

A close-up photograph of a person wearing a bright yellow long-sleeved shirt and brown trousers. They are sitting at a desk, and their hands are positioned near a black telephone. One hand is holding a blue cup, while the other is near the telephone's base. The person is wearing a green wristband on their left wrist. The background is a plain, light-colored wall. The text "telefonía fija" is overlaid in the lower right quadrant of the image.

telefonía fija

Grupo Telefónica de España. Resultados Consolidados.

(datos en millones de euros)

	2002	enero-diciembre 2001	% Var.
Ingresos por operaciones	10.272,1	10.220,4	0,5
Telefónica de España	9.829,0	9.831,5	(0,0)
Otras y eliminaciones	443,1	388,9	13,9
Trabajos para inmovilizado ¹	179,2	195,1	(8,2)
Gastos por operaciones	(5.868,6)	(5.703,4)	2,9
Otros ingresos (gastos) netos	(65,5)	(203,9)	(67,9)
EBITDA	4.517,2	4.508,2	0,2
Amortizaciones	(2.701,8)	(2.804,5)	(3,7)
Resultado de explotación	1.815,4	1.703,7	6,6
Resultados empresas asociadas	(2,4)	(1,8)	31,3
Resultados financieros	(398,5)	(403,1)	(1,2)
Amortización fondo comercio	(8,2)	(0,7)	n.s.
Resultados extraordinarios	(373,7)	286,1	c.s.
Resultados antes de impuestos	1.032,7	1.584,2	(34,8)
Provisión impuesto	(224,7)	(506,6)	(55,6)
Resultados antes minoritarios	808,0	1.077,6	(25,0)
Resultados atribuidos a minoritarios	(0,1)	0,0	n.s.
Resultado neto	807,9	1.077,6	(25,0)

(1) Incluye obra en curso

Grupo Telefónica Latinoamérica. Resultados Consolidados¹.

(datos en millones de euros)

	2002	enero-diciembre 2001	% Var.
Ingresos por operaciones	6.954,1	10.137,4	(31,4)
Trabajos para inmovilizado ²	63,4	212,5	(70,2)
Gastos por operaciones	(3.407,5)	(4.719,6)	(27,8)
Otros ingresos (gastos) netos	(263,3)	(467,3)	(43,7)
EBITDA	3.346,7	5.163,0	(35,2)
Amortizaciones	(1.999,4)	(2.625,7)	(23,9)
Resultado de explotación	1.347,3	2.537,3	(46,9)
Resultados empresas asociadas	(4,3)	8,4	c.s.
Resultados financieros	(1.181,1)	(1.318,5)	(10,4)
Amortización fondo comercio	(89,7)	(86,6)	3,6
Resultados extraordinarios	(317,2)	164,6	c.s.
Resultados antes de impuestos	(245,0)	1.305,1	c.s.
Provisión impuesto	103,7	136,2	(23,8)
Resultados antes minoritarios	(141,3)	1.441,3	c.s.
Resultados atribuidos a minoritarios	(41,3)	(166,4)	(75,2)
Resultado neto	(182,6)	1.274,9	c.s.

(1) Incluye el negocio de telefonía fija en Latinoamérica

(2) Incluye obra en curso

A lo largo del año, Telefónica de España ha lanzado nuevos servicios de Valor Añadido sobre ADSL, tanto para empresas (Soluciones para empresas) como para el segmento residencial



A partir del ejercicio 2003 se introduce un cambio en el cálculo de las Líneas Equivalentes en servicio de Telefonía Fija del Grupo Telefónica. Este nuevo criterio introduce un tratamiento distinto de los Accesos Primarios RDSL y de los accesos 2/6 para centralitas e Ibercom.

España

El año 2002 ha sido un año difícil para el sector de la telefonía fija en España, caracterizado por un limitado crecimiento de mercado, una elevada intensidad competitiva y un marco regulatorio muy exigente. En este contexto y en línea con el último ejercicio, la gestión del año se ha centrado en tres prioridades estratégicas:

- Defensa de los ingresos del negocio tradicional.
- Crecimiento del negocio de Internet y Banda Ancha.
- Avance en la transformación de la Compañía.

