

TELEFÓNICA EN ALEMANIA (A) LA SALIDA A BOLSA ¹

PRESENTACIÓN

“Creemos que el Euro es irreversible. (...) El Banco Central Europeo está preparado para hacer lo que sea necesario para preservarlo... Y, créanme, será suficiente...”².

El Presidente del Banco Central Europeo, D. Mario Draghi, pronunció estas palabras durante la mañana del 26 de julio de 2012, en una conferencia ante políticos, empresarios y medios de comunicación en Londres. Esa tarde, la Bolsa en España subió un 6 por ciento, la mayor subida en dos años de constantes turbulencias en los mercados financieros. La prima de riesgo española³, que dos días antes había alcanzado el máximo histórico de seiscientos treinta y ocho puntos básicos, descendió repentinamente cincuenta puntos.

Unas semanas antes de esta conferencia, el 30 de mayo de 2012, el Consejo de Administración de Telefónica acordó en una reunión para tratar sobre el futuro de la compañía la salida a Bolsa de su filial en Alemania. *“En la reunión celebrada en el día de hoy, el Consejo de Administración de Telefónica ha considerado favorablemente gestionar de manera proactiva la cartera de activos de la Compañía, incluyendo el inicio de los trabajos preparatorios para sacar a bolsa Telefónica Alemania, el análisis de posibles alternativas para sacar a bolsa negocios en Latinoamérica y la monetización selectiva de activos, acelerando el proceso de desinversión de activos no estratégicos. (...) Todas estas medidas reflejan el compromiso de Telefónica de incrementar su flexibilidad financiera...”⁴.*

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por D. Pablo Lucas Chinchilla, el Profesor Antonio García de Castro y el Profesor José Luis Lucas Tomás para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada. Copyright © septiembre 2015. San Telmo Business School, España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School,.

² *“And so we view this, and I do not think we are unbiased observers, we think the euro is irreversible. And it’s not an empty word now, because I preceded saying exactly what actions have been made, are being made to make it irreversible. But there is another message I want to tell you. Within our mandate, the ECB is ready to do whatever it takes to preserve the euro. And believe me, it will be enough”.* Discurso titulado *“How to manage Current Global Challenges”*, pronunciado en el acto *Global Investment Conference* (<http://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2012/html/sp120726.en.html>).

³ La prima de riesgo es la diferencia entre el interés que se paga por la deuda de un país y el que se paga por la de otro. En la Eurozona, se obtiene la prima de riesgo española al comparar la rentabilidad del bono español a diez años con el bono alemán al mismo plazo.

⁴ Nota enviada por la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). http://www.telefonica.com/es/shareholders-investors/pdf/hr_20120530.pdf

TELEFÓNICA EN ALEMANIA

Telefónica era en 2012 uno de los operadores telefónicos y proveedor de servicios de telecomunicaciones con mayor presencia en Alemania. El origen de esta filial se remonta años atrás. En 1995 la eléctrica alemana VIAG y British Telecom crearon la *Joint Venture* “VIAG Interkom” con sede en Munich para proporcionar servicios en el mercado alemán de las comunicaciones fijas y móviles; poco después también se uniría al proyecto la compañía noruega de telecomunicaciones Telenor. VIAG y British Telecom contaban cada una con un 45 por ciento del accionariado, mientras que Telenor ostentaba el 10 por ciento restante.

Dos años más tarde VIAG Interkom obtuvo una licencia para operar en el mercado de telefonía móvil mediante la construcción de una red propia de voz, mensajes y servicios de datos con la tecnología “GSM” (“Global System for Mobile Communications” o 2G), convirtiéndose así en el cuarto operador del país tras Deutsche Telekom, Mannesmann y E-Plus⁵. Iniciaría de esta manera su operativa móvil en las ocho principales áreas metropolitanas del país, que suponían el 45 por ciento de la población alemana. Para completar el acceso al resto de Alemania se llegó a un acuerdo con la compañía Swisscom, que se basaba en el uso de la red internacional de la compañía suiza. Este acuerdo fue denunciado judicialmente por la propia Deutsche Telekom; proceso que provocaría finalmente un acuerdo entre ambas compañías para que VIAG utilizara la red de Deutsche Telekom en las zonas donde no tenía acceso. Estos hitos le permitirían lanzar al mercado en 1999 la primera oferta integrada de servicios telefonía móvil y fija que se comercializó en Alemania.

