



TELEFÓNICA Y BBVA PONEN EN MARCHA TRES INICIATIVAS EN EL MARCO DE SU ALIANZA ESTRATÉGICA

- **Terra toma el 49% del capital de Uno-e**
- **BBVA aporta sus negocios nacionales e internacionales de "call center" a Atento, a cambio del 9% de esta filial del Grupo Telefónica**
- **El Grupo Telefónica, a través de Telefónica Media, entra en BBVA Ticket con el 47,5% del capital**

BBVA y Telefónica han anunciado hoy la puesta en marcha de tres iniciativas en el marco de la Alianza Estratégica firmada entre ambas entidades el 11 de febrero de 2000. Los acuerdos recogen la entrada de Terra en el capital del banco por Internet Uno-e, la unificación en Atento, filial del Grupo Telefónica, de los negocios de atención telefónica de ambos grupos en todo el mundo y la entrada de Telefónica Media en la sociedad BBVA Ticket para venta electrónica de entradas.

Los acuerdos anunciados hoy se centran en tres de los sectores –e-banking, atención telefónica y servicio al cliente y contratación electrónica de servicios de ocio– que mejor han evolucionado en los últimos meses y que presentan mejores perspectivas de futuro.

UN PROYECTO INNOVADOR EN SERVICIOS FINANCIEROS

En lo que hace referencia a e-banking, el Consejo de Administración de Terra ha ratificado la entrada de la filial de Telefónica de Internet en el accionariado de Uno-e (www.uno-e.com) con la participación prevista del 49%, una vez reciba todas las autorizaciones pertinentes.

Con el respaldo adicional de Terra, Uno-e podrá afrontar nuevos retos e impulsar aún más sus fuertes tasas de crecimiento. La entidad cerró el primer trimestre de 2001 con 80.000 clientes (un incremento del 54% sobre el cierre de 2000) y gestionando un total de 358 millones de euros (un 128% más con respecto al pasado año).

Uno-e fue lanzado en España a finales de marzo de 2000 y desarrolla una estrategia de Supermercado Financiero[®], ofreciendo no sólo productos propios sino también aquellos desarrollados por otras entidades.

INTEGRACIÓN EN ATENTO DE LOS NEGOCIOS DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

BBVA y Telefónica han acordado también la integración en Atento, filial del Grupo Telefónica, de todas las actividades de "call center" que mantiene la entidad financiera nacional e internacionalmente. Como consecuencia de dicha integración, BBVA participará con el 9% en el capital de Atento.

Atento es una empresa global del Grupo Telefónica, líder en España y Latinoamérica, destinada a promover la actividad de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM). En la actualidad está presente en 14 países; en América Latina (Argentina, Chile, Perú, Brasil, Venezuela, Colombia, Guatemala, El Salvador, Puerto Rico y México), Europa (España e Italia), África (Marruecos) y Asia (Japón). Durante el ejercicio pasado, Atento alcanzó una facturación de 487 millones de dólares (algo más de 91.000 millones de pesetas) y cuenta con 55 centros de atención y una cartera de más de 300 clientes.

Los activos que incorpora BBVA son la sociedad Procesos Operativos S.A. (POSA) y Leader Line. Entre otras actividades, estas compañías concentraban las actividades de telemarketing, atención telefónica de clientes, telecobros y actividades de 'call center' tanto para el Grupo BBVA como para una importante cartera de clientes.

El acuerdo contempla la creación de un centro de actividades común que dé soporte global a sus clientes, tanto en Europa como en América Latina, así como a las entidades que conforman los Grupos BBVA y Telefónica.

La incorporación de BBVA convierte a Atento uno de los líderes mundiales de su sector por número de puestos y volúmenes de actividad y supone un respaldo al proceso de expansión internacional ya iniciado por la compañía. Su dimensión y diversificación geográfica le permiten configurarse como un proveedor global de soluciones completas y de alto valor añadido para sus clientes.

COOPERACIÓN PARA LA VENTA ELECTRÓNICA DE ENTRADAS

BBVA y el Grupo Telefónica, a través de Telefónica Media consideran la actividad de emisión y distribución de entradas de eventos y espectáculos, como un elemento fundamental y estratégico que contribuye a la generación de

valor y a multiplicar mejorando los servicios ofrecidos a sus clientes. Además, se facilita la expansión del comercio electrónico a través de dicha sociedad.

BBVA lleva desarrollando la actividad de e-ticketing desde hace dos años a través de BBVA Ticket, empresa líder en la gestión y distribución de eventos musicales, fundamentalmente conciertos de rock. La sociedad ha desarrollado su propia tecnología que le permite realizar una estrategia activa de modelo de distribución multicanal, combinando los canales tradicionales, acuerdos con cadenas de tiendas (FNAC y Crisol), venta telefónica, acuerdos con distintos proveedores de software para cines, teatros y recintos deportivos, con los canales relacionados con la nueva economía (Internet, móviles, 'print at home').

La participación en BBVA Ticket forma parte de la estrategia de Telefónica Media de ofrecer contenidos, productos y servicios multiplataforma para todas las ventanas de distribución de Telefónica: telefonía, televisión en abierto y de pago, Internet y Banda Ancha. Además se engloba en los contenidos de música y eventos que desarrolla FAMA (filial de Telefónica Media responsable de la organización de eventos y management artístico).

BBVA, y Telefónica Media mantendrán una posición accionarial paritaria en BBVA Ticket, con un 47,5% cada uno .