

# NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

Muestra por primera vez en el MWC su transformador proyecto de 4ª Plataforma

### **TELEFÓNICA PRESENTA AURA, UN NUEVO MODELO DE RELACIÓN CON SUS CLIENTES BASADO EN INTELIGENCIA COGNITIVA PIONERO EN EL SECTOR**

- La implementación de capacidades cognitivas a sus plataformas permitirá a sus clientes conocer, gestionar y controlar su vida digital con la compañía y descubrir nuevas propuestas
- Facebook, Microsoft y UNICEF han participado en la presentación de la iniciativa junto al presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, y Chema Alonso, Chief Data Officer de la compañía, quien también ha mostrado un ejemplo práctico con ProFuturo

**Mobile World Congress (MWC), Barcelona, 26 de febrero, 2017.-** Telefónica ha presentado hoy su cuarta plataforma que, gracias a la aplicación de capacidades cognitivas, será la base para un nuevo modelo de relación con sus clientes. Así, a través de AURA, los usuarios podrán gestionar su experiencia digital con la compañía, al tiempo que controlar de forma transparente y segura los datos que generan por el uso de sus productos y servicios. Telefónica inicia así una nueva etapa en su proceso de transformación hacia una *onlife* telco y se convierte en la primera compañía del sector que brindará a sus clientes la posibilidad de gestionar de una forma natural su relación con la compañía gracias a la inteligencia cognitiva.

El proceso de transformación comenzó hace varios años con la compleja tarea de simplificación, adaptación y digitalización integral de la compañía para dotar de inteligencia a las tres plataformas con las que ya contaba. A este proceso Telefónica ha destinado una inversión de aproximadamente 48.000 millones de euros desde 2012, tanto en el despliegue de redes y otras infraestructuras de última generación como en la integración de todos sus sistemas IT o el desarrollo de nuevos productos y servicios digitales.

Sobre las capacidades previstas por estas plataformas se ha desarrollado el motor cognitivo de la compañía y que ahora se materializa a través de AURA. AURA redefine la interacción entre Telefónica y sus clientes. Ofrecerá seguridad y simplicidad en las formas, transparencia y control sobre sus datos personales, facilitándoles además el descubrimiento de nuevos usos para ponerlos en valor y todo ello a través de múltiples canales y dispositivos.

Todo esto es posible gracias al flujo de dichos datos que hasta ahora generaban de forma ininterrumpida, aunque fragmentada, las redes y otros activos físicos de la compañía (1ª plataforma y el activo fundamental sobre el que se apoyan el resto), sus sistemas unificados de IT (2ª plataforma), así como los productos y servicios que ofrece a sus clientes (3ª plataforma). Este nuevo modelo de compañía basado en plataformas inteligentes supondrá un gran salto cualitativo en el modelo de relación de los clientes con la compañía.

---

Para más información sobre Telefónica @ MWC 2017 visita nuestro stand: Hall 3 (3K 21)  
Visita nuestro MWC microsite: [www.Telefonica.com/mwc](http://www.Telefonica.com/mwc)  
O síguenos en Twitter: [@Telefonica](https://twitter.com/Telefonica)

---

“La inteligencia cognitiva nos permitirá comprender mejor a nuestros clientes, que se relacionen con nosotros de una forma más natural y fácil y generar una nueva relación de confianza con ellos en base a la transparencia y el control sobre sus datos”, ha señalado durante el evento de presentación de AURA José María Álvarez-Pallete, Presidente de Telefónica. “Somos pioneros en este modelo de relación, nunca antes los usuarios de servicios de telecomunicaciones han podido hablar con las redes en tiempo real. Estamos ensanchando la relación con nuestros clientes, buscando incrementar su satisfacción y abriéndoles nuevas posibilidades para que puedan enriquecer su vida digital con nosotros”.

### **Crear valor a través del conocimiento**

Para la presentación de AURA, Chema Alonso, Chief Data Officer de Telefónica, ha recurrido a las últimas tecnologías. Utilizando unas HoloLens, las gafas de realidad aumentada de Microsoft, ha descrito el camino que siguen los datos, desde su generación en las tres primeras plataformas, hasta su transformación en un valor único para cada cliente. Como prueba de que AURA no solo es un proyecto sino una incipiente realidad, Telefónica ha realizado varias demostraciones con diferentes casos de uso a través de varios canales, como una aplicación móvil y una integración de AURA con Amazon Echo.

Así, por ejemplo, el cliente podrá resolver dudas sobre los productos y servicios que utiliza; abrir y dar seguimiento a incidencias; gestionar y bloquear el acceso de dispositivos al router Wi-Fi proporcionado por Telefónica; solicitar información sobre un contenido de video concreto y programar su grabación; o ser alertado cuando su consumo de datos sea superior a lo habitual. Cada usuario contará con un *“personal data space”*, la *memoria* donde se almacenará el rastro digital que dejan al utilizar los productos y servicios de Telefónica y que permitirá, si el cliente así lo desea, personalizar su experiencia. AURA también podrá hacerles recomendaciones sobre la oferta de productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades, los contenidos que se adapten a sus gustos, la instalación de software de seguridad o detección de apps fraudulentas.

“Con AURA queremos transformar los datos en conocimiento y ponerlo en manos de nuestros clientes, que puedan conocer, decidir y actuar y que puedan sacar el máximo partido de su relación con Telefónica”, ha destacado Chema Alonso durante la presentación.

