

## Negocios Internacionales

Durante 1996 Telefónica Internacional reforzó su liderazgo en los mercados de las telecomunicaciones donde ya tenía presencia, a la vez que aprovechaba las nuevas oportunidades de expansión en el mercado brasileño y en el negocio de la televisión por cable.

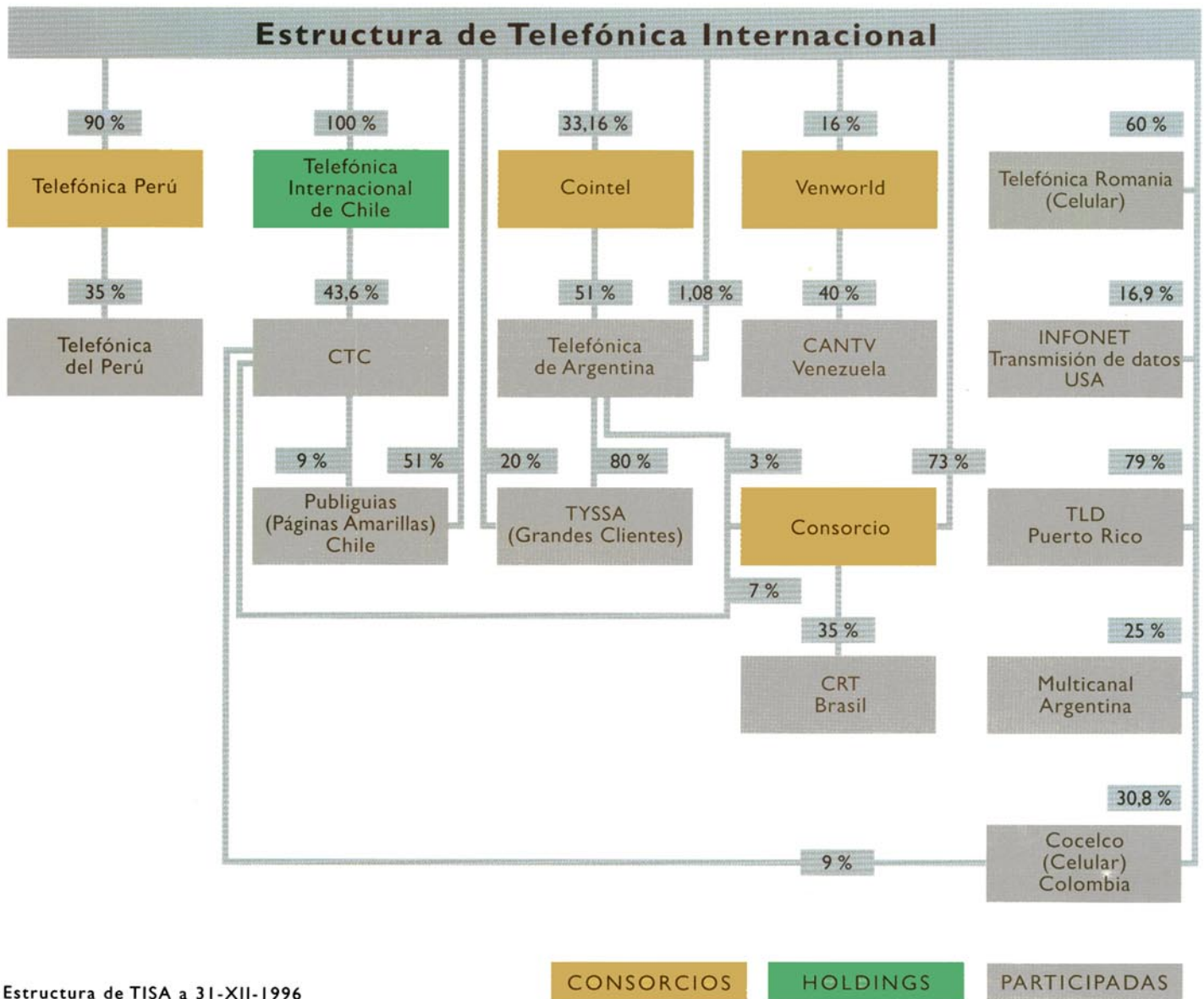
A final del ejercicio, aproximadamente 12,4 millones de clientes utilizaban los servicios de telefonía básica, telefonía celular y televisión por cable ofrecidos por las empresas participadas por Telefónica Internacional. En los negocios ya abiertos a la competencia, como larga distancia, la telefonía celular o la televisión por cable, las operadoras participadas se situaron en posiciones de liderazgo en la prestación de los diferentes servicios.