Defensa del negocio tradicional

El negocio tradicional de Telefónica de España se ha visto en un entorno poco favorable y con una importante presión regulatoria. Así, el mercado de acceso medido en líneas homogéneas sólo ha crecido un 0,6% y el mercado de tráfico de voz un 1,2%. La aplicación del *Price Cap* ha permitido, sin embargo, un avance significativo en el reequilibrio de tarifas, con una subida de la cuota de abono de la línea básica del 11,5% y una disminución de los servicios de tráfico del 13,9%.

En el frente comercial, Telefónica de España ha seguido avanzando en la modernización de los servicios tradicionales, entre los que destacan 11 millones de buzones de voz (CAR), 450.000 mensajes de texto y más de 5 millones de líneas que disfrutaban de la identificación de línea llamante. Con todo ello y teniendo en cuenta la pérdida de cuota de acceso y tráfico, los ingre-

sos del negocio tradicional de la matriz han decrecido sólo un 1,3%.

Finalmente, a lo largo del año 2002, Telefónica de España, dentro de un riguroso y estricto cumplimiento de los requisitos regulatorios, ha avanzado en los servicios que presta a otros operadores, como consecuencia de las resoluciones aprobadas por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones dentro del marco de la OBA 2002 (Oferta de Bucle de Abonado).

Crecimiento del negocio Internet y Banda Ancha

A lo largo de 2002, Telefónica de España ha seguido desarrollando un importante esfuerzo en el negocio de Internet y Banda Ancha. Como consecuencia de la decidida apuesta por la tecnología ADSL se han superado los 957.000 accesos en España. A pesar de este fuerte crecimiento de la Banda Ancha, se ha mantenido prácticamente el volumen de tráfico de Internet Banda Estrecha (-1%), con lo cual el Grupo Telefónica afianza su liderazgo como ISP de Internet y Banda Ancha.

A lo largo del año, se han lanzado una serie de nuevos servicios de Valor Añadido sobre la tecnología ADSL, tanto en el segmento de Empresas (Solución ADSL «Intranet», Solución ADSL «Web» (marzo), Solución ADSL «e-comercio» y Solución ADSL «net-LAN») como para el segmento Residencial: Videoconferencia y Juegos en Red.

En el marco de la apuesta por la Sociedad de la Información y la Banda Ancha, el 7 de enero de 2002 comenzaba en Alicante la prueba piloto del servicio Imagenio, un servicio de ocio y entretenimiento que proporciona Televisión Digital, Audio



El Hogar Digital se constituyó, en 2002, en una prioridad para los planes estratégicos de Telefónica de España

Digital, Internet de Banda Ancha (en Televisión y PC) y Vídeo Bajo Demanda; todo a través de la línea telefónica por medio de la tecnología ADSL.

Avanzando en la transformación de la Compañía

A través del Programa Lider.es se ha avanzado en el proceso de transformación de la Compañía, logrando las metas fijadas en el camino hacia una verdadera e-Company; Telefónica online cuenta con más de 1,3 millones de usuarios registrados, el portal e-domus recibe 18.000 visitas diarias de empleados y en el portal e-Agora son ya cerca de 5.000 los usuarios de proveedores registrados.

Como una de las prioridades estratégicas para mejorar en los niveles de calidad percibida por los clientes, el Proyecto Estratégico de Cambio «Excelent.es», cumplía su objetivo al conseguir el 85,8% de clientes satisfechos, con un crecimiento tres veces mayor que en 2001. En cuanto a Banda Ancha, un 87,3% de los clientes del servicio ADSL minorista manifiesta una opinión muy positiva o positiva sobre el funcionamiento del servicio al cierre del año 2002. Estos resultados se han conseguido utilizando Seis Sigma como metodología de mejora.

