



Cesar Allerta,  
president de Telefónica.

# Telefónica busca ara el seu Eldorado a Europa

El mercat europeu ha estat la nineta dels ulls de Telefónica, i després de la temptativa fallida d'assaltar aquest mercat amb els mòbils de tercera generació i de l'intent de l'anterior president de comprar l'holandesa KPN, arriba la gran oportunitat. La companyia ha fet una oferta a la britànica O2 per més de 26 milions d'euros. La compra es podria tancar el gener del 2006.

**D**esprés de dos fracassos estrepitosos, a Telefónica arriba una oportunitat d'or per desenvolupar l'estratègia que sempre ha somniat, però que semblava estar-li vedada: fer una gran operació que li permeti posicionar-se a Europa. La companyia que presideix César Allerta ha posat sobre la taula una oferta en ferm per comprar, per més de 26 milions d'euros en efectiu, O2, un operador britànic que compta amb un mercat de més de 24 milions de clients a la Gran Bretanya, Irlanda i Alemanya. I aquesta vegada, el perill que l'entrada per la porta gran a Europa quedi avortada sembla mínim. De fet, l'oferta de Telefónica compta amb el suport unànime dels consellers d'O2, i només resta a l'espera del vistiplau dels accionistes de la companyia britànica. Quan es faci efectiva l'adquisició, O2 seguirà sota la direcció del seu equip actual, i contra allò que és habitual a Telefónica, conservarà la seva marca actual i continuarà domiciliada a la Gran Bretanya. Sembla que aquestes són les condicions que ha hagut d'acceptar Telefónica per tenir la conformitat d'O2. I és que la competència per fer-se amb el control d'una de les poques companyies europees independents i exclusivament dedicades a la telefonia mòbil ha estat dura. Les seves perspectives de creixement són clares, com ho demostra la seva alça perma-

nent a la Borsa de Londres. A més de Telefónica, l'holandesa KPN i l'alemanya Deutsche Telekom també havien cobejat O2, i fins i tot s'havien plantejat una contraoferta conjunta per batre l'espanyola. Finalment, i per problemes econòmics de l'alemanya, s'ha descartat, i sembla que el camí queda absolutament lliure per a Telefónica.

**A la tercera va la vençuda.** Segons el president de Telefónica, "aquesta operació permetrà obtenir economies d'escala, obrirà al grup els dos majors mercats europeus amb una rellevant massa crítica i equilibrarà la seva diversificació a través de negocis i regions". En concret, la companyia preveu que es produiran unes sinergies de 3.300 milions d'euros i uns estalvis de costos de 300 milions d'euros. La integració d'O2 permetria també duplicar les compres de terminals i equips a Europa i multiplicar les possibilitats de captar nous clients europeus.

Però Telefónica ja havia obert fa uns mesos una primera escletxa de llum a Europa, amb la compra del 69,4% de la companyia txeca Cesky Telecom per 3.700 milions d'euros. Amb aquesta adquisició, la companyia es posiciona en l'incipient mercat d'Europa de l'Est.

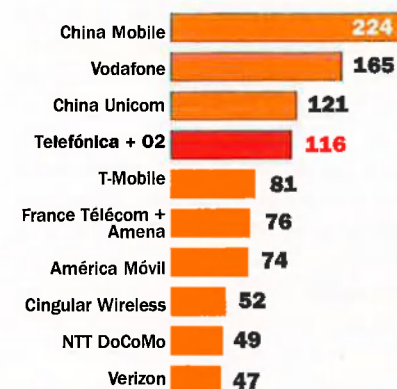
En qualsevol cas, aquest camí més planer pot fer oblidar els disgustos que ha tingut la companyia cada vegada que

ha intentat enfrontar-se amb el seu taló d'Aquil·les. Fa tres anys, Telefónica es va veure obligada a liquidar la seva aposta pels mòbils de tercera generació (UMTS) en alguns països europeus davant l'estrepitós fracàs d'una operació que significava començar de zero en mercats molt madurs. La reculada va comportar la pèrdua de 5.049 milions d'euros per sanejar les seves activitats. Amb tot, Telefónica ha desenvolupat aquesta tecnologia a l'estat espanyol.

Però potser l'experiència europea que més daltibaixos ha causat a l'empresa, i no precisament en termes econòmics, va ser l'intent de l'anterior president de

## Principals operadors de telefonia

Millions de clients el juny de 2005.



Font: EL TEMPS

la companyia, Juan Villalonga, de comprar l'holandesa KPN per entrar al mercat europeu. Era l'any 2000, i la bombolla tecnològica ja havia causat els seus efectes nefastos en la companyia, de manera que el crèdit de Villalonga s'estava esgotant. En proposar la compra, el consell d'administració i el mateix Govern de José María Aznar el van obligar a recular, i amb el crèdit esgotat, va ser destituït i substituït pel president actual.