### Aprovechar las oportunidades de crecimiento

El 17 de diciembre de 1996, el consorcio liderado por Telefónica Internacional, en el que participan la compañía local RBS (Participações Rede Brasil Sul), Telefónica de Argentina (TASA) y Compañía de

Telecomunicaciones de Chile (CTC), resultó adjudicataria del 35 por ciento de las acciones con derecho a voto de la Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT), tras la conclusión del proceso de licitación internacional. Es una operación de alto valor estratégico para el Grupo Telefónica, que completa el posicionamiento en el área del Mercosur, logrando el acceso al principal mercado latinoamericano de telecomunicaciones en la región que hace de puente con el mercado argentino.

CRT opera en la región de Rio Grande do Sul con más de 796.043 líneas en servicio, lo que supone una penetración de 8,3 líneas por cien habitantes, y más de 177.300 clientes celulares. Las expectativas de crecimiento son muy elevadas dada la existencia de una demanda superior al medio millón de clientes. Además, la operación de CRT puede ser la puerta de entrada a otros negocios de telecomunicaciones, como larga distancia y televisión por cable. El Estado de Rio Grande do Sul es fronterizo con Argentina, cuenta con un



nivel de renta per capita superior en un 30 por ciento a la media brasileña y una población cercana a los diez millones de habitantes.

### Desarrollo de negocios y servicios

A finales de 1996 las operadoras participadas por Telefónica Internacional tenían 10,3 millones de líneas en servicio. Telefónica de Argentina, con 3,5 millones de líneas, es la empresa líder de telecomunicaciones en Hispanoamérica con un ratio de 21 líneas por cada cien habitantes. CTC logró un crecimiento del 17 por ciento en la planta telefónica en servicio, superando los 2 millones de líneas, con una penetración de 14,7 líneas por cien habitantes. En Telefónica del Perú el número de líneas en servicio ascendía a más de 1,4 millones, un 29 por ciento superior a la existente a finales del ejercicio anterior. A su vez, el grado de digitalización alcanzó el 85 por ciento en Perú y el 83 por ciento en Argentina, mientras que el 100 por ciento de la red telefónica de la Compañía de

Telecomunicaciones de Chile (CTC) es totalmente digital desde 1993.

En el negocio de telefonía celular, las operadoras participadas por Telefónica Internacional reforzaron su posicionamiento de mercado, logrando a finales de 1996 una cifra conjunta de 985.000 clientes.

Telefónica de Argentina lanzó en marzo de 1996 el servicio celular en el interior del país a través de la filial TCP, alcanzando 39.000 abonados a finales de año lo que complementa la presencia en el mercado celular de Buenos Aires, donde Miniphone contaba con más de 188.000 clientes. Se suman así más de 227.000 abonados a este servicio.

En Chile cabe destacar la fusión, en junio de 1996, de las compañías CTC Móviles y VTR Celular, lo que dió lugar a la nueva empresa Startel, donde CTC controla el 55 por ciento del capital. Startel, única compañía con licencia para operar en la totalidad del territorio chileno, presta servicios de telefonía celular, radiobúsqueda,



trunking y transmisión móvil de datos, con más de 175.000 clientes, lo que la sitúa como la primera operadora de servicios móviles.

Telefónica del Perú Celular triplicó su cartera de clientes en los doce últimos meses hasta alcanzar la cifra de 131.000.

El negocio de televisión por cable fue también para Telefónica Internacional un área de interés destacado, logrando superar ampliamente el millón de clientes, consecuencia de la solidez de las compañías de televisión por cable de Chile y Perú, así como de la expansión de este servicio en Argentina. En el caso de Chile, en junio de 1996 se completó también la fusión de la nueva empresa Metrópolis-Intercom,



participada en un 30 por ciento por CTC. Esta empresa se ha convertido en la segunda operadora del mercado chileno de televisión por cable, con más de 215.000 clientes y más de 800.000 hogares pasados.

Telefónica de Perú, a través de su servicio Cable Mágico, superó en el ejercicio 1996 los 100.000 clientes, multiplicando por cinco la cartera de clientes del pasado año. Como reflejo de la actividad desplegada, Cable Mágico contaba con 400.000 hogares pasados a finales 1996, un 664 por ciento más que el año anterior.

En Argentina, en febrero de 1996 Telefónica Internacional adquirió el 25 por ciento de Multicanal, principal operadora argentina de televisión por cable, con 831.000 clientes al cierre del ejercicio y más 3,5 millones de hogares pasados.

