



*En Chile, Argentina y Perú, las cabinas telefónicas incorporadas al mobiliario urbano son idénticas a las de España.*

## NEGOCIOS INTERNACIONALES

**T**elefónica de España, a través de su filial Telefónica Internacional, ha confirmado durante 1995 su liderazgo en el sector de las telecomunicaciones en Iberoamérica, reforzando la posición competitiva de las operadoras bajo su gestión, extendiendo su actividad al mercado de larga distancia de México y alcanzando un preacuerdo para acceder al negocio de Televisión por Cable de Argentina.

Al cierre del ejercicio 1995, las operadoras iberoamericanas del Grupo Telefónica gestionaban más de 8,4 millones de líneas en servicio, superaban los 460.000 clientes de telefonía celular y su cartera de clientes de TV por cable contaba con unos 238.000 abonados en Chile y Perú.

Durante 1995 la ejecución de los programas de inversión material por parte de las compañías participadas por Telefónica Internacional ha supuesto la instalación de más de 1,6 millones de líneas, permitiendo la modernización y expansión de la red telefónica, así como la comercialización de servicios avanzados de telecomunicaciones y el cumplimiento de los objetivos de atención a la demanda y calidad del servicio.

### COMPORTAMIENTO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

En Chile hay que resaltar la actuación comercial de CTC, que se vio reflejada en un aumento de la ganancia neta de líneas en servicio del 94% y una reducción de la lista de espera del 55%, situando la penetración del servicio telefónico en 13,6 líneas por 100 habitantes. En noviembre de 1995, CTC obtuvo la autorización para extender su red a dos regiones del sur del país, ampliando de esta forma su cobertura a la totalidad del territorio chileno. Dentro de su nueva política comercial, CTC introdujo el servicio "FIJO + MÓVIL", consistente en una oferta para clientes residenciales que permite traspasar las llamadas del teléfono fijo a un teléfono celular, incentivando así la demanda conjunta de ambos servicios. En el







mercado chileno de larga distancia, destaca la consolidación en el primer año de operaciones de CTC-Mundo como segunda operadora por volumen de tráfico cursado, tanto en el negocio de larga distancia nacional como internacional.

Por lo que respecta al mercado de Páginas Amarillas en Chile, en 1995 continuó la favorable evolución de Publiguías, que obtuvo un nivel de penetración del producto del 50% de los clientes potenciales.

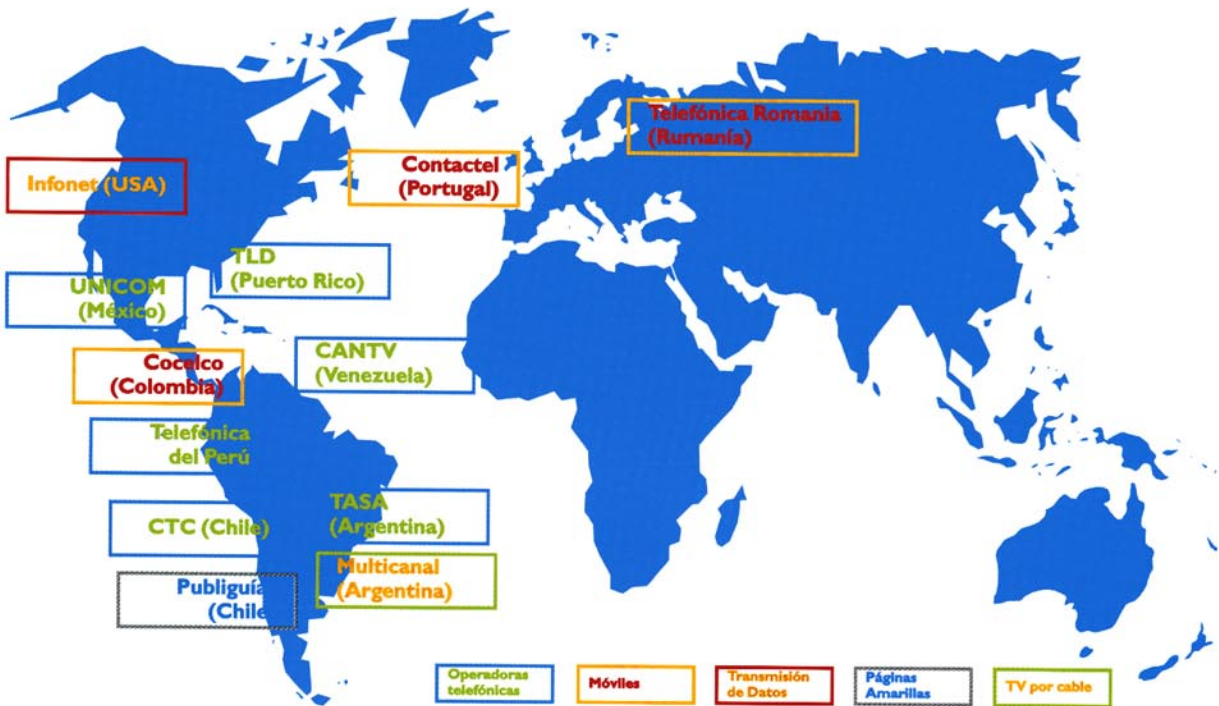
Telefónica de Argentina superó en 1995 las 3.100.000 líneas en servicio, situando la densidad telefónica del país en 19,5 líneas por 100 habitantes. Junto a ello se intensificó el esfuerzo por modernizar las infraestructuras de red con la inauguración del anillo que une las provincias de Buenos Aires, Mendoza y Neuquén, con más de 136.000 kilómetros de fibra óptica. También hay que resaltar el comienzo de las operaciones de TYSSA, participada en un 80% por Telefónica de Argentina y que ofrece soluciones integradas de voz, datos e imagen para atender de forma especializada las necesidades de comunicación de los grandes clientes.

