perú, y el 19,9% de CPT. La española Telefónica ganó y el 13 de mayo de 1994 firmó el contrato de concesión por tal participación, que le daba el control de la infraestructura desplegada por ambas empresas en Lima y provincias.

El ingreso de Telefónica al país fue por la puerta grande, no solo porque recibió efusivos aplausos al ofrecer US\$2.002 millones (135% más que su competidor más cercano) por la concesión, sino porque esta fue la primera gran privatización que vivió el Perú en la década de los 90.

El contrato le daba amplias ventajas a Telefónica: un monopolio en el mercado peruano por 5 años, que facilitó la recuperación de la inversión. Se calcula que recuperó lo desembolsado por la concesión en apenas dos o tres años.

Hasta entonces, las grandes empresas estatales de servicios públicos habían estado sumidas en una crisis de descapitalización e ineficiencia que las volvía insostenibles. No había dinero para invertir en refluirlas (la deuda externa era asfixiante) pero sí existía voluntad para llenarlas, año a año, de más trabajadores públicos. Como es lógico, los servicios eran ineficientes: solo 3 de cada 100 peruanos tenían teléfono y habían pagado, cada uno, más de US\$1.000 por un servicio que tomaba meses instalar en los hogares.

El negocio en aquel entonces, explica Huamán, era colocar líneas fijas en gran cantidad (dejaban una ganancia de US\$20 por equipo en 1995) y completar con la colocación de teléfonos públicos, los cuales, si bien solo representaban el 15% de los ingresos (la telefonía fija era el 60% y la larga distancia el otro 15%), generaban por unidad cerca de US\$300 de ganancia.

Actualmente

Telefónica es una compañía sensible a los nuevos retos que exige la sociedad actual. Por lo tanto, ofrece los medios para facilitar la comunicación entre las personas, proporcionándoles la tecnología más segura y de vanguardia, para que vivan mejor y consigan lo que se propongan. Esta compañía tiene un espíritu innovador, atento y con un inmenso potencial tecnológico que multiplica la capacidad de elegir de sus más de 346 millones de clientes. Telefónica opera en 17 países y tiene presencia en 24 con un promedio de 127.000 empleados.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) fue de 52.008 millones de euros en enero-diciembre 2017 y más de 343,4 millones de accesos totales a diciembre de 2017. Cuenta con 271,7 millones de accesos de telefonía móvil; más de 21,4 millones de accesos de datos e Internet y 8,5 millones de accesos de televisión de pago. Por lo tanto, Telefónica es una empresa totalmente privada que cuenta con más de 1,3 millones de accionistas y cotiza en varios de los principales mercados bursátiles del mundo.

Visión

Esta empresa tiene como visión crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas. Asimismo, formar parte de la vida de todos; porque la conectividad no sirve sólo para relacionarnos, es esencial para nuestra vida personal y laboral.

Por ese motivo, su papel es facilitarnos el disfrute de la conexión, salvaguardando el uso de tus datos y darnos el control de nuestra vida digital.

Por lo tanto, la empresa quiere ser una ONLIFE TELCO, una telco para las personas, una telco para sus vidas.

Misión

La vida digital es la vida, y la tecnología forma parte esencial del ser humano. La compañía quiere crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas, puedan elegir un mundo de posibilidades infinitas.

Compromiso de la empresa

Ser una Telco para las personas significa darte el poder de decidir cómo mejorar tu vida y tomar el control de tu vida digital.

Sus compromisos para lograrlo son:

- Una conexión que pone a las personas por delante de la tecnología e impulsa la capacidad de elección en un mundo lleno de opciones.
- Una conexión que ofrece protección y confianza para que las personas se sientan soberanas de su vida digital.
- La conexión como un ecosistema de vida: piensa en las personas y optimiza la vida.
- Una conexión que ayuda a disfrutar de un mundo de posibilidades.

Valores de la empresa

- Confiables.
- Retadores.
- Abiertos.

Telefónica Open Future

La empresa telefónica ha creado este programa global y abierto diseñado para conectar a emprendedores, startups, inversores y organizaciones públicas y privadas de todo el mundo. Por lo tanto, tiene fundamentalmente el objetivo de orientar a la innovación hacia el desarrollo de proyectos viables, mediante un modelo que da visibilidad al talento y lo conecta con organizaciones, inversores y empresas que lo buscan. Por ese motivo, alrededor del mundo, unas 550 startups son beneficiadas por Open Future, el programa de Telefónica que la conecta directamente con la agilidad de los nuevos negocios, la tecnología y el emprendimiento.

Al externo Open Future es la plataforma de innovación abierta centrada en la búsqueda de startups que contribuyan a la transformación digital de Telefónica. Ese es el objetivo. De ahí que la inversión global de Telefónica y sus socios en estas iniciativas sume hasta hoy más de €550 millones (o US\$650 millones). Así, por ejemplo, Chazki, la startup del ex Google Gonzalo Begazo conocida como el Uber de la logística, llegó a Wayra en el 2015 y hoy es la responsable de la entrega de las cartas judiciales de Telefónica en el Perú, y de los pedidos online de los chips y equipos de Tuenti en Argentina. ¿Qué lo diferencia de un proveedor tradicional? De cara a los documentos, la trazabilidad: Chazki puede registrar digitalmente la entrega y permite su seguimiento en tiempo real. De cara a los chips y equipos, redujo la entrega de siete días a uno, lo que deja un cliente satisfecho con la respuesta inmediata a su

necesidad de comunicarse y un telco igual, ya que empieza a cobrar por su servicio inmediatamente.

En Telefónica Open Future se encuentran tres etapas que pasa toda startups; estas etapas son:

- Impulso: Think Big y Talentum Startups nacen para dar apoyo a los jóvenes y nuevos emprendedores con ideas innovadoras en fase inicial, que necesitan de impulso para su desarrollo personal y profesional.
- Aceleración: Cuando tus ideas se convierten en proyectos con potencial para seguir escalando, cuando te encuentras en fase de desarrollo, necesitas dar un paso más con un proceso de aceleración. En los espacios de Crowdfunding y en las Academias Wayra encontrarás todo lo que necesitas para seguir avanzando.
- Inversión: Amérigo y Telefónica Ventures son los fondos de inversión que financian e invierten en startups consolidadas.

Cibergrafía

- History.
 - Telefónica.
 - El comercio:
- Conoce la historia de los contratos de telefonía en nuestro país.
- ¿Cómo ha sido el servicio ofrecido por Telefónica desde que llegó al Perú?
- Semana Económica: Telefónica del Perú: las startups reescriben su historia.

***Artículo publicado el 25/06/2018**