

Telefonía fija

Negocio de Telefonía Fija Resultados Consolidados (Millones de euros)

| | TELEFÓNICA DE ESPAÑA | | | TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA | | |
|--------------------------------------|----------------------|----------------|--------------|--------------------------|----------------|--------------|
| | 2001 | 2000 | % Var. | 2001 | 2000 | % Var. |
| Ingresos por operaciones | 10.220,4 | 10.182,9 | 0,4 | 10.137,4 | 10.371,3 | (2,3) |
| Telefónica de España | 9.831,5 | 9.592,9 | 2,5 | | | |
| Otras y eliminaciones | 388,9 | 590,0 | (34,1) | | | |
| Trabajos para inmovilizado (1) | 195,1 | 236,5 | (17,5) | 212,5 | 218,6 | (2,8) |
| Gastos por operaciones | (5.703,4) | (5.884,8) | (3,1) | (4.719,6) | (4.928,6) | (4,2) |
| Otros ingresos (gastos) netos | (203,9) | (86,1) | 136,8 | (467,3) | (302,1) | 54,7 |
| EBITDA | 4.508,1 | 4.448,4 | 1,3 | 5.163,0 | 5.359,3 | (3,7) |
| Amortizaciones | (2.804,4) | (2.901,2) | (3,3) | (2.625,7) | (2.653,4) | (1,0) |
| Resultado de explotación | 1.703,7 | 1.547,2 | 10,1 | 2.537,3 | 2.705,9 | (6,2) |
| Resultados empresas asociadas | (1,8) | 0,1 | c.s. | 8,4 | (2,9) | c.s. |
| Resultados financieros | (403,1) | (480,9) | (16,2) | (1.318,5) | (1.046,0) | 26,1 |
| Amortización fondo comercio | (0,6) | (0,3) | 111,8 | (86,6) | (53,6) | 61,7 |
| Resultados extraordinarios | 286,1 | (806,8) | c.s. | 164,6 | (331,4) | c.s. |
| Resultados antes de impuestos | 1.584,2 | 259,3 | 510,9 | 1.305,1 | 1.272,1 | 2,6 |
| Provisión impuesto | (506,6) | (43,6) | n.s. | 136,2 | (286,1) | c.s. |
| Resultados antes minoritarios | 1.077,6 | 215,8 | 399,5 | 1.441,3 | 985,9 | 46,2 |
| Resultados atribuidos a minoritarios | 0,0 | 0,8 | ns.s. | (166,4) | (538,5) | (69,1) |
| Beneficio Neto | 1.077,6 | 216,6 | 397,6 | 1.274,9 | 447,4 | 185,0 |

(1) Incluye obra en curso

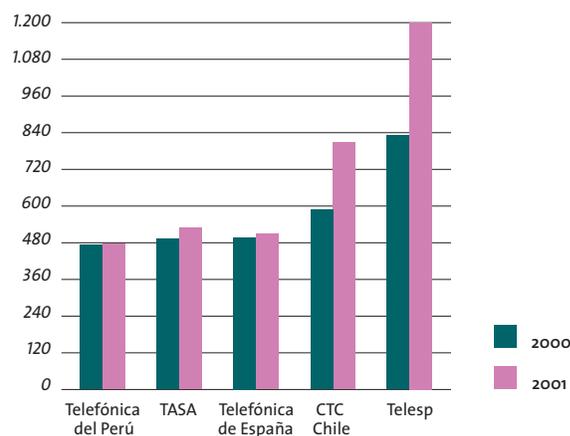
Nota: Se ha incorporado TTP a las cuentas de Telefónica de España, tanto en 2000 como en 2001

Nota: El Grupo Telefónica Sistemas y TSIP han dejado de consolidarse en Telefónica de España, tanto en 2000 como en 2001