### **Privacidad y colaboración con diferentes partners**

Partiendo de los principios sobre privacidad de los clientes en su relación con Telefónica, se les proveerá de seguridad, transparencia y control sobre los datos. AURA ofrecerá simplicidad en la gestión de los mismos. Un ejemplo de esta simplicidad es la función de Timeline, con la que el usuario podrá conocer los datos que se van generando al utilizar los productos y servicios de la compañía, de forma visual y siguiendo una lógica cronológica e intuitiva.

En este espacio de confianza y de entendimiento con el cliente, AURA será también la puerta de entrada a nuevas propuestas, donde el usuario decidirá si quiere o no compartir con terceros parte del conocimiento generado a partir de sus datos para enriquecer, así, sus experiencias digitales. De esta manera, a través de AURA, la cuarta plataforma, permitirá la integración con otras tecnologías y servicios digitales, convirtiéndose en una potente plataforma de innovación abierta a otros socios.

“La Inteligencia Artificial se convertirá en la tecnología transformadora de nuestro tiempo y en Microsoft queremos llevar sus beneficios a cada persona y organización del mundo”, ha señalado

durante la presentación Peggy Johnson, vicepresidenta ejecutiva de Desarrollo de Negocio de Microsoft, compañía con la que Telefónica está colaborando en su proyecto de cuarta plataforma. "Hemos realizado grandes inversiones en IA, *machine learning*, y la mejor infraestructura cloud para fijar un nuevo listón en reconocimiento de voz e imágenes. Estamos encantados de colaborar con Telefónica para poder traer esta nueva generación de experiencias a sus clientes".

UNICEF también ha participado en la presentación con un ejemplo que demuestra el gran potencial social que contienen los datos. Así, los usuarios tendrán la posibilidad de compartir altruistamente datos anonimizados referentes a la movilidad o uso de servicios móviles. De esta forma la agencia de Naciones Unidas puede mejorar la calidad de sus modelos predictivos, mejorando la respuesta a la infancia en casos de desastres naturales o emergencias sanitarias.

"Mientras UNICEF continúa innovando en un mundo cada vez más complejo, necesitamos llegar a acuerdos con nuevos socios y usar nuevas tecnologías para resolver los retos a los que se enfrentan los niños. En crisis como desastres naturales, enfermedades o el movimiento de millones de niños debido a guerras y situaciones de violencia, UNICEF sabe que socios y tecnologías son clave para mejorar nuestras capacidades y reaccionar de forma más ágil. Estamos encantados de colaborar con Telefónica, así como con el resto de nuestros socios tecnológicos, en la construcción de soluciones para los problemas más acuciantes de nuestro tiempo", ha señalado Christopher Fabian, cofundador de UNICEF Innovation.

En la misma línea, se está desarrollando otro caso de uso en colaboración con ProFuturo, el proyecto social y educativo impulsado por Fundación Telefónica y Fundación Bancaria "la Caixa" en entornos vulnerables. El análisis de los datos cedidos anónima y voluntariamente por los usuarios de Telefónica, cruzados con los perfiles educativos de ProFuturo, permitirá crear patrones y mapas de intereses útiles en intervenciones sociales posteriores, y ayudar así a gobiernos y agencias humanitarias en los retos educativos fijados por el Fondo de Naciones Unidas para los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por su parte, Javier Oliván, vicepresidente de Desarrollo de Negocio de Facebook, presentó un interesante ejemplo del potencial de nuevas propuestas de colaboración. Este caso de uso supone una mejora del servicio Safety Check de Facebook para aquellos usuarios de Telefónica que se hayan dado de alta en el servicio, minimizando notificaciones innecesarias. Ante una emergencia, cuando se desencadene el servicio Safety Check, Facebook tendrá la capacidad de contactar sólo con los clientes de Telefónica que estén en la zona, y comprobar si se encuentran bien. En esa colaboración, no se comparten datos personales de clientes, garantizando así su privacidad. "Estamos muy contentos de colaborar con Telefónica para mejorar experiencias como la de Safety Check y que los miembros de nuestra red social puedan decir a sus familiares y amigos que se encuentran bien si casualmente se encuentran cerca de una zona de desastre", ha señalado desde la sede de Facebook en Menlo Park su fundador, presidente y consejero delegado Mark Zuckerberg.

Los casos de uso de AURA mostrados durante la presentación así como las grandes posibilidades que abre este nuevo modelo de relación con sus clientes se podrán ver en el stand de Telefónica en el MWC de Barcelona (Hall 3 – 3K 21) donde la compañía propone un viaje único a través de sus cuatro plataformas.

#### **Acerca de Telefónica**

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes, que se apoya en una oferta integral y en la calidad de la conectividad que le proporcionan

---

Para más información sobre Telefónica @ MWC 2017 visita nuestro stand: Hall 3 (3K 21)

Visita nuestro MWC microsite: [www.Telefonica.com/mwc](http://www.Telefonica.com/mwc)

O síguenos en Twitter: [@Telefonica](https://twitter.com/Telefonica)

---

las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha. Es una empresa en crecimiento que ofrece una experiencia diferencial, basada tanto en los valores de la propia compañía como en un posicionamiento público que defiende los intereses del cliente.

Presente en 21 países y con 350 millones de accesos, Telefónica tiene una fuerte presencia en España, Europa y Latinoamérica, donde concentra la mayor parte de su estrategia de crecimiento.

Telefónica es una empresa totalmente privada que cuenta con más de 1,5 millones de accionistas directos. Su capital social está dividido en la actualidad en 5.037.804.990 acciones ordinarias que cotizan en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.