



## **Telecable hace balance de un año de pandemia: de la emergencia para mantener las comunicaciones a la consolidación de la sociedad digital**

- *Durante la crisis sanitaria contribuyó de forma solidaria a las peticiones y necesidades del entorno local mediante actuaciones de compromiso social, llevando a la práctica y haciendo realidad el lema de “Tecnología por y para las personas”.*
- *Lucha contra la brecha digital: el operador asturiano ha colaborado con el Ayuntamiento de Oviedo en la adquisición de 800 tarjetas SIM para facilitar el acceso a la formación de alumnos y familias en riesgo de exclusión.*
- *Además de entregar 50 tarjetas SIM a la Universidad de Oviedo a través de la Cátedra Telecable para alumnos cuya progresión académica estuviese afectada por la brecha digital*
- *Con el Ayuntamiento de Gijón y de Mieres ha participado en la donación de tarjetas de datos para hospitales públicos y una residencia de la tercera edad*
- *Algunas de las medidas implantadas desde su área comercial fueron la apertura de canales infantiles y de cine de su televisión para todos los usuarios, o el aumento de conexión móvil de 30 Gigas de datos gratuitos para las personas que no tenían posibilidad de usar la red fija, entre otras.*
- *Lanzó Internet Compromiso, un servicio destinado a las familias sin recursos, con el objetivo de facilitarles una conectividad de calidad con precios reducidos.*

**Gijón, 12 de marzo 2021.**- Un año después desde que se decretara el confinamiento de las personas tras la declaración del estado de alarma motivado por la COVID-19, Telecable ha hecho balance de las acciones externas e internas puestas en marcha en su compromiso de proporcionar la mejor calidad en las comunicaciones entre personas y empresas, al tiempo que ha velado por la seguridad de su equipo humano.

Ya desde el viernes 12 de marzo de 2020, días previos a la declaración oficial del estado de alarma, Telecable adoptó diferentes medidas tendentes a paliar los efectos de la crisis sanitaria que ya se hacía notar con los cierres de colegios y el avance del virus.

Para atender a posibles afecciones que el COVID-19 pudiera generar en las comunicaciones entre personas, instituciones y empresas durante la crisis sanitaria y atendiendo especialmente al objeto social de la compañía, Telecable estableció unos primeros protocolos preventivos para sus personas, que empezaron a teletrabajar, y creó un comité de continuidad al máximo nivel para asegurar y mantener la prestación de los servicios de telecomunicaciones a sus clientes residenciales y al tejido empresarial.

En el aspecto tecnológico, se monitorizó desde el primer momento el tráfico y caudal de los datos para dimensionar la red en función de las necesidades y usos. Todo ello con el objetivo de proporcionar una buena experiencia de usuario, más aún en aquellos momentos en los que las familias, las empresas y los servicios sanitarios y de emergencias necesitaban estar conectados.

Desde el inicio de las medidas excepcionales decretadas el 14 de marzo, 800 personas del área técnica y de red trabajaron para dimensionar la red en cada momento y absorber el tráfico excepcional que se produjo, de hasta el 40% en banda ancha fija y del 50% en voz móvil durante los primeros meses. También se implantaron medidas de redundancia geográfica para los centros desde los que se gestionaron los servicios, de diversificación de medios técnicos o planes operativos de desvío de actividad con el fin de prestar los servicios desde otras ubicaciones o en remoto.

En cuanto a la atención a los usuarios, se han mantenido activos los canales de atención a los clientes para dar respuesta a sus necesidades, tanto de forma remota (online o telefónica) como de forma presencial a través de los puntos de venta, que incorporaron los protocolos de seguridad e higiene para poder atender las consultas que no podían hacerse de otra forma.

En la sede de Telecable, las medidas implantadas con el objetivo de hacerla segura para sus empleadas y empleados tuvieron su recompensa con el reconocimiento de AENOR por sus protocolos de prevención frente a la COVID-19 desplegados en el área de trabajo. Este aval externo acredita que las distintas medidas de seguridad adoptadas por la compañía desde el inicio de la crisis sanitaria no sólo se adaptan a las recomendaciones, sino también a las exigencias establecidas de forma periódica por las instituciones en materia de prevención e higiene.

AENOR ha evaluado para tal fin un amplio abanico de aspectos, entre los que se encuentran la gestión de riesgos y de la salud en el trabajo; la formación, información y comunicación desarrolladas; las medidas tanto organizativas como de protección puestas en marcha (distancia mínima, control de aforo, uso individual de equipamiento y material, etc.) y las buenas prácticas en limpieza e higiene, entre otros.