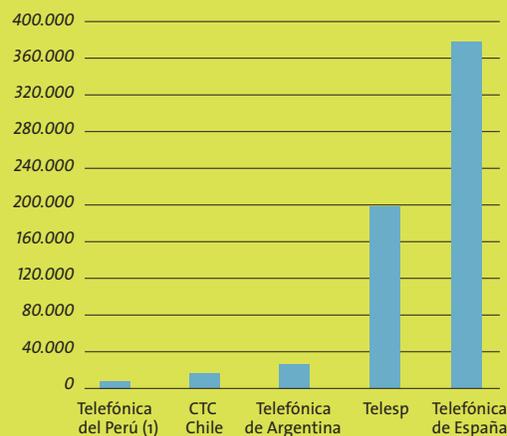
Nota: La cuenta de Telefónica Latinoamérica refleja la adaptación del ejercicio fiscal de Telefónica de Argentina al del Grupo Telefónica, lo que se traduce en incluir en los correspondientes epígrafes de la cuenta de Resultados las cuentas de los negocios del Grupo en Argentina relativas al periodo enero-diciembre 2001, incorporando en la partida de Resultados extraordinarios el trimestre octubre-diciembre de 2000

Nota: Los estados financieros del ejercicio 2000 de Telefónica Latinoamérica incluyen sólo la telefonía fija del grupo Telefónica Latinoamérica desde el 1 de enero, y toda la participación adquirida tras las Ofertas Públicas realizadas durante 2000

Líneas por Empleado



Cientes de ADSL



(1) Incluye las líneas en servicio de CABLENET

Telefonía fija



Telefónica de España

Tres han sido los ejes de actuación de Telefónica de España a lo largo de 2001: la **evolución hacia los nuevos negocios**, especialmente hacia Internet y Banda Ancha, el **fortalecimiento de su negocio tradicional** en un entorno fuertemente competitivo y sujeto a una importante presión regulatoria, y su **transformación al nuevo entorno e-business**, mejorando a la vez en calidad y eficiencia.

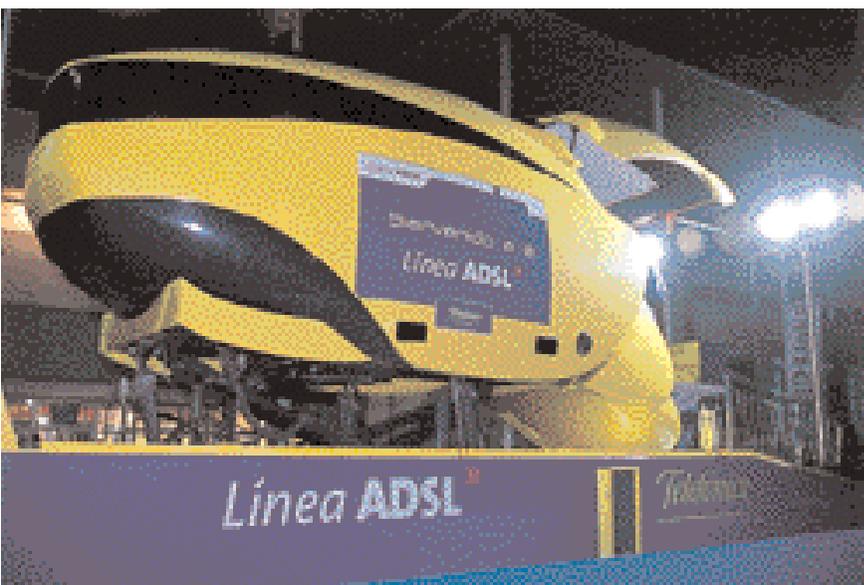
Evolución hacia los nuevos negocios

Durante el año 2001, Telefónica de España ha realizado un esfuerzo importante para evolucionar hacia los nuevos negocios, muy en especial hacia Internet y Banda Ancha. La evolución hacia el negocio de Banda Ancha se está realizando a través de la implantación de la tecnología ADSL que, además de presentar un gran potencial de crecimiento, refuerza la posición de

Telefónica en el negocio del acceso a Internet, frente a los operadores de cable. En este sentido han sido decisivos tanto el lanzamiento de la oferta minorista (Línea ADSL) como la mejora en los tiempos de instalación, que han permitido alcanzar un máximo diario de 4.614 altas.

Por otra parte, dentro de la estrategia de estar presente en toda la cadena de valor del negocio, en abril de 2001 se procedió al lanzamiento de **Telefonica.net** como proveedor de acceso a Internet en Banda Estrecha, extendiéndose en septiembre a la provisión de Banda Ancha. Así, Telefonica.net cerró el ejercicio con 187.025 usuarios ADSL, 87.250 usuarios de acceso conmutado con tarifa plana y 127.700 usuarios de Banda Estrecha sin tarifa plana.