En cuanto al capital humano, es importante destacar las múltiples iniciativas puestas en marcha durante el pasado año; entre ellas, la evaluación de competencias y conocimientos online para los más de 40.000 empleados, cursos de formación, y encuestas online a todo el personal.

Resultados de Telefónica de España

Todo ello ha generado beneficios notables también en la cuenta de resultados. En concreto, los gastos netos de Interconexión de la Matriz han

crecido sólo un 2,1% como consecuencia, por un lado de la evolución de los gastos de personal (+3,2%), que reflejan la estabilidad de la plantilla de Telefónica de España en el 2002, y por otro de la práctica contención (+0,7%) del resto de los gastos operativos. Por otro lado, con una reducción de la inversión de un 6,9% se mejoraba el ratio de inversión sobre ingresos en 1,3 pp.

El Grupo Telefónica de España ha conseguido un ligero crecimiento tanto de los Ingresos por Operaciones (+0,5%) como del EBITDA (+0,2%) y un significativo crecimiento del Flujo Libre de Caja (+25,3%).

Latinoamérica

Cabe destacar como hito importante el hecho de que desde el mes de julio, Telefónica de São Paulo (Telesp) presta el servicio de Larga Distancia Nacional interestadado e Internacional (LDN y LDI) ofreciendo un servicio integral a sus clientes y consolidándose como líder en la larga distancia nacional intraestado en São Paulo.

Telefónica Latinoamérica ha seguido apostando por el negocio de Internet y Banda Ancha a través de la tecnología de ADSL que, al cierre de 2002, ya supera los 450.000 clientes, un 85,5% más que al cierre de 2001.

Brasil

Buenos resultados en el nuevo negocio de Larga Distancia

En 2002 Telesp ha obtenido un EBITDA de 1.903 millones de euros, con un crecimiento del 8% en moneda local. Destaca especialmente la generación

Desde el mes de julio de 2002 Telefónica de São Paulo (Telesp) presta el servicio de Larga Distancia Nacional interestadado e Internacional

En Chile se lanzó en 2002 el «Plan Revolution» para la Larga Distancia Internacional con el objetivo de obtener un nivel de ingresos similar al ejercicio anterior



de 1.092 millones de euros de Flujo Libre de Caja, gracias tanto a la mejora del EBITDA como, especialmente, a la racionalización de las inversiones, las cuales se han reducido un 63,4% en moneda local.

Tras el cumplimiento anticipado de metas en septiembre de 2001, Telesp comenzó en mayo de 2002 a prestar el servicio de Larga Distancia desde São Paulo para la LDI y en julio para la LDN interestadado. Telesp finaliza el ejercicio con una cuota en LDN intraestado del 83%, en LDN interestadado del 36% y en LDI del 32% en el mes de diciembre.

En Banda Ancha se registra una importante expansión habiendo cerrado el ejercicio con 333.281 clientes de ADSL, un 68% por encima del cierre de 2001.

A pesar de la incorporación de nuevos negocios, la optimización de los procesos de gestión internos y el aprovechamiento de sinergias ha permitido continuar mejorando la productividad, habiéndose alcanzado las 1.314 líneas por empleado a final de año, frente a las 1.192 del año anterior.

Argentina **Una gestión adaptada a un entorno hostil**

En 2002 Telefónica de Argentina (TASA) hace frente al fuerte deterioro de la situación económica adoptando un modelo de gestión acorde con la realidad macroeconómica del país, lo que permite a la Compañía obtener un sólido resultado operativo en moneda local, por un importe de 1.174 millones de pesos de EBITDA aunque la fuerte depreciación del peso sitúa este EBITDA en 394 millones de euros.

Así, se implementa una agresiva política de reducción y control de gastos operativos con objeto de

compensar la disminución de los ingresos producida por la congelación de tarifas y por el deterioro de las principales variables operativas. El mercado de Larga Distancia fue particularmente elástico a la crisis económica, registrando una retracción de -11,4% en el tráfico nacional y de -16,9% en el internacional.