### **Mayor conectividad y más contenidos de ocio y formación**

La conectividad demostró en esos momentos de incertidumbre ser una de las piedras angulares de la sociedad digital. La vida de la ciudadanía y la actividad de las empresas dependían en gran medida de mantener a su disposición los servicios y las redes de telecomunicaciones, y la situación de emergencia sanitaria existente enfatizó aún más esta necesidad.

Los equipos de Telecable centraron su atención desde el comienzo del estado de alarma en poner sus servicios de telecomunicaciones a disposición de los usuarios, que demandaban, por un lado, mayor conectividad en sus dispositivos para poder teletrabajar y mantener conversaciones telefónicas o videoconferencias con sus familiares y amigos y, por otro, más contenidos de ocio, sobre todo de televisión para poder amenizar su confinamiento.

Las primeras medidas estuvieron dirigidas a solucionar las necesidades de comunicación de los clientes:

- Apertura de canales infantiles y de cine de su televisión para todos los usuarios, independientemente de paquete que tuvieran contratado.
- Aumento de conexión móvil de 30 Gigas de datos gratuitos para las personas que no tuviesen posibilidad de usar la red fija.
- Refuerzo de su oferta de ocio con 100 nuevos títulos de cine de forma gratuita en su catálogo de vídeo bajo demanda Replayteka.
- Incorporación al Videoclub de un Especial educativo del canal Historia enfocado a los estudiantes.
- Incorporación a la oferta de televisión del canal Surf Channel, para todos los usuarios.

### **Tecnología por y para las personas. Compromiso con la sociedad**

Además de su papel como operador, Telecable, fiel a su rol de empresa responsable, atendió de forma solidaria a las peticiones y necesidades del entorno local mediante actuaciones de compromiso social, llevando a la práctica y haciendo realidad el lema de “Tecnología por y para las personas”:

- Con la finalidad de posibilitar el trabajo escolar desde casa a los jóvenes de familias desfavorecidas, el operador asturiano ha colaborado con el Ayuntamiento de Oviedo en la adquisición de 800 tarjetas SIM para facilitar el acceso a la formación de alumnos y familias en riesgo de exclusión.
- A través de la Cátedra Telecable con la Universidad de Oviedo, se entregaron 50 tarjetas de datos para estudiantes cuya progresión académica estuviese afectada por la brecha digital en el contexto de la semipresencialidad derivada de la situación sanitaria producto de la COVID-19.
- Con el Ayuntamiento de Mieres ha participado en la donación de tarjetas de datos para una residencia de la tercera edad y un hospital público.
- Además de entregar al Ayuntamiento de Gijón, a través de Impulsa Gijón, 11 tarjetas SIM para centros sanitarios: Cabueñes y Jove.
- Apertura a todas las personas hospitalizadas de la plataforma de televisión online Tedi, independientemente de si son clientes o no. En los primeros 15 días, más de 1.000 personas activaron este servicio gratuito.
- Envío de mensajes vía correo electrónico a los clientes con consejos sobre las mejoras realizadas y el uso de los diferentes servicios, así como recomendaciones de uso racional y responsable de la red para ofrecer al usuario una experiencia de alta calidad.

### **Servicios a Empresas**

En el ámbito de atención a Empresas clientes fue esencial el dimensionamiento y robustecimiento de la red para garantizar a las compañías la continuidad del servicio ante el incremento de teletrabajo. También habilitó en tiempo récord accesos VPN, soluciones cloud, etc.

Otro aspecto a destacar e este ámbito fue el diseño y lanzamiento de una plataforma de formación Online gratuita durante este periodo para los clientes de empresa mediante campañas quincenales orientadas a la mejora del teletrabajo con contenidos como ciberseguridad, teams, motivación, etc. Resultó ser de especial utilidad durante la situación de confinamiento vivida durante algunos meses de 2020. Esta herramienta nació de un acuerdo con la empresa Fit Learning, con el objetivo de mantener la actividad formativa dentro de las empresas, al tiempo que facilitaba el teletrabajo de una forma efectiva. La respuesta por parte de las empresas clientes fue muy positiva, como queda reflejado en las altas valoraciones de los usuarios que participaron en una primera convocatoria gratuita compuesta por 5 contenidos destacados y de interés en una situación de crisis sanitaria: "Los mejores consejos para teletrabajar", "Herramientas motivacionales", "Teams", "Gestión eficaz de reuniones virtuales" y "Ciberseguridad".

### **Internet Compromiso**

"Internet Compromiso" fue el producto diseñado para responder a las necesidades de conexión que se demostraron necesarias para esas familias en las que los estudiantes tuvieron que seguir sus estudios de forma telemática, así como para seguir manteniendo el contacto cercano con sus familiares incluso en situaciones de aislamiento generadas por la Covid-19.