A lo largo del año se ha realizado, asimismo, el despliegue e implantación de la **Red Rima**, completándose el proceso de migración de los clientes ADSL a esta nueva red IP de altas prestaciones, que se configura como la mayor y más avanzada infraestructura de red IP existente en España. En este sentido, la apuesta de Telefónica de España por la Banda Ancha se refleja en un notable aumento de la oferta de líneas ADSL y en la instalación de 101.531 kilómetros de fibra óptica, que han permitido alcanzar una cobertura sobre líneas del 82%.



Fuerte, en el negocio tradicional

En el mercado tradicional, sujeto a una importante presión regulatoria, la estrategia de Telefónica de España ha estado centrada en hacer frente a la competencia, mediante una política comercial activa, con un escrupuloso respeto a los requerimientos regulatorios.

Desde la implantación del modelo Price-Cap, en agosto de 2000, el entorno regulatorio se ha mostrado más estable, permitiendo un acercamiento al reequilibrio de tarifas y una bajada de precios para el 2001 del 7%.

La Compañía ha realizado un notable esfuerzo en la adecuación de todas las centrales de conmutación para posibilitar la **preasignación global** de los abonados de Telefónica de España a otros operadores, así como las actuaciones conjuntas con otros operadores para posibilitar el desarrollo de la **Oferta de Bucle de Abonado**, cuya apertura se produjo a principios de año. Por otro lado, se ha materializado la apertura de la **portabilidad** de numeración con 95.414 números portados al cierre del ejercicio.

El crecimiento de las líneas (2,0%) junto al lanzamiento de productos inductores de tráfico (USA 15, Bonos Elección, ...) han permitido conseguir un incremento de los minutos totales en el negocio tradicional del 1,6%, a pesar de la pérdida de cuota en acceso y tráfico.

En el terreno de la dotación y mejora de facilidades y funcionalidades asociadas al servicio telefónico destaca la implantación total de los servicios de **Contestador Automático en Red (CAR)** e **Identificación de Línea Llamante**, lo que ha supuesto extender dichas facilidades a unos 2,3 millones de líneas que aún no disponían de ellas.

Transformación de la empresa

Dentro del proceso de transformación de Telefónica de España al nuevo entorno *e-business* destacan E-Domus, portal del empleado (al que acceden ya diariamente más de 11.000 empleados), Telefonica on-line, canal consolidado como un elemento clave en la relación con sus clientes más avanzados y E-Ágora, portal de proveedores y partners para las funciones de compras, relaciones con suministradores, contrataciones y canales de distribución.

El esfuerzo en la reducción de gastos y la mejora de la eficiencia, constantes a lo largo del ejercicio, hacen que los gastos operativos antes de interconexión se queden prácticamente estables a pesar del esfuerzo significativo relacionado con el negocio de Banda Ancha.

La transformación de la empresa hacia la Banda Ancha y los nuevos negocios ha convivido, también, con un importante esfuerzo de optimización y contención de los niveles de inversión de años anteriores, sin descuidar la atención a las necesidades demandadas por el negocio tradicional (incremento del 4,02% de la inversión).

La mejora de la Calidad ha sido, también, una de las prioridades estratégicas durante el ejercicio, constituyéndose como uno de los ejes sobre los que se apoya la transformación y adaptación de Telefónica al nuevo entorno y como un elemento distintivo respecto de la Competencia. Dentro de las medidas estratégicas para conseguirlo, Telefónica de España lanzó, en 2001, la primera ola de Proyectos Seis Sigma, enmarcados dentro del Proyecto Excelent.es, para impulsar los proyectos más relevantes, con el objetivo de conseguir importantes mejoras en la calidad. El nivel de Satisfacción Global se sitúa, a finales del ejercicio, en el 82,8 % de Clientes Satisfechos.



La estrategia de Telefónica de España, en el mercado tradicional, ha estado centrada en una política comercial activa

Telefónica Latinoamérica

El año 2001 ha sido un año de grandes avances e hitos significativos para la empresa en el negocio de telefonía fija en Latinoamérica. Como la primera empresa del sector en la región, Telefónica Latinoamérica ha consolidado su liderazgo incrementando su volumen de líneas en servicio en un 12% hasta 21,6 millones y casi duplicando su resultado neto hasta alcanzar los 1.275 millones de euros.

