



ARXIU / CARLOS SERRANO

## Telefónica... i Olé!

Un dels esdeveniments econòmics de l'any és que per primer cop a l'estat espanyol una empresa d'Internet ha sortit a borsa. Terra Networks, l'antiga Olé, entra amb força al parquet de la mà de Telefónica i per explotar els mercats llatinoamericans.

Arreu d'Amèrica Llatina es poden veure edificis de Telefónica com aquest. Aquesta empresa ha comprat el portal Olé per 2.000 milions i un 1,8% de les accions de Terra, la companyia que pren el testimoni d'Olé.

Les idees milionàries sorgides d'un garatge són un fenomen fins ara només circumscrit als Estats Units. Josep Vallès Rovira, més conegut com a Pep Vallès, s'entesta una vegada i una altra a rebatre aquest pressupòsit i assegura que ell va crear a finals del 1994 el cercador Olé (Ordenamiento de Links Especializados, SL) en un soterrani del barri de Sants barceloní, seguint els passos dels fundadors de Yahoo! i Apple. El que no es pot dubtar, en tot cas, és que Vallès s'ha convertit en el primer cibermilionari del nostre

país i de l'estat espanyol. A més dels 2.000 milions de pessetes que es va embutxacar al març amb la venda del portal a Telefónica, disposarà de l'1,8% de les accions de Terra, la companyia que ha recollit aquest octubre el testimoni d'Olé.

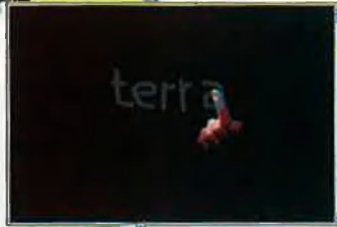
**Diners catalans per al portal hispà.** L'origen del cercador Olé cal situar-lo a les oficines de la Fundació Catalana per a la Recerca (FCR). Aquest organisme dependent de la Generalitat de Catalunya havia posat en marxa el 1994 un proveïdor d'Internet per a em-

preses, Cinet, on treballava d'executiu (o comercial, segons les fonts) Pep Vallès. La seva idea de crear un cercador líder d'audiència de la web hispà va rebre l'empeneta financera de la FCR fins que la Generalitat va considerar insuportable la col·laboració, davant les acusacions de promoure amb diners públics un portal d'àmbit i regust clarament espanyols. En una maniobra de la qual se sap ben poc, Olé va passar a mans de Vallès, que va centrar tots els esforços a liderar l'ensopit mercat de les webs en castellà amb dos objectius en ment: el mercat hispà i la cotització a borsa. El març del 1999, quan el portal acumulava cada mes tants visitants com pèrdues, va entrar en escena Telefónica. La "fusió" (o "absorció" per cobrar deutes, segons algunes veus) d'Olé amb la multinacional va generar sorpresa i malestar a la companyia de Juan Villalonga, on des de feia dos anys una cinquantena de professionals, amb Antonio Sáez al capdavant, preparaven un projecte valorat en 1.600 milions, de nom en clau Terra. Una setmana abans de la presentació va saltar la notícia de la compra d'Olé a l'empresa luxemburguesa Infosearch Holdings, amb majoria de socis catalans: Pep Vallès, Josep Gaspa, Jordi Duran, Thierry Kern i el conseller de Telefónica Martín Velasco. Les desavinences personals i estratègiques dels dos equips van precipitar al juny fugides de Telefónica cap a Jazztel (Antonio Sáez i una vintena de col·laboradors més) i Retevisión. El contractat mediàtic de Villalonga va arribar en forma de fitxatge de l'ex-comissari europeu de Telecomunicacions Martin Bange-mann (30 de juny) i va aixecar una polèmica que encara és viva. La imminència de la sortida a borsa ha tomat a capgirar l'estratègia de Telefónica amb la recuperació aquest octubre de Terra Networks, encapçalada per un home de màxima confiança de Villalonga, Juan Perea, i la retirada discreta de Pep Vallès a tasques estratègiques de la nova marca, de la qual disposarà, això sí, d'un suculent percentatge. La sortida en paral·lel a les borses espanyoles i al Nasdaq (parquet