Está pensado de forma específica para aquellos clientes con menos recursos económicos, o en riesgo de exclusión con el objetivo de llegar a todos los colectivos sociales y contribuir así a la eliminación de la brecha digital y social que existe, más aún en estos momentos en los que muchas de las familias han sufrido los efectos económicos y laborales negativos derivados de la pandemia.

### **Aumento del uso de las telecomunicaciones y cambio en los hábitos de consumo**

Los mensajes y recomendaciones repetidos desde el comienzo de la crisis sanitaria surgió del acuerdo firmado por todos los operadores del Estado, ya que los patrones de uso se revelaron superiores a los habituales,

- Potenciar el uso de la telefonía fija para las llamadas de voz.
- Usar la red WiFi fija para acceder a Internet.
- Utilización de herramientas colaborativas (Skype, Teams, WhatsApp, etc) también para las comunicaciones de voz.
- Evitar el envío de ficheros pesados y sustituirlos por enlaces.
- Descargar los ficheros pesados en las horas valle (las de menos tráfico).
- Realizar audioconferencias en lugar de videoconferencias.

Y es que la pandemia también ha influido en los hábitos de consumo de telecomunicaciones de la ciudadanía asturiana. En 2020, las personas han pasado más tiempo que nunca en sus hogares, ya sea por el confinamiento, el cierre de centros educativos, el teletrabajo o las distintas fases de restricción a la movilidad; lo que ha convertido a la televisión en la herramienta de ocio y entretenimiento por excelencia.

Telecable ha constatado que hasta el 70% de sus clientes han consumido servicios de televisión avanzados este año y el tiempo de visionado ha pasado de menos de 3 horas en la etapa previa a la pandemia, a más de 5 a partir de marzo del año pasado. En cuanto a los contenidos más demandados, los dedicados a las y los más pequeños y aquellos que se disfrutaban bajo demanda son los que más han crecido, estos últimos con un incremento de casi el 60%.

Las plataformas digitales de pago lideraron la demanda con incrementos del tráfico que llegaron a rozar el 90% respecto a la etapa previa al confinamiento. Las cifras registradas por este tipo de servicios evolucionaron de la mano de la situación epidemiológica y las medidas para su control a lo largo de todo el año. Así, con la llegada del confinamiento, el tráfico de estas plataformas en Asturias llegó a crecer hasta un 61%, seguido de un ligero descenso coincidiendo con el periodo estival y las vacaciones. El acceso a contenidos audiovisuales online volvió a experimentar un pico repentino a principios de noviembre, tras el primer cierre de la hostelería, y se disparó hasta el 86% en Navidad.

Estos resultados se repetirán previsiblemente este año, ya que las primeras cifras de 2021 muestran que el tráfico medio de las plataformas digitales de pago en enero se sitúa casi en un 35% por encima del registrado en el conjunto de 2020.

### **Año de récord para las telecomunicaciones**

Las cifras no solo fueron positivas en lo que respecta a la televisión. Desde el confinamiento, Telecable ha constatado un aumento de los tráficos en todos los servicios.

Junto a las plataformas de pago para acceder a contenidos audiovisuales online, Facebook también destaca entre los preferidos por los asturianos. Durante el confinamiento, su tráfico diario creció hasta un 46%, alcanzando picos superiores al 50% en Navidad. Además, tal y como ocurre con las plataformas digitales, los primeros datos de 2021 apuntan a un mantenimiento de esta buena tendencia, ya que en el primer mes del año, el tráfico de Facebook ha llegado a ser hasta un 36% superior al del conjunto de 2020.

En cuanto a la telefonía, el uso tanto de móvil como de fija se ha duplicado, con un incremento no solo del número de llamadas, sino también de la duración de las mismas. Las personas necesitaban escucharse, lo que incrementó las llamadas de voz; pero también verse, lo que explica el aumento significativo del 300% en el uso de WhatsApp y, especialmente, en su servicio de videollamadas. Las necesidades de conectividad también han supuesto un aumento del tráfico en Internet, que ha experimentado nuevos picos de uso por la mañana relacionados con el teletrabajo y la asistencia a clases online, así como el mayor pico de acceso de banda ancha de la historia, del 82% respecto a antes del confinamiento, registrado el pasado mes de diciembre.

Cabe señalar que, según las conclusiones de Telecable, los hábitos de consumo de las y los asturianos en 2020 fueron similares en todo el Principado, no observándose diferencias significativas por territorios.

**Telecable – Comunicación**  
[comunicacion@telecable.com](mailto:comunicacion@telecable.com)  
[www.telecable.es](http://www.telecable.es)