

Consolidación y expansión de los negocios audiovisuales

Durante 1998 **Telefónica** ha reforzado su liderazgo en la línea de negocio audiovisual mediante el aprovechamiento de las sinergias producidas en las distintas áreas de actividad en el campo de medios de comunicación, difusión y contenidos audiovisuales, las cuales coordina a través de su filial **Telefónica Media** que agrupa entre otras, a empresas filiales y participadas en las siguientes áreas:

Medios

Antena 3 TV

El primer año de gestión del equipo nombrado por el **Grupo Telefónica** en **Antena 3 TV** se ha saldado con un excelente balance. Se ha logrado multiplicar por cuatro el resultado de explotación de la compañía, pasando de 5.636 millones de pesetas en 1997 a 20.892 en 1998.

Antena 3 TV ha multiplicado por cuatro su resultado de explotación, hasta alcanzar los 20.892 millones de pesetas.

Los beneficios conseguidos por Antena 3 —13.143 millones de pesetas— la sitúan a la cabeza de las compañías audiovisuales en Europa.

El resultado después de impuestos también refleja el proceso de saneamiento iniciado en **Antena 3**: De unas pérdidas de 3.648 millones en 1997 se ha pasado a 13.143 millones de beneficios netos en 1998.

Si 1997 fue un año de ajuste contable y de transición hacia un nuevo modelo de empresa, 1998 ha supuesto para **Antena 3** la incorporación de nuevos elementos de gestión y el inicio de una serie de reformas y cambios inéditos en la estructura



Antena 3 es líder absoluto de audiencia entre las personas menores de 55 años, de clases media y alta y residentes en poblaciones de más de 10.000 habitantes.



organizativa de la compañía, que han servido de soporte para los excelentes resultados obtenidos.

Los objetivos marcados durante el pasado ejercicio por **Antena 3** siguieron tres líneas diferenciadas:

En primer lugar, consolidación del liderazgo entre las televisiones privadas españolas y, especialmente, en el perfil más atractivo para los anunciantes. En este sentido, **Antena 3** es líder absoluto de audiencia entre las personas menores de 55 años, de clases media y alta y residentes en poblaciones de más de 10.000 habitantes —más de la mitad de la población española— con un 24,2%

En segundo lugar —y en cuanto a la gestión de resultados económicos— reducción drástica de la base de costes de **Antena 3** para empezar a construir con claridad nuevos desarrollos

e inversiones. Esta política se completa con el incremento de los ingresos comerciales. Los beneficios conseguidos por la compañía en 1998 sitúan a **Antena 3** a la cabeza de las compañías audiovisuales de Europa, con un margen sobre ventas netas de un 28,4%.

Por último, diversificación en nuevas áreas de actividad: canales temáticos, televisión interactiva y el desarrollo de iniciativas comerciales (televenta, licencias y merchandising, eventos o producción publicitaria). Con ello, se potencia la diversificación en áreas geográficas y de negocio, lo que está permitiendo a **Antena 3** dejar de ser sólo un canal de televisión generalista y convertirse en un grupo audiovisual con más líneas de productos y servicios, es decir, establecerse en el mercado como una corporación de contenidos audiovisuales y actividades multitemáticas con proyección internacional.

Vía Digital

Durante 1998 **Telefónica** aumentó su presencia en el negocio

audiovisual, al incrementar su participación hasta el 36,95% del capital social de **Distribuidora de Televisión Digital S.A. (D.T.S.)**, empresa que comercializa servicios de TV de pago bajo la marca **Vía Digital**.

A pesar de no haber alcanzado el número de abonados esperados, el resultado en la penetración de mercado de 1998 puede calificarse de satisfactorio ya que a 31 de diciembre, y a pesar de la fuerte competencia de la otra plataforma digital, **Vía Digital** contaba con más de 282.000 abonados en facturación.

1998 ha sido un año en el que se han incorporado contenidos de alto valor en la percepción del cliente y se han introducido pautas de trabajo encaminadas a la mejora en el servicio, mediante la sustentación no solo en alto recuerdo de marca generado por la publicidad desplegada, sino a través de la mejora constante en el nivel de contenidos tales como películas de los mejores productores nacionales (Lola Films) e internacionales (Metro Goldwyn Mayer), de la incorporación de eventos musicales y deportivos (boxeo y fútbol de competiciones

internacionales) y de la retransmisión de las mejores ferias taurinas del mundo, entre otros.

Hilo Musical

ST-HILO durante el ejercicio de 1.998, ha consolidado la línea de negocio de la producción de canales temáticos digitalizados, aptos para ser transmitidos, tanto vía satélite como a través de las redes de cable, con un incremento con respecto al pasado año de temas digitalizados del 25%, llegando casi a 90.000 temas. También ha desarrollado para el sector negocios un área de música específica, donde el cliente elige qué música necesita para su local o dependencia. La distribución de este nuevo producto comenzará a comercializarse a finales del próximo año.

Difusión

Se puede decir que **Telefónica Servicios Audiovisuales (TSA)** va camino de convertirse en el operador líder en servicios de difusión de TV digital en España.

Además, es el principal proveedor de servicios técnicos audiovisuales

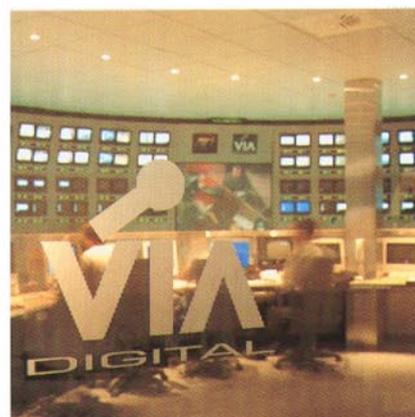
vía satélite y de televisión para España y Latinoamérica y en el proceso de compresión de señales y «up-link» para satélites.

En el campo de difusión de TV cabe destacar que **TSA** ha lanzado una nueva plataforma digital sobre Europa «**Europa TV**» con 5 canales, se ha ampliado la plataforma de TVE sobre América hasta 10 canales y se ha iniciado la emisión de **Antena 3** en América.

Durante el ejercicio, **TSA** también ha integrado en sus actividades la de producción, lo que le permite ser el único proveedor que actualmente ofrece cualquier configuración de servicios audiovisuales con la flexibilidad que un mercado tan competitivo requiere, teniendo al mismo tiempo prevista su entrada en la difusión de la TV digital terrenal durante 1999.

Contenidos

La actividad en el campo de los contenidos audiovisuales a lo largo de 1998 se ha desarrollado tanto a través de los medios de comunicación gestionados directamente



Vía Digital contaba a final de año con más de 280.000 abonados en facturación.

Telefónica Servicios Audiovisuales es el operador líder en servicios de difusión de TV digital en España.

por el **Grupo Telefónica**, como por parte de sociedades dedicadas a la producción y explotación de derechos en las que participa **Telefónica Media**.

La producción cinematográfica ha alcanzado notables éxitos de la mano de Lola Films, que se ha consolidado como la primera productora de cine de España, tanto en volumen de facturación como en exhibición en salas.