Estos avances se han visto sustentados en el cumplimiento de metas en Brasil, la generación de caja en Argentina, la recuperación de los resultados en Chile, y la continuación del saneamiento y consolidación del liderazgo en Perú.

Como parte de los esfuerzos para mejorar la gestión del negocio como operadora regional, se ha trabajado en una serie de proyectos orientados a capturar las sinergias asumidas en la Operación Verónica. Entre ellos, la creación de centros regionales para alinear los esfuerzos comerciales y compartir las mejores prácticas en las principales áreas de negocio (residencial, empresas y Banda Ancha); la homegeneización de procesos internos y eliminación de actividades duplicadas en cada empresa; la reducción progresiva de gastos operativos, aprovechando las economías de escala de la empresa y la extensión de mejores prácticas operativas pan-regionales; el establecimiento de un proceso inversor común para todas las operadoras y el diseño de una serie de medidas para combatir la morosidad.

Como resultado de estos esfuerzos, Telefónica Latinoamérica ha elevado sus ingresos por encima de los 10.100 millones de euros y ha aportado 5.163 millones al EBITDA del Grupo Telefónica, un 40,0% del total.

Brasil

Eliminada la lista de espera, se anticiparon los objetivos regulatorios del 2003

El cumplimiento de metas en São Paulo por parte de Telesp, que requería la eliminación de la lista de espera de clientes y que ha supuesto un aumento de más de 2 millones de líneas en servicio a lo largo del año 2001 (un crecimiento interanual del 28%), se completó con éxito en septiembre, 2 años antes de la fecha prevista inicialmente, siendo certificado por Anatel en febrero del presente año. Este cumplimiento adelantado permitirá, tanto a Telesp como al resto de las empresas del Grupo, operar en Brasil a escala nacional, pudiendo ofrecer su amplia gama de servicios a toda la población del país.

Otro hito significativo fue el crecimiento registrado en el número de clientes de ADSL, muy próximo a los 200.000, cifra cuatro veces superior a la registrada en el ejercicio anterior y que convierte a São Paulo en uno de los mercados con mayor desarrollo relativo de los servicios de Banda Ancha.

Este crecimiento de actividad se vio combinado con un importante esfuerzo por continuar mejorando la productividad, lo que permitió situar el número de líneas por empleado en 1.198, con un crecimiento del 45%. Este nivel de productividad coloca a Telesp a la cabeza de los operadores de telefonía fija a escala mundial.

Telesp cerró el ejercicio con 4.344 millones de euros en ingresos y 2.306 millones de euros en EBITDA, un crecimiento del 25% y 20% respectivamente en moneda local.



Valores de Telefónica Latinoamérica

2001 ha sido un año de grandes avances e hitos significativos para el negocio de telefonía fija en Latinoamérica

Argentina

Control de los flujos de caja en un entorno volátil

Telefónica de Argentina ha conseguido, en 2001, unos sólidos resultados, a pesar de la situación económica por la que atraviesa el país, generando un EBITDA de 1.523 millones de euros.

Las líneas en servicio crecieron un 6%, hasta superar los 4,5 millones. A su vez, este crecimiento se vió complementado con el mantenimiento, prácticamente, de las cuotas de tráfico en larga distancia nacional e internacional. Algo especialmente relevante, en un mercado donde el negocio de la larga distancia está plenamente liberalizado.

La gestión en TASA se focalizó en el control de los flujos de caja, a través de la contención de gastos y la restricción de la inversión para ajustarse a la realidad macroeconómica. Las medidas de contención de gastos fueron implementadas a partir de julio, centrándose en la renegociación con proveedores, el desarrollo de un paquete de medidas de lucha contra la morosidad y la reducción de los gastos de personal. Este esfuerzo ha supuesto una caída en los gastos del 5% con respecto al ejercicio anterior. La restricción inversora, fruto de la crisis en el país, fué orientada fundamentalmente hacia el negocio tradicional (con una reducción del 20%), dando prioridad a las inversiones de tipo estratégico como el ADSL. La inversión en el año 2001 cayó un 9% con respecto al 2000.