La positiva evolución de las operadoras participadas tiene su más claro exponente en la filial peruana. Telefónica del Perú realizó durante 1995 un significativo esfuerzo inversor con objeto de ampliar y modernizar la red telefónica y, al mismo tiempo, para consolidar una posición de liderazgo en los negocios prestados en régimen de competencia. De este modo, Telefónica del Perú instaló en 1995 más de 550.000 líneas, de las que más de 430.000 se dedicaron a la ampliación de la red, cifra superior en un 236% a la meta establecida en el contrato de concesión. Este esfuerzo de instalación se vio complementado con actuaciones comerciales orientadas a mejorar significativamente la atención al cliente. Así, Telefónica del Perú consiguió más de 340.000 nuevas altas en el ejercicio 1995, lo que permitió una reducción sustancial de la lista de espera, a la vez que se lograba superar la cota histórica de 1.100.000 líneas telefónicas en servicio, lo que representa un crecimiento interanual del 44% y sitúa la penetración telefónica en 4,7 líneas por 100 habitantes.

También como hecho destacado del pasado ejercicio, cabe citar la determinación favorable de la FCC (*Federal Communications Commission*), organismo regulador de las telecomunica-



## GRUPO TELEFÓNICA INTERNACIONAL: POSICIONAMIENTO GEOGRÁFICO



ciones de EE UU, que permite a Telefónica Larga Distancia de Puerto Rico originar tráfico de larga distancia doméstico desde todo el territorio continental de EE UU. Posteriormente, la FCC adoptó una nueva decisión que abre a TLD la posibilidad de prestar servicios de telecomunicaciones internacionales desde cualquier punto del territorio de EE UU a todas las rutas internacionales no afiliadas. Además, la FCC otorgó a TLD en 1995 numerosas autorizaciones que le permitirán actuar con una gestión mucho más ágil. Entre ellas destaca el cambio de estatus, pasando de ser operadora dominante a no dominante a efectos internacionales (excepto en las rutas afiliadas de Argentina, Chile, España y Perú), lo que se traduce en menores exigencias regulatorias por parte de la FCC. También se le concedió permiso para la apertura de numerosas rutas

directas internacionales, así como la posibilidad de establecer servicios de líneas privadas con varios países.

Con estos cambios en su regulación, Telefónica Larga Distancia de Puerto Rico ha visto ampliadas sus oportunidades de negocio y reforzada su posición competitiva con vistas a la liberalización del mercado de telecomunicaciones en EE UU, lo que multiplica las posibilidades de actuación del Grupo Telefónica en dicho mercado. En este contexto, se produjo en 1995 un notable incremento en el volumen de tráfico internacional cursado por TLD, que aumentó un 44% sobre los niveles del año anterior, logrando consolidar una importante cuota de mercado que asciende al 42% del total de líneas de Puerto Rico.