tecnològic nord-americà) de la successora d'Olé s'ha venut amb diversos arguments. D'entrada, l'enorme potencial que té el mercat dels portals d'Internet, cosa que ha fet dir a Juan Perea, conseller delegat de la filial de Telefónica, que en set anys multiplicaran per divuit el milió de clients actuals. Però el fet és que la mateixa valoració de Terra Networks, 565.000 milions de pessetes, és considerada per molts experts una bombolla inflada en l'especulació. Els mateixos promotors de la col·locació admeten que fins al 2003 el cercador insígnia de Telefónica navegarà, com en el passat, per la zona dels números vermells. L'altre pilar en què es recolza l'estratègia de l'operadora, els serveis de connexió a Internet de Teleline, tampoc ofereix gaires bones perspectives, i encara menys tenint en compte que a l'estat espanyol és un sector majoritàriament gratuït i amb molta competència. Davant d'aquest paisatge, la gran esperança esgrimida pels directius de Terra és a l'altra banda de l'Atlàntic, que actualment representa el 88% del negoci i és la destinació del gros de les inversions de la filial (100.000 milions només des de la primavera). L'aterratge a la Hispanoamèrica dels 500 milions (segons la publicitat de Terra), amb un sector de telecomunicacions semiverge, és ara com ara el gran motor del negoci Internet de Telefónica. I tot això, a desgrat d'unes flagrants evidències: la fragmentació dels reduïts mercats de l'Amèrica Llatina, la presència d'importants competidors (els nord-americans StarMedia, Yahoo! en Espanol i America Online) i l'exposició cíclica a crisis econòmiques, origen dels mals resultats que arrossegueu la majoria de les empreses participades per la multinacional.

**Un pastís difícil de pair.** La presència de Telefónica al con sud no és nova. La companyia ja fa anys que hi té un peu posat i, en

alguns casos, com a l'Argentina i el Perú, fins i tot mig cos. Les inversions en aquesta regió es compten en milers de milions i fins al 1998 es destinaven a adquirir paquets de participacions en empreses privatitzades pels respectius governs. Actualment disposa d'una filial, Telefónica Internacional (TISA), encarregada específicament de coordinar les inversions del grup al continent. El primer director de TISA, curiosament, és l'actual conseller delegat de Terra, Juan Perea, que va esta-



blir les bases per adquirir les joies de la corona a la regió: Telesp (Brasil), Telefónica de Argentina (TASA) i Telefónica CTC Chile (ex-CTC). La presència espanyola també es deixa notar amb força al Perú, Guatemala i Mèxic, mentre espera fer el salt als EUA de la mà del proveïdor hispà IDT.

Al Brasil, Telefónica va invertir 800.000 milions per privatitzar l'ex-operadora estatal Telebras. Aquestes operacions al Brasil han estat seguides de prop pel consell regulador de les telecomunicacions, però no ha passat el mateix en altres països sud-americans, on Telefónica gaudeix sovint del vistiplau governamental per erigir monopolis. Aquest és el cas de l'Argentina, on TISA es reparteix a mitges el mercat amb Telecom.

Amb tot, els problemes amb el seu soci estratègic local, la companyia CEI, han estat freqüents. Van començar amb el cas de Raúl Moneña, home fort del CEI fins que dos bancs propietat seva van fer fallida. El financer argentí havia arribat a ser membre del consell d'administració de Telefónica Internacional, del qual va dimitir el juliol d'enguany, quan ja es trobava en crida i cerca. En detriment dels interessos de Telefónica, des de la fugida els nous pesos pesants del CEI han aplicat una política de distanciament respecte a Madrid que s'ha concretat en el repartiment, en alguns casos traumàtic, dels béns compartits. Tampoc són una bassa d'oli els negocis de Telefónica a Xile. Malgrat tenir la majoria d'accions a l'antiga CTC,

Javier Aguirre, el "virrei xilè" de Villalonga (és costum de l'empresa situar al capdavant de les filials americanes un espanyol de director, secundat per un conseller delegat local), s'ha hagut d'empassar recentment l'orgull davant la convocatòria per part dels socis locals minoritaris d'una junta general extraordinària. En l'ordre del dia, el qüestionament de la venda de la filial d'Internet a Terra i els primers números vermells als comptes de l'operadora des de la privatització (1987). La multinacional espanyola s'escuda en la rebaixa de tarifes decretada pel govern a la primavera (recorreguda als tribunals per CTC) i la recessió econòmica del país, mentre espera amb candeletes la recuperació del consum a Xile prevista per al primer trimestre del 2000. Caldrà veure en els pròxims anys si el desembarcament a Llatinoamèrica com a font de negoci prioritari de Telefónica obté els beneficis esperats. De moment s'ha revelat com un pou sense fons d'inversions, amb unes perspectives de futur en boca de tothom, però ara com ara difícils de palpar.

**Martí Crespo**

**Diverses imatges del portal d'Internet Terra, de Telefónica.** L'aterratge a la Hispanoamèrica dels 500 milions (segons la publicitat de Terra), és ara com ara el gran motor del negoci Internet de Telefónica.