

DIMENSIÓN INTERNACIONAL

En el nuevo contexto del sector, el concepto de mercado doméstico entendido como mercado nacional pierde su sentido. La dimensión internacional y el carácter de operador global son dos condiciones que se revelan como necesarias e imprescindibles para sustentar la vocación de liderazgo. Para **Telefónica**, hoy su mercado doméstico está constituido tanto por el español como por el de los países iberoamericanos en los que se encuentra presente operando y gestionando una completa gama de servicios de comunicaciones.

Durante 1997 Iberoamérica continuó siendo el ámbito fundamental de la actividad inversora y de gestión de **Telefónica Internacional**, que, un año más, logró aumentar la rentabilidad de sus inversiones, asegurar la satisfacción de sus clientes y ampliar su actividad a otras áreas de las telecomunicaciones como son los contenidos audiovisuales y los medios de comunicación. Estas circunstancias han permitido progresar en la creación de valor para los accionistas y afianzar la posición de liderazgo de las sociedades gestionadas por **Telefónica** en sus respectivos países y del **Grupo Telefónica** como líder en el mundo de habla hispana.

Además, las sociedades gestionadas por **Telefónica** han actuado como importantes agentes de desarrollo para las economías de sus respectivos países, potenciando el crecimiento de otros sectores, impulso que se deriva, entre otros factores, de los servicios aportados por sus modernas infraestructuras, de los altos niveles de inversión y de las elevadas contribuciones a las arcas públicas nacionales.

Durante el pasado ejercicio, **Telefónica** mantuvo una intensa actividad de búsqueda y evaluación de nuevas oportunidades de inversión. El mercado brasileño es la prioridad número uno en la región. En 1997 se materializó la entrada en este mercado, mediante la participación en la gestión de la **Compañía Riograndense de Telecomunicaciones (CRT)**, adjudicada en licitación internacional el pasado diciembre de 1996 al Consorcio liderado por **Telefónica Internacional** y en el que participaban las sociedades del Grupo **CTC** y **Telefónica Argentina**, junto con el

Telefónica sigue manteniendo su liderazgo en los mercados de habla hispana



El desarrollo del mercado brasileño, prioritario en Iberoamérica

socio local **RBS**, tercer grupo multimedia brasileño por facturación y líder en la zona sur del país.

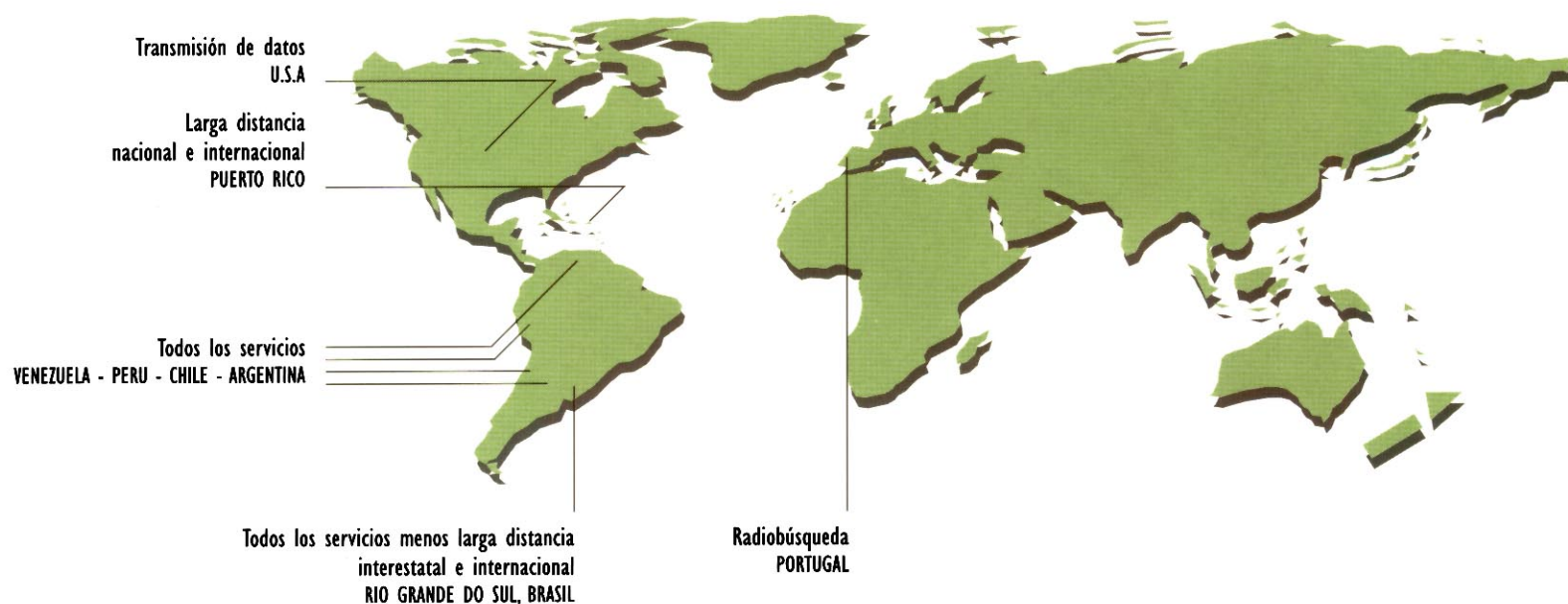
La gestión realizada en **CRT** durante 1997 ha permitido una mejora significativa de todos sus indicadores financieros y operativos, aportando una experiencia de gran interés ante la próxima liberalización del mercado brasileño de telecomunicaciones.