## Sistemas comunes de información y gestión

Por lo que respecta a la inversión en CANTV, la compañía venezolana consiguió en 1995 mejorar sus resultados, pese a la difícil coyuntura económica del país.

En Colombia, la operadora celular Cotelco consiguió en su primer año de operaciones la expansión de su mercado en un 128%, hasta lograr más de 43.000 clientes al finalizar 1995.

Las inversiones en Europa reflejan una consolidación en su desarrollo, al extender Telefónica Rumania su presencia en el mercado celular a las 17 principales ciudades del país, superando la cifra de 10.000 clientes y alcanzando por segundo año consecutivo resultados positivos, tras la entrada en funcionamiento del servicio en abril de 1993. En Portugal, Contactel presenta la mayor cuota de mercado entre los nuevos clientes que se abonan al servicio de radiobúsqueda, con un porcentaje del 40% de los mismos, debido a la mayor calidad del servicio respecto a los otros tres competidores, y alcanzando un nivel de altas que supera los 1.500 nuevos clientes por mes.

También en 1995 se reforzó la presencia de Telefónica Internacional en INFONET, al aumentar la participación hasta el 11,2%. INFONET

ofrece servicios de transmisión internacional de datos a grandes clientes multinacionales.

### **EXPANSIÓN DEL NEGOCIO DE TV CABLE**

En el negocio de TV por cable hay que resaltar la autorización concedida a Cable Mágico de Perú para operar en siete ciudades del interior del país, lo cual, unido al esfuerzo comercial de la compañía, ha permitido cerrar el ejercicio 1995 con más de 19.000 clientes, cifra que representa un crecimiento interanual superior al 220%. En Chile, Intercom (propiedad de CTC en un 80%) alcanzó un acuerdo de fusión con la compañía Metrópolis (controlada por TCI, el mayor operador norteamericano de TV por cable, y el grupo chileno Claro). CTC será propietaria del 30% del capital y operará la red de la compañía resultante de la fusión, que se ha constituido en la mayor operadora chilena de TV por cable, superando los 190.000 abonados al final de 1995.

También durante 1995 se firmó un acuerdo para la entrada en el mercado de TV por cable argentino mediante la adquisición del 25% de Multicanal. De este modo, Telefónica Internacio-



nal consigue participar en el mayor mercado iberoamericano de TV por cable, asociándose al principal grupo de medios de comunicación de Argentina. A finales de 1995, la cartera de Multicanal superaba los 550.000 clientes.

### **ENTRADA EN EL NEGOCIO DE LA LARGA DISTANCIA DE MÉXICO**

La incorporación de Telefónica Internacional a Unicom, con una participación del 24,5% del capital, en asociación con GTE (una de las principales compañías operadoras de telecomunicaciones de EE UU), Bancomer (que ocupa una posición de liderazgo en el sistema financiero mexicano) y Valores Industriales S.A., abre las puertas al Grupo Telefónica del mayor mercado de larga distancia de Iberoamérica. El consorcio Unicom dispone de una concesión para ofrecer servicios de valor añadido a partir del 1 de enero de 1996, y servicios de larga distancia a partir del 1 de enero de 1997.

### **IMPULSO AL PROYECTO PANAMERICANO**

El año 1995 representó un nuevo impulso al Proyecto Panamericano, promovido por Telefónica en Iberoamérica para aprovechar las sinergias de las

compañías participadas y a través del cual el Grupo Telefónica estará en condiciones de prestar servicios globales en América Latina, tanto servicios portadores dirigidos a operadoras, como servicios globales básicos destinados a clientes finales. La definición del catálogo de servicios del Proyecto Panamericano se hará, para todos los países participantes, con idénticos parámetros de calidad y con “ventanilla única” para la contratación y atención a los clientes.

La consolidación de la posición en tráfico internacional de Argentina, Chile y Perú a través del Proyecto Panamericano, la penetración en nuevos mercados como el de larga distancia de México, la importante base de mercado alcanzada en el negocio de Televisión por Cable y el reforzamiento de la situación competitiva y las oportunidades de mercado para Telefónica Larga Distancia de Puerto Rico, colocan al Grupo Telefónica en una posición destacada para realizar una oferta global de servicios de telecomunicaciones en Iberoamérica. Junto a ello, en el pasado ejercicio se intensificaron las actuaciones orientadas a aprovechar las sinergias existentes entre las compañías operadoras, favoreciendo la coordinación de actuaciones conjuntas y la implantación de sistemas comunes de información y gestión.