Chile

Recuperación de la cuenta de resultados

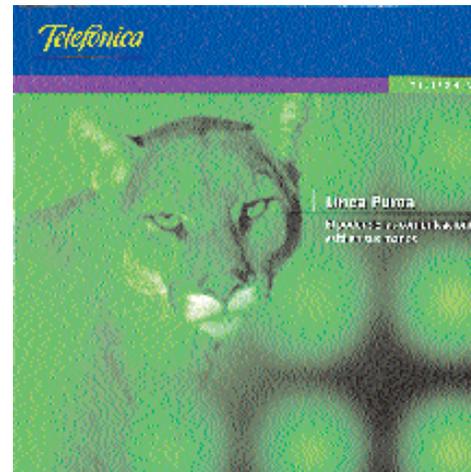
Telefónica CTC Chile ha conseguido cerrar el año con unos resultados muy positivos. Tras las pérdidas generadas en el ejercicio anterior como consecuencia del decreto tarifario de 1999, las drásticas medidas de control de gastos, combinadas con una agresiva campaña para recuperar cuota de mercado en larga distancia, han tenido como resultado una ganancia de 2,3 puntos porcentuales, lo que se ha traducido en una vuelta a los beneficios.

Iniciativas lanzadas en 2000, como la tarifa semiplana a través de planes de abono, el Plan SLM, el Plan América, así como la introducción del ADSL, que alcanzó los 15.000 abonados, han permitido a la empresa incrementar su volumen de ingresos en un 4% (en moneda local).

Este crecimiento se ha visto combinado con importantes ajustes para la transformación de gastos fijos en gastos variables. Los estrictos programas de contención de costes y racionalización de gastos se han visto reflejados en todas las cuentas, obteniendo una reducción interanual del 10%. A su vez, también se ha conseguido incrementar de forma importante la productividad de la empresa, incrementando la cifra de líneas en servicio por empleado un 37% hasta fijarlas en 803.

CTC Chile cerró el ejercicio con un EBITDA de 601 millones de euros.

Telefónica de Argentina ha conseguido en 2001 unos sólidos resultados, a pesar de la situación económica por la que atraviesa el país



Perú

Saneamiento del balance

Telefónica del Perú ha continuado sus esfuerzos por proveer un servicio telefónico a la población del país, acorde con la realidad económica presente en Perú. Para ello, se ha basado en el crecimiento de productos como las líneas prepago, que han crecido de manera importante hasta constituir el 32% de las líneas en servicio, el crecimiento de la telefonía de uso público, que incrementó sus líneas en servicio en un 14%, así como la venta de equipos, que ha experimentado un aumento del 76%.

El EBITDA generado de 657 millones de euros se ha visto soportado en el crecimiento de las líneas prepago, lo que ha permitido una reducción en los gastos de provisión de incobrables del 11% respecto al ejercicio anterior, y una contención de los gastos de personal, que han caído un 7%.

Puerto Rico

Entrada en beneficios

El año 2001 ha supuesto, para TLD, la entrada en beneficios, a pesar de la dura competencia en larga distancia y gracias a una gestión eficiente de los costes y a una renegociación de los contratos de interconexión. El año se cerraba con 13 millones de euros de EBITDA, un crecimiento del 269%.

Objetivos para 2002

Telefónica Latinoamérica tiene ante sí dos importantes oportunidades de crecimiento a futuro. Por un lado, el cumplimiento de las metas en Brasil que, además de permitir la extensión del negocio a todo el país y la captura de nuevos clientes, le da la oportunidad a Telesp de ofrecer una oferta mucho más completa a sus actuales clientes en São Paulo. Por otro, la oportunidad de extender, a escala regional, el negocio de la Banda Ancha a través del ADSL, un negocio que debe servir como motor de crecimiento, rentable y rápido, de esta nueva tecnología.

Otro de los retos del ejercicio 2002 será la gestión de la compañía en un entorno económico de mayor incertidumbre, como el caso de Argentina. Para ello, las prioridades en la gestión continúan siendo la integración de la empresa hacia una entidad regional, que planeamos seguir construyendo a través de las distintas iniciativas ya lanzadas, y la adopción de un modelo de negocio flexible ante las disyuntivas de la situación macroeconómica o de nuevas oportunidades de negocio. En 2002, se está trabajando para convertir progresivamente ingresos variables en fijos, incrementar la eficiencia, reducir gastos y mejorar el apalancamiento operativo.



Campaña publicitaria navideña en cabinas de Telefónica en Brasil