DATOS DE LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO TELEFÓNICA INTERNACIONAL DE ESPAÑA S.A.

Compañía	País	Población (Mill.)	Servicios Prestados	Competencia
CTC	Chile	14,6	Telefonía básica, Larga Distancia, Teléfonos Públicos, Telefonía Móvil, Alquiler y venta de equipos y terminales, Televisión por cable, Radiobúsqueda y Transmisión de datos.	Todos los servicios de Telefonía en Chile están liberalizados.
TASA	Argentina	17,8 (1)	Telefonía básica, Larga Distancia, Telefonía Móvil, Radiobúsqueda, Páginas amarillas y otros servicios de valor añadido.	Los servicios de Telefonía básica y de Larga Distancia nacional e internacional están en régimen de monopolio, a través de una de las dos licencias existentes para su explotación. El resto de servicios están liberalizados.
Telefónica del Perú	Perú	24,6	Telefonía básica, Larga Distancia, Telefonía Móvil, Radiobúsqueda y Televisión por cable.	Telefónica del Perú ofrece servicios de Telefonía local y de Larga Distancia nacional e internacional, de modo exclusivo. El resto de servicios en Perú están liberalizados.
CRT	Brasil	9,52 (1)	Telefonía básica, Telefonía Móvil, Alquiler de líneas de transmisión de datos, Páginas amarillas, Servicio 900, Servicio de valor añadido e Inserción de anuncios en prensa.	Los servicios prestados en el estado de Río Grande do Sul no están abiertos a la competencia.
CANTV	Venezuela	22,8	Telefonía básica, Larga Distancia, Teléfonos Públicos, Telefonía Móvil, Centros de telecomunicaciones públicos, Redes privadas, Servicios de Telefonía rural, Transmisión de datos y servicios de información de guías.	Los servicios prestados de Telefonía básica y de Larga Distancia nacional e internacional y conmutada están en régimen de monopolio hasta el 2000. El resto de los servicios están liberalizados, exceptuando la Telefonía Móvil donde existe un duopolio.
TLD	Puerto Rico	3,8	Servicios de larga distancia.	Sector liberalizado.
Cablevisión	Argentina	35,6	Televisión por cable.	Sector liberalizado.
T y C	Argentina	35,6	Contenidos audiovisuales y medios de comunicación.	Sector liberalizado.
Cocelco	Colombia	35,8	Telefonía Móvil.	En fase de liberalización.
Infonet	EE.UU.	N/A	Transmisión de Datos.	Sector liberalizado.
Contactel	Portugal	10	Radiobúsqueda.	Sector liberalizado.
TUPR	Puerto Rico	22,8	Servicios de larga distancia intraisla e internacional por satélite y radio.	Sector liberalizado.
TYSSA	Argentina	35,6	Consultoría de telecomunicaciones.	Sector liberalizado.

