



Despliegue de red y oferta accesible y asequible, las claves de Telefónica para la inclusión digital

En la actualidad, las nuevas tecnologías digitales constituyen el principal motor de transformación social y económica. Bajo esta premisa, Telefónica construye su visión de compañía que consiste en garantizar el acceso a la vida digital, con la mejor tecnología y sin dejar a nadie atrás. La conectividad es un aliado para reducir la brecha digital, y es que, gracias a la infraestructura de redes fijas y móviles de la compañía y a los servicios que desarrolla sobre ella es posible ayudar a progresar a las comunidades en las que opera. Precisamente, para avanzar hacia esta visión, Telefónica trabaja para asegurar el acceso a la tecnología mediante la inclusión digital y desarrollar servicios innovadores que aporten valor a esa conectividad.

Una oferta diferenciada
y adaptada a las
necesidades
de cada cliente fomenta
la masificación
del acceso a internet

Uno de los pilares que aseguran la inclusión digital y el acceso a la tecnología es el despliegue de red. Por este motivo, en la última década la compañía ha contribuido de forma sustancial a mejorar el acceso, la capacidad y la calidad de la conexión a internet gracias a su inversión en infraestructuras con el objetivo de asegurar que cada día más hogares

tengan la oportunidad de acceder a los beneficios que ofrece la economía digital. De este modo, solo en Latinoamérica, la compañía ha invertido 130.000 millones de euros en los últimos 25 años, gracias a los cuales prácticamente en todos los hogares tienen acceso a la telefonía a día de hoy y, cada vez más, acceso a internet de

mente en Latinoamérica, y el servicio de prepago móvil, la oferta diferenciada de banda ancha y los paquetes de servicios se han convertido en herramientas clave para incrementar la penetración en los sectores de población con menores ingresos. Por otra parte, los teléfonos inteligentes son otro factor que influye, de forma determinante, en la asequibilidad de los servicios. Este tipo de dispositivos son clave para acceder a internet ya que su precio es significativamente menor al de otros terminales y tienen una difusión cada vez más alta en la región. Además, los *smartphones* no requieren de unas habilidades significativas para su utilización y ello permite resolver ciertas barreras en la falta de alfabetización digital.

Al igual que los productos de prepago han sido fundamentales para universalizar el acceso a los servicios móviles, una oferta diferenciada y adaptada a las necesidades de cada cliente fomenta la masificación del acceso a internet. En este sentido, dentro de los límites de la regulación, Telefónica trabaja para diseñar una oferta adaptada a las necesidades y capacidad de pago de cada uno de sus clientes.

Favorecer la accesibilidad

Con el objetivo de favorecer la accesibilidad, la estrategia de la compañía se centra, principalmente, en dos vertientes. La primera se dirige a sus clientes y a la sociedad donde opera, y se basa en el convencimiento de que el acceso al mundo digital es clave para mejorar la vida de las personas y lo puede ser aún más para un amplio segmento de la población mundial; en concreto, el colectivo que representan las personas con discapacidad y sus familias. La segunda vertiente se dirige a los empleados de la organización y a las instalaciones en las cuales todos sus colaboradores desempeñan su trabajo. En este sentido, garantizar un entorno laboral accesible y ofrecer igualdad de oportunidades para todos los colectivos es un objetivo indispensable para el cumplimiento de la estrategia de Telefónica.

Pero, además, con el objetivo de ofrecer productos y servicios accesibles para cualquier cliente, la compañía trabaja teniendo en cuenta los atributos del "Diseño para Todos" desde el estado más inicial del desarrollo, la fase de diseño. El "Diseño para todos" es un concepto integrado en toda la cadena de valor; mediante acciones tanto formativas como de prueba y desarrollo, en las que la compañía cuenta con expertos en materia de accesibilidad, con el fin de integrar este concepto en todos sus productos y servicios.

Además, la colaboración con asociaciones de referencia ayuda a Telefónica a entender las necesidades de los colectivos de personas con discapacidad y a transmitir estas necesidades internamente para que todas las áreas de la compañía incorporen en su desempeño diario los criterios

banda ancha, tanto fija como móvil. Otro dato relevante en este sentido es que en 2015 la compañía invirtió 9.578 millones de euros a nivel global, una cifra que supone un incremento del 10% respecto al año anterior y representa un 20% de los ingresos anuales de la compañía.

Gracias a esta inversión en infraestructuras de Red, en el 2015, Telefónica ha logrado un gran avance en cuanto a la penetración de los servicios de internet de alta velocidad, tanto con tecnologías fijas como móviles. Los accesos móviles alcanzaron los 247 millones, de los cuales 113 millones correspondieron a *smartphones*. Además, los clientes de 4G se triplicaron en 2015, alcanzando los 30 millones de clientes. Adicionalmente, Telefónica cuenta con 21 millones de accesos de banda ancha fija, 13 millones de los cuales están en Latinoamérica, y seis millones de accesos de fibra.

Servicio accesible

Ofrecer servicios asequibles para toda la población es otra de las claves para asegurar el acceso a la tecnología. Este aspecto tiene una especial relevancia en los países latinoamericanos donde, para los hogares con pocos recursos, el precio puede suponer una barrera insalvable a la hora de acceder a los servicios de telecomunicaciones.

En la última década se ha producido una significativa caída de los precios del sector; especial-

En 2015 los accesos móviles alcanzaron los 247 millones y los clientes de LTE se triplicaron alcanzando los 30 millones de clientes

de accesibilidad que permiten a Telefónica transformarse en una Telco Digital accesible.

Las comunicaciones, clave en situaciones de emergencia

Las TIC han permitido mejorar sustancialmente la gestión de situaciones de emergencia. Contar con tecnología puntera, segura y eficiente permite optimizar la coordinación de las acciones de rescate y logística, actuar en tiempo real y hacer frente de forma más eficiente a los retos de seguridad que se presentan después una catástrofe. Más allá de la conectividad, nuevos servicios digitales basados en el análisis de Big Data o Internet de las Cosas tienen un gran potencial para mejorar la gestión de diferentes situaciones de emergencia, desde la adaptación al cambio climático a crisis migratorias o pandemias.

Plenamente conscientes de la importancia de sus redes y del potencial de los servicios innovadores que ofrece, Telefónica impulsa la colaboración con gobiernos y organizaciones humanitarias para fortalecer las estrategias de respuestas ante los crecientes retos sociales y medioambientales. Su política de actuación en estos casos se focaliza en la organización y ejecución de un despliegue puntual de tecnología de telecomunicaciones que ayude y soporte los esfuerzos de preparación y respuesta a los desastres naturales y emergencias. Para ello la compañía proporciona el canal de alerta temprana, facilita la coordinación de la respuesta de los equipos de emergencia y la coordinación logística y soporta las comunicaciones vitales entre y hacia las personas afectadas. En este sentido, a principios de 2016, durante la celebración del Mobile World Congress, Telefónica firmó el Humanitarian Connectivity Charter; impulsado por el GSMA, para mejorar la coordinación entre las operadoras de redes móviles antes, durante y después de un desastre ■