En el año 2000 la compañía compró una licencia para operar en el mercado móvil mediante la tecnología “UMTS” (“Universal Mobile Telecommunications System” o 3G). Ese año VIAG Interkom superó el millón de clientes. En 2001 la compañía sufriría una serie de cambios accionariales que marcarían su futuro. British Telecom adquirió a principios de año la participación en la *Joint Venture* a E.ON (VIAG se había fusionado en 2000 con VEBA, otra compañía energética alemana, formando E.ON) y Telenor por un valor de once mil cuatrocientos millones de euros, convirtiéndose en su único accionista. La compañía se integró en la filial de negocio móvil de British Telecom “O₂”, pasando a denominarse O₂ Alemania y utilizando desde entonces la marca comercial O₂. A finales de 2001, British Telecom anunció por su parte la separación de la propia O₂ de su negocio de telefonía tradicional, incluyendo todas las filiales de telefonía móvil. O₂ pasó a ser una compañía independiente que cotizaba en la Bolsa de Londres⁶.

⁵ El origen de Deutsche Telekom data de 1995, año en el que el gobierno alemán privatizó la empresa pública más grande del país, *Deutsche Bundespost*, para dar lugar a tres compañías diferentes: la propia Deutsche Telekom (telecomunicaciones), Deutsche Post (servicio de correos) y Deutsche Postbank (servicios financieros). Mannesmann fue a su vez fundada en 1989 y E-Plus se inició en el negocio de las telecomunicaciones en 1993.

⁶ British Telecom entregó a cada uno de sus accionistas un número equivalente de acciones en la nueva compañía; es decir, una acción de British Telecom equivalía a una acción en la nueva compañía.

La entrada de Telefónica en el accionariado de la compañía tuvo lugar en 2006. Unos meses antes, en octubre de 2005, el grupo español de telecomunicaciones anunció la adquisición de O₂, la antigua filial de telefonía móvil de British Telecom. Telefónica pagó por la compra veintisiete mil millones de euros, incluyendo los negocios de Reino Unido, Irlanda y Alemania. Se comprometió a mantener la marca O₂ y al equipo directivo. La filial alemana, que superaba los diez millones de clientes pasó a denominarse Telefónica O₂ Alemania. El principal directivo de O₂ señalaba en la rueda de prensa conjunta con los directivos de Telefónica celebrada tras el anuncio de la operación *“la importancia de O₂ en Alemania, donde ha presentado el mayor crecimiento en cinco años”*⁷.

“Con O₂ hemos adquirido una buena gestión, una marca fuerte en Europa y una empresa libre de deudas. Adicionalmente, nos hemos colocado en mercados en los que anteriormente no tuvimos mucho éxito como, por ejemplo, en Alemania”, explicaba el Presidente de Telefónica, D. César Alierta⁸. Telefónica estaba presente en Alemania con una filial de telefonía fija para operar en el mercado mayorista; y en septiembre de 2000 adquirió junto a la operadora finlandesa Sonera una licencia de UMTS para operar en el mercado de la telefonía móvil, a través de la marca comercial *Quam*. Aquella adquisición se realizó a través de la filial Telefónica Móviles, la cual precisamente ese mismo mes comenzaría a cotizar en los mercados bursátiles como una filial independiente. La inversión en licencias de telefonía móvil UMTS no tuvo el resultado esperado.

Tras la adquisición de O₂, Telefónica inició una expansión significativa por distintos países europeos. Como parte de la estrategia global de la empresa, todos los negocios europeos exceptuando España se reorganizaron bajo la nueva división de O₂ (más tarde pasaría a llamarse Telefónica Europa). En Alemania, se fusionaron las distintas organizaciones, tanto la procedente de Telefónica como la de O₂.

Este hito de la compra de Telefónica no detuvo la evolución del negocio de la compañía. También en 2006 se lanzó el servicio de acceso a Internet y telefonía fija mediante *“DSL”* (*“Digital Subscriber Line”* o ADSL/VDSL). La segunda marca de la compañía, con enfoque de descuento, se creó en 2007 bajo el nombre de FONIC. En 2010 se adquirió HanseNet, la filial alemana del grupo Telecom Italia con sede en Hamburgo que proporcionaba servicios de telefonía fija, Internet y televisión a través de la marca comercial *Alice*, incluyendo su infraestructura de red fija en el país. Esta compra por valor de novecientos millones de euros reforzó la posición de Telefónica Alemania como un operador integrado de servicios de voz y datos, al incorporar fundamentalmente más de dos millones de clientes con contratos de acceso a Internet a través de ADSL, que se integraban a los quince millones de telefonía móvil que ya tenía la compañía. La fusión de ambas sociedades, Telefónica O₂ Alemania y HanseNet, dio lugar a Telefónica Alemania.

⁷ <http://www.elmundo.es/mundodinero/2005/10/31/empresas/1130744311.html>

⁸ Fragmento de la entrevista realizada a D. César Alierta, Presidente de Telefónica, en la revista alemana *Wirtschafts Woche*, el 30 de septiembre de 2006.