(1) Población exclusiva en el área de cobertura.

Posicionamiento de Telefónica Internacional



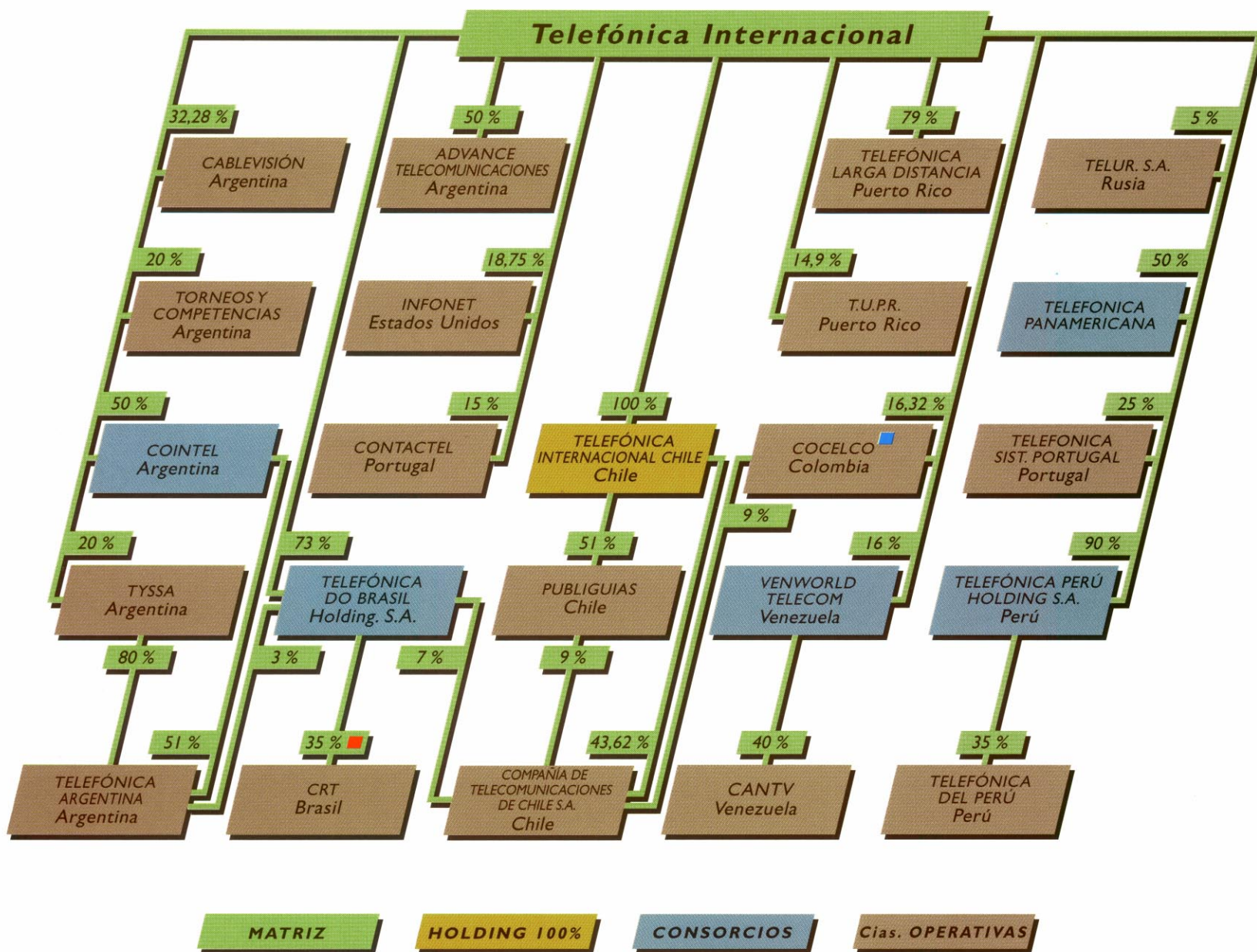
INDICADORES OPERATIVOS

País	Sociedad	Líneas en servicio (1)			Clientes celulares			Clientes TV Cable		
		31-dic-97	31-dic-96	% crec.	31-dic-97	31-dic-96	% crec.	31-dic-97	31-dic-96	% crec.
Argentina	Tasa (2) Cablevisión (3)	3.821.703	3.450.040	10,8 %	620.237	190.477	225,6 %	1.043.111	n.a.	
Chile	CTC	2.393.707	2.056.353	16,4 %	220.070	175.085	25,7 %	256.524	216.630	18,4 %
Perú	T. del Perú	1.645.920	1.436.022	14,6 %	319.749	130.895	144,3 %	252.225	101.387	148,8 %
Brasil	CRT	1.031.806	781.799	32,0 %	359.652	170.427	111,0 %			
Venezuela	CANTV	2.738.450	2.494.859	9,8 %	346.000	213.655	61,9 %			
		11.631.586	10.219.073	13,8 %	1.865.708	880.539	111,9 %	1.551.860	318.017	388,0 %

(1) Incluye TUPs.

(2) Los datos de TASA corresponden a los ejercicios terminados el 30 de septiembre de cada año.

(3) Incluye el 50% de los abonados de VCC, UIH Bahía Blanca y UIH Santa Fe. No incluye los clientes de Mandeville (430.113)



Estructura de TISA a 31-XII-1997

■ Telefónica de España posee un 14,51% directamente en COCELCO

■ Telefónica do Brasil Holding, S.A. tiene el 35% de CRT del capital con derecho a voto; sobre el total del capital el porcentaje del consorcio es el 13,45%

Durante el ejercicio, **Telefónica** incrementó su participación en **Cointel**, sociedad que tiene el control de **Telefónica de Argentina**, pasando del 33,16 al 50 % de su capital, lo que refuerza aún más el compromiso asumido con la gestión de la **Compañía**. El 50 % restante es propiedad de Citicorp Equity Investment (CEI), filial argentina del Grupo Citicorp.