### Llatinoamèrica, un segon plat?

Des d'aleshores, Telefónica es va dedicar a consolidar el seu espai a Llatinoamèrica. La seva presència en aquest territori es remunta a la dècada dels noranta, quan la companyia va iniciar la seva política d'internacionalització, a través de la participació amb socis locals en les privatitzacions de les operadores públiques (Xile, l'Argentina, Puerto Rico, Colòmbia, el Perú i el Brasil). En aquest mercat, la companyia tenia l'oportunitat d'anar més enllà del mercat espanyol, aprofitant el potencial de creixement que ofería i les sinergies culturals i de tràfic internacional de trucades. Les coses li han anat bé, un terç dels beneficis del grup procedeixen d'aquesta àrea.

Si com tot sembla indicar, Telefónica tanca l'operació de compra d'O2 el gener del 2006, el grup se situarà com a quart operador mòbil del món per ingressos i clients, per darrere, però, del seu rival directe al mercat espanyol i a Europa, Vodafone. De fet, Vodafone està molt consolidada al vell continent, i aquests dies ha iniciat la seva aposta de futur pel mercat indi, i s'ha fet amb el 10% de l'operador mòbil Bharti TeleVentures, confiant en els càlculs que apunten que cap al 2020 l'Índia tindrà més població que la Xina.

Si bé l'adquisició d'O2 serà el gran èxit de Telefónica, la companyia no renuncia a estendre més els seus tentacles, i continua estudiant compres selectives d'operadors de qualsevol país, excepte dels Estats Units. De fet, Telefónica ha temptat el gran mercat asiàtic amb la compra del 5% d'una companyia menor. Però la mirada de l'operador espanyol està fixada en Europa, i els seus competidors, ja consolidats en el sector de les telecomunicacions.

Gemma Aguilera

## Torre de guaita



Ramon Tremosa

### Variació 'versus' estabilitat

La Reserva Federal nord-americana ha tornat a apujar els tipus d'interès, un quart de punt més, fins a situar-lo al 4%. Aquestes petites variacions han estat una constant de la política monetària de Greenspan, al qual li encanta apujar o abaixar els tipus molt sovint: només cal observar els darrers cinc anys per veure la gran quantitat de petites variacions en el preu del diner decretades, que l'han fet apujar i abaixar entre l'1 i el 6%. En contrast amb aquest gust pels canvis sovintejats, el Banc Central Europeu fa més de dos anys que no altera el tipus d'interès de referència de la zona euro, que des del juliol del 2003 ha estat clavat en el 2%.

La raó per la qual hi ha aquesta diferència en la gestió de la política monetària la trobem en els respectius estatuts dels bancs centrals. En el cas nord-americà, la Reserva Federal té per objectius principals tant el control de la inflació, i aquí el tipus d'interès n'és l'instrument principal, com la contribució al creixement econòmic. Així, les variacions del tipus d'interès pretenen impedir que els preus es disparin i que les empreses inverteixin, ja que està prou demostrada la relació inversa entre el tipus d'interès i la inversió empresarial: tot descens dels tipus d'interès abarateix el cost del crèdit i anima els empresaris a endeutar-se per invertir i fer créixer la producció. Aquesta feina de "pilot del creixement econòmic" li ha agradat sempre molt, a Alan Greenspan, que ha rebut crítiques d'estar massa sovint més pendent del segon objectiu que no pas del primer, per bé que en èpoques d'inflació baixa els governadors dels bancs centrals tenen poca feina i se senten temptats d'entrar en un terreny més propi i exclusiu dels governs.

A Europa, en canvi, el Banc Central Europeu només té com a objectiu el control de la inflació. De fet, el BCE reproduceix la política monetària alemanya, de la qual n'ha calcat els objectius i tots els instruments i mecanismes. Alemanya és un país que al 1923 va patir una gravíssima hiperinflació: per pagar les indemnitzacions del tractat de Versalles, es van imprimir bitllets sense límit ni control, fins al punt que els increments de preus van arribar al 4.000% anual. Els alemanys, que van haver de canviar la moneda l'any 1923 per superar aquesta crisi, han estat sempre poc partidaris dels experiments en política monetària i han limitat sempre la feina del banc central al control de la inflació.

Aquestes qüestions no són pas menors: Hans Tietmeyer, el darrer governador del Bundesbank o banc central alemany, sovint explicava que tenia cinc anys l'any 1923, quan va assistir en primera persona a la ruïna econòmica de la seva família i del seu país per la hiperinflació esmentada. Alemanya va proposar i va imposar com a condició per abandonar el marc alemany en favor de l'euro que la política monetària europea fos exactament l'alemanya, amb seu a Frankfurt inclosa. I per això abans Wim Duisenberg i ara Jean-Claude Trichet són extremadament prudents, potser massa i tot, en la variació dels tipus d'interès.

rtremosa@ub.edu



Jean-Claude Trichet, president del Banc Central Europeu.