En lo relativo a la gestión de gastos operativos, destaca la gestión efectiva de la morosidad, que ha permitido reducir significativamente la provisión de incobrables, y la reducción interanual de los gastos operativos del 12,2% en moneda local. Además, se reducen significativamente las acciones inversoras (-68% en moneda local frente a 2001), dando prioridad a proyectos de corto repago y mayor rentabilidad para hacer frente a un entorno económico altamente volátil.

Chile **Gestión para la obtención de beneficios**

2002 ha sido un año de intensa gestión en Telefónica CTC Chile, centrada en la recuperación de ingresos y el control de costes, todo ello en un mercado regulatoriamente muy desfavorable. A pesar de todo, la operadora de telefonía fija de Chile ha conseguido cerrar el ejercicio con resultados positivos.

Para la generación de ingresos se ha realizado un esfuerzo en las iniciativas lanzadas como el *Plan Revolution* para la LDI o los planes diferenciados por segmentos de clientes que, unido al avance en el ADSL, permiten obtener un nivel de ingresos similar al ejercicio anterior.

El Flujo Libre de Caja se sitúa en 262 millones de euros y la productividad de la empresa en 980 líneas por empleado, un 22% superior a la del año pasado.



«Super15», fue el protagonista de la campaña publicitaria realizada en Brasil sobre telefonía fija

Perú Crecimiento centrado en Telefonía Pública y productos prepago

Telefónica del Perú ha consolidado su posición de liderazgo en el mercado local, incrementando las líneas de telefonía fija en un 5,4%. Centra su crecimiento en el desarrollo de la Telefonía Pública y productos prepago y control de consumo, que representan el 36% de la planta a final de 2002.

El nivel de ingresos de la operadora se situó en 1.273 mill. de euros, experimentando un crecimiento del 1,9% en moneda local respecto al año anterior. Es de destacar la evolución positiva de la Telefonía Pública frente a la contracción del negocio de Larga Distancia.

El ADSL se consolida como la principal apuesta de la operadora en el segmento de Banda Ancha, con una planta en servicio de más de 34.000 líneas, que engloba también el cablemódem.

El importante esfuerzo de contención de los niveles de inversión material e inmaterial de la Compañía (-46,8% en moneda local) permite incrementar el flujo de caja operativo un 30,7% en moneda local respecto al ejercicio precedente. Todo ello incide de forma determinante en la reducción de la deuda financiera de la Compañía.

Resultados de Telefónica Latinoamérica

A pesar de que el ejercicio ha estado marcado en la región por un entorno macroeconómico de gran incertidumbre, el año 2002 ha sido el de la consolidación de la apuesta de Telefónica Latinoamérica por los países de habla hispana y portuguesa. Así, se

ha conseguido incrementar el Flujo Libre de Caja en más de un 52%, mediante la aplicación de una política rigurosa de contención de costes y aprovechamiento de sinergias entre las operadoras.

Como consecuencia de todo ello, Telefónica Latinoamérica en el ejercicio 2002 aportó al Grupo Telefónica un EBITDA de 3.347 millones de euros y un Flujo Libre de Caja agerdado de las operadoras de 1.952 millones de euros.

A pesar del entorno macroeconómico de gran incertidumbre en Latinoamérica, el año 2002 ha sido el de la consolidación de la apuesta de Telefónica Latinoamérica por los países de habla hispana y portuguesa

Liderazgo de Telefónica en Comunicaciones fijas en Latinoamérica

LIS (datos en millones)	Cuota de mercado (datos en %)
Telefónica	21
Telemar	15
Telmex	14
Brasil Telecom	9
Verizon	4
Telecom Argentina	3
Otros	18

No incluye CANTV. A partir del ejercicio 2003 se introduce un cambio en el cálculo de las Líneas Equivalentes en servicio de Telefonía Fija del Grupo Telefónica. Este nuevo criterio introduce un tratamiento distinto de los Accesos Primarios RDSI y de los accesos 2/6 para centralitas e Ibercom.