Dentro de la vocación del **Grupo Telefónica** de gestionar empresas líderes en su sector desde posiciones de control y que abarquen un amplio espectro de ramas de negocio, se procedió a la enajenación de diversas inversiones que no cumplieran esos requisitos. Así se procedió a la venta de la participación que se mantenía en **Telefónica Rumania**, se firmaron acuerdos firmes de compraventa para la enajenación de la inversión en **Multicanal** (Argentina) y se negoció la salida del capital de **Cocelco** (Colombia), sociedad en la que no se mantenía el control.

Los Negocios Internacionales

En Iberoamérica, las sociedades gestionadas por **Telefónica Internacional** mantuvieron durante el ejercicio fuertes crecimientos de las líneas en servicio en sus respectivos países, alcanzando conjuntamente un crecimiento cercano al 14 % respecto al ejercicio anterior. A final de año, **Telefónica Internacional** gestionaba más de 11,6 millones de líneas de telefonía básica, lo que supone una ganancia neta en el ejercicio de 1,4 millones de líneas.

Telefónica de Argentina superó los 3,8 millones de líneas con una penetración de 23 líneas por cada 100 habitantes, lo que la mantiene como la empresa líder de telecomunicaciones en Iberoamérica. El grado de digitalización de sus redes alcanzó el 89,5 %, y se espera que esté totalmente digitalizada durante el primer semestre de 1998.

CTC, con un crecimiento medio anual de su planta en servicio del 19 % desde la adquisición de la sociedad, obtuvo una ganancia neta de 350.000 líneas durante el ejercicio hasta alcanzar 2,4 millones de líneas, convirtiéndose en el único operador que presta servicios en la totalidad del país.

Telefónica del Perú superó los 1,6 millones de líneas, con un grado de digitalización del 88 %.



Telefónica gestiona 11,6 millones de líneas en Iberoamérica

Las sociedades gestionadas por Telefónica en Iberoamérica experimentaron fuertes crecimientos en todos los servicios



CRT aumentó su planta en servicio en más de un 30 %, alcanzando un grado de digitalización del 60 %.