### Proyecto Panamericano

Para dar respuesta al nuevo entorno competitivo en el negocio de tráfico internacional y atender las necesidades de telecomunicaciones de los clientes globales en Hispanoamérica, Telefónica Internacional prosiguió el desarrollo de

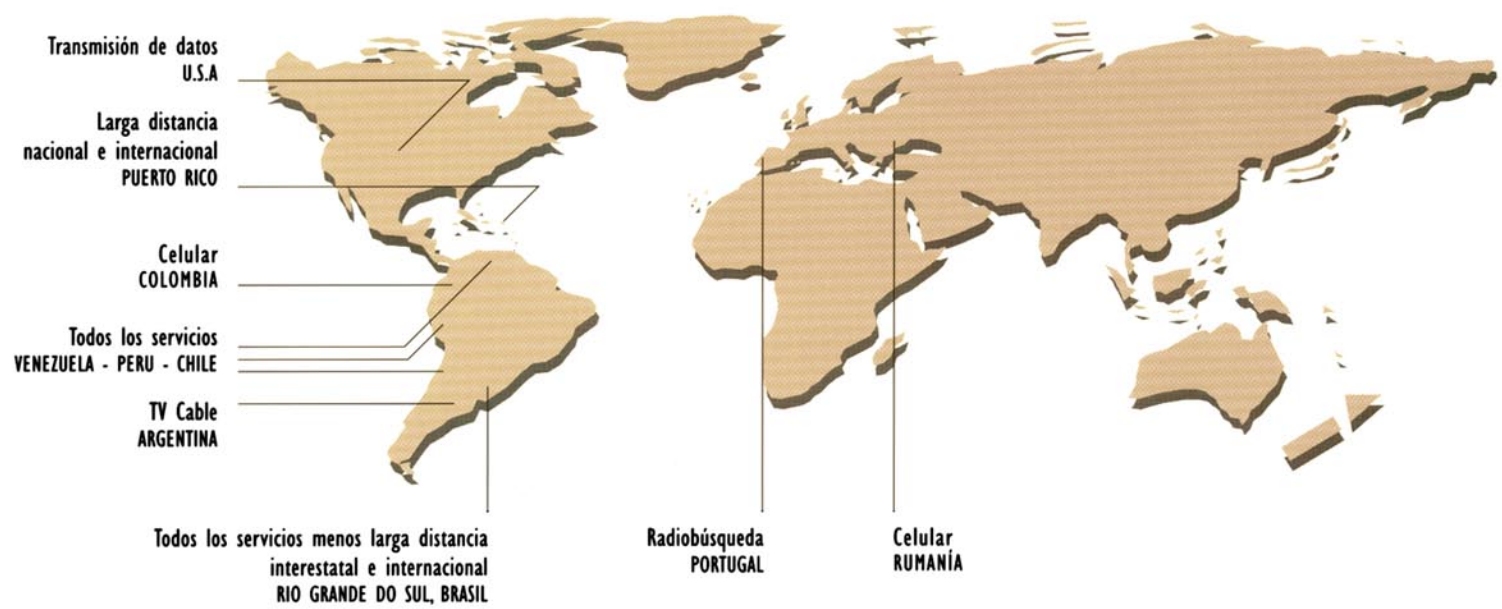
---

## PARTICIPACIÓN POR PAÍSES Y NEGOCIOS

---

<b>Argentina</b>	Todos los servicios de telecomunicaciones en la región Sur a través de TASA. TV Cable en todo el territorio a través de Multicanal.
<b>Brasil</b>	Todos los servicios de telecomunicaciones en el Estado de RioGrande do Sul, excepto larga distancia interestatal e internacional.
<b>Chile</b>	Todos los servicios de telecomunicaciones a través de CTC y Publiguías.
<b>Colombia</b>	Celular y Servicios de Valor Agregado a través de COCELCO.
<b>Perú</b>	Todos los servicios de telecomunicaciones a través de Telefónica del Perú.
<b>Portugal</b>	Radiobúsqueda a través de CONTACTEL.
<b>Puerto Rico</b>	Larga distancia nacional e internacional a través de TLD.
<b>Rumanía</b>	Celular a través de Telefónica Romania.
<b>Venezuela</b>	Todos los servicios de telecomunicaciones a través de CANTV.
<b>USA</b>	Transmisión de datos a través de Infonet.

### Posicionamiento de Telefónica Internacional



PAIS	Población (31 / 12 / 1995) (Mill. hab.)	Líneas en servicio (31 / 12 / 1996)	Abonados celulares (31 / 12 / 1996)	Abonados TV Cable (31 / 12 / 1996)	Abonados radiobúsqueda (31 / 12 / 1996)
Argentina	34,6	3.493.717	227.964	831.243	29.975
Brasil	168,4	796.043	177.300	—	—
Chile	14,2	2.056.353	175.085	216.630	37.657
Colombia	35,2	—	42.253	—	—
Perú	23,5	1.436.022	130.895	101.387	10.963
Portugal	9,9	—	—	—	53.468
Puerto Rico	3,7	—	—	—	—
Rumanía	22,8	—	17.660	—	—
Venezuela	21,6	2.494.859	213.655	—	—
<b>TOTAL</b>	—	<b>10.276.994</b>	<b>984.812</b>	<b>1.149.260</b>	<b>132.063</b>



su Red Panamericana, habiéndose iniciado las pruebas precomerciales.

