

AHORA MISMO

Terra: no digas que fue un sueño

Las verdades absolutas sobre Internet y nuevos negocios en la red han caído. Los grandes del sector vuelven a sus bases, esto es, al negocio tradicional de telecomunicaciones. Telefónica, en este entorno, ha decidido que su filial de Internet, Terra, se focalice en el negocio de contenidos. Quizás sea el principio del fin para esta compañía.

Arjan Sundardas

Profesor del Instituto de Empresa
<http://arjan.armorica.biz>

TERRA nació en diciembre de 1998 como producto de la reestructuración del grupo Telefónica en líneas de negocio, pasando esta compañía a ser responsable de Internet para mercado masivo, e integrando a la filial TeleLine y al recién adquirido portal Olé por una millonaria cantidad.

La compañía fue sacada a bolsa, con lo que Telefónica no poseía la totalidad de su titularidad, siendo los beneficios repartidos entre el principal grupo de telecomunicaciones español y accionistas particulares e institucionales.

Desde sus inicios, a pesar de tener siempre en mente el futuro objetivo de convertirse en una empresa de contenido, siempre ha basado su negocio en el acceso a Internet, primero mediante cuotas para acceso telefónico; posteriormente, mediante las tarifas planas de conexión a Internet, y finalmente, con las tecnologías de banda ancha como el ADSL. Así, en diciembre de 1998,

más del 50% de los ingresos provenían del todavía acceso telefónico a Internet, ingresos que paulatinamente fueron migrando a acceso ADSL, como se ha comentado.

Pero todo esto ha cambiado, la pasada semana. Telefónica ha decidido, en un momento en que está replanteando su estrategia, y no solamente esto, sino también el alcance del sector al que pertenece, focalizarse en los negocios rentables, que producen beneficios, como son la telefonía fija –su negocio tradicional–, las comunicaciones móviles, y los servicios de datos a empresas y de conexión a Internet.

Dentro de esta focalización, la compañía española decidió agrupar los servicios de acceso a Internet, tanto conmutado como de banda ancha, hasta ahora repartidos incluso en tres compañías –Telefónica de España, Terra y Telefónica Data–, en su fi-

lial española de telefonía fija, dejando a Terra con la responsabilidad de la gestión de contenidos en Internet, negocio que desde el primer momento se veía como la punta de lanza de futuro, pero que de momento es sólo una promesa.

¿Cuáles pueden ser los efectos de este cambio de rumbo? Por una parte, Telefónica de España pasa a tener una clara posición dominante en el mercado de ADSL; donde ya no solamente es el proveedor mayorista del 99% de conexiones de esta tecnología en el país, sino que también agrupa casi el 75% de las conexiones minoristas, no compartiendo ingresos y beneficios con su participada Terra España.

Por otra parte, Terra pasa de tener unos ingresos por acceso notables, a tener un compromiso –mediante acuerdo firmado con Telefónica– de un ingreso asegurado por gestionar y

proporcionar contenidos a las empresas del grupo, principalmente a los usuarios de ADSL de Telefónica de España.

Algo que en principio es muy deseado por los analistas como son unos ingresos asegurados por seis años se convierte, más bien, en una forma de encubrir el abandono de una compañía a su suerte, como en tiempos del pirata Drake, cuando se abandonaba a un miembro de la tripulación en una isla desierta. Las causas de esta actitud pueden ser varias, aunque todas ellas, al igual que ha ocurrido en otras empresas del sector, pueden ser fácilmente ocultadas por la coyuntura económica global y sectorial. La razón principal para Telefónica es recobrar la pérdida parcial de un ingreso que en una empresa tradicional correspondería a la matriz de telefonía fija, y que en este caso beneficiaba a una empresa como Terra, donde el ex monopolio tiene una participación de sólo el 37%. Otra puede ser la reorganización de los negocios, con una vuelta

Se han acabado los tiempos de la valoración usando multiplicadores como el número de usuarios

a los fundamentos (del término anglosajón *back-to-basics*) que tanto hemos oído en los últimos tiempos de boca de los principales ejecutivos del gigante de las telecomunicaciones. La real, quién sabe, quizás seguir la estrategia de cerrar y vender esa filial que en su momento el ex presidente Juan Villalonga tenía como la joya de la corona. Se han acabado los tiempos de inversiones fastuosas en el sector, los tiempos de la valoración usando multiplicadores como el número de usuarios, y volvemos a las bases, conjuntando la nueva economía con la tradicional, en una sola, que no entiende sino aquellos viejos principios como que el beneficio proviene de sustraer los costes a los ingresos.