En móviles, **Telefónica de Argentina** ha logrado multiplicar por tres su base de clientes hasta una cifra superior a los 600.000 con sus dos filiales: **Miniphone** en Buenos Aires y **TCP** en el interior. En Chile, **CTC** adquirió el 45 % de la sociedad **Startel**, creada en junio de 1996 mediante la fusión de los negocios de móviles de **CTC** y **VTR**, de la que ya poseía el 55 % restante. Esta adquisición permitirá, sin duda, una todavía mejor convergencia de los servicios fijo y móvil, de los que **Startel** tiene 220.000 clientes. **Telefónica del Perú** incrementó en un 144 % sus clientes respecto al año anterior, lo que le permitió mantener el liderazgo en el mercado, con una cuota aproximada del 73 % y 320.000 clientes.

En telecomunicaciones de uso público, **Telefónica de Argentina** consolidó su liderazgo en el mercado argentino alcanzando 55.686 líneas, lo que supone un 16,5 % de crecimiento frente al ejercicio anterior. Asimismo, **Telefónica del Perú** cuenta con 38.290 líneas (19 % de crecimiento anual), **CTC** con 12.387 (10 % de crecimiento anual) y **CRT** 29.112 líneas (80 % de crecimiento anual).

Por lo que se refiere a guías y directorios, en Chile, **Publiguías**, sociedad participada en un 51 % por **Telefónica Internacional** y en un 9 % por **CTC**, tiene una penetración en el mercado de las guías telefónicas del 53,6 %, publicando cerca de 3 millones de ejemplares. En Argentina, la filial de **Telefónica**, **Telinver**, edita las **Páginas Doradas** con una penetración del 26 % del mercado total. Ambas sociedades han profundizado en la mejora de las publicaciones tanto en soporte papel como en el entorno multimedia.

Por otra parte, en Argentina, **Advance Telecomunicaciones** se ha convertido en la empresa con la mayor red de acceso a Internet en ese país. **Advance** es una "joint venture" entre **Telefónica Internacional** y **CEI**, para ofrecer servicios "on-line" y de transmisión de datos, que ha adquirido el 100 % del capital de **Compuserve Argentina**.

En Perú, **Cable Mágico**, unidad de negocio de **Telefónica del Perú** para el negocio de la TV por cable, ha tenido un importante crecimiento durante el año y, en Chile, **Metropolis-Intercom**, sociedad participada por **CTC**, se ha consolidado como el segundo operador de cable del país

Telefónica, junto con Citicorp Equity, ha adquirido recientemente en Argentina participaciones en tres compañías de cable (**Cablevisión**, **VCC** y **Mandeville**), y una

posición minoritaria en **Torneos y Competencias**. Esta sociedad es propietaria de los derechos televisivos del fútbol Argentino así como de una serie de negocios relacionados con acontecimientos deportivos. Asimismo a través de esta sociedad se ha culminado, o se está en proceso, la entrada en distintos medios televisivos y editoriales, materializando la estrategia del grupo de tener presencia en todos los ámbitos del negocio multimedia.

Introducción en nuevos mercados

Entre los objetivos internacionales del **Grupo** se encuentra, por razones de proximidad geográfica y potencial de desarrollo, Marruecos, cuya operadora va a ser privatizada próximamente. Al efecto, se ha constituido la sociedad **Telefónica Maroc**, que participará en la licitación de la segunda licencia de telefonía móvil celular GSM, así como en la privatización del operador de telecomunicaciones Itissalat Al-Maghrib. Para esta operación, como ya es habitual, **Telefónica** contará con importantes socios locales, así como con sus aliados internacionales.

Por otra parte, **Telefónica** está atenta al desarrollo que puedan experimentar los mercados de telecomunicaciones en otras áreas y no descarta abrir nuevas vías de negocio, siempre en línea con su objetivo prioritario de aumentar el valor de la **Empresa** para sus accionistas.

Telefónica se plantea la introducción en nuevos mercados para alcanzar el objetivo de convertirse en uno de los cinco primeros operadores del mundo