El objetivo del Proyecto Panamericano consiste en consolidar al Grupo Telefónica como operador regional de telecomunicaciones con liderazgo en los mercados de los países hispanoamericanos y fortalecer su posición multinacional. Con la entrada en servicio de la futura Red Panamericana, el Grupo Telefónica estará en disposición de proveer servicios de transporte de tráfico internacional a compañías multinacionales y operadoras de telecomunicaciones (operador de operadoras), así como ofrecer servicios globales a clientes corporativos.

### **Aumento de la rentabilidad de los negocios**

Como puede observarse, la gestión de Telefónica Internacional se orienta hacia el máximo aprovechamiento del potencial de creación de valor para los accionistas a través del aumento de la rentabilidad de los negocios, asegurando

así la satisfacción de los clientes y el liderazgo en los mercados.

Durante 1996, los indicadores de productividad de las compañías operadoras participadas continuaron su mejora de forma significativa, como muestran las 277 líneas en servicio por empleado registradas por CTC de Chile, las 228 líneas por empleado de Telefónica del Perú o las 256 líneas por empleado de Telefónica de Argentina. Estas magnitudes representan crecimientos interanuales del 18 por ciento en CTC, del 28 por ciento en Telefónica de Argentina y del 74 por ciento en Telefónica del Perú.

Además, durante el ejercicio se intensificaron en las compañías operadoras los programas de reducción de costes y de mejora de los procesos de inversión. Asimismo se prestó una especial atención a la negociación conjunta de compras y a la implantación coordinada de sistemas comunes de gestión. En el ámbito de los sistemas de información se inició la implantación conjunta en las participadas de Argentina, Chile y Perú de la Estructura

## En japonés, en inglés o en alemán

### Telefónica significa lo mismo:

#### Rentabilidad

de Operación y Conservación de Planta.

Dentro de los servicios hay que destacar la oferta coordinada de Infovia en Chile y Perú en 1996 y su próximo lanzamiento en Argentina, como solución informática internacional que permite el acceso a todos los clientes del Grupo Telefónica, y la puesta en marcha del proyecto de "roaming automático" entre todas las operadoras celulares del Grupo, que incluye su próxima interconexión con el mercado norteamericano.

#### Confianza de los inversores

En el marco de la confianza depositada por los inversores, Telefónica del Perú realizó con éxito en el mes de julio la salida a la Bolsa de Nueva York del paquete que mantenía el Estado peruano. Esta colocación fue respaldada tanto por la comunidad inversora internacional como por la fuerte demanda de títulos en el tramo local realizada por el público peruano. Otra operación relevante fue la primera emisión de "Yankee Bonds" de CTC,

realizada en julio de 1996 y que permitió acceder directamente a inversores en el mercado norteamericano de deuda a largo plazo con el menor coste logrado hasta ahora por una compañía chilena.

#### Otras inversiones

Hay que destacar la buena acogida de la salida a las Bolsas de Caracas y Nueva York de la Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela (CANTV) en el mes de noviembre. Esta compañía contaba a finales de año con 2,5 millones de líneas en servicio y más de 210.000 clientes celulares, y tuvo una favorable evolución en sus resultados.

En Telefónica Larga Distancia de Puerto Rico (TLD) se alcanzó una cuota del 43 por ciento en las líneas del país, así como un crecimiento superior al 15 por ciento en el tráfico internacional de salida, como consecuencia de la ampliación de sus servicios a otras compañías portadoras.

Telefónica Rumania registró un significativo crecimiento del 107 por

ciento en su base de clientes de telefonía móvil analógica, alcanzando los 17.660 clientes a finales de año. Con relación al sistema GSM, Telefónica se encuentra en negociaciones con el gobierno rumano.

Finalmente, la operadora celular de Colombia (Cocelco) contaba con aproximadamente 42.000 clientes a finales del pasado año y mantenía su liderazgo con una cuota de mercado del 55 por ciento en la zona de concesión.

El consorcio en el que participan AT&T y Unisource resultó ganador de la licitación que convocó la compañía alemana de ferrocarriles Deutsch Bahn para la selección de un socio estratégico en la adquisición de un 49,8 por ciento de DBKom, filial de Deutsche Bahn en el sector de las telecomunicaciones, segundo operador y el principal competidor del primer operador Deutsche Telekom.