

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE TELEFONICA

INFORME

D. CESAR ALIERTA

PRESIDENTE EJECUTIVO DE TELEFÓNICA S.A.

MADRID, 11 DE ABRIL DE 2003

Parte I

- A. Bienvenida - Introducción**
- B. Los Resultados de Telefónica en 2002**
- C. Estrategia de Crecimiento rentable en 2002**

Parte II

- D. Perspectivas optimistas para el sector de las Telecomunicaciones**
- E. Objetivos Estratégicos de Telefónica para el período 2003-2006**
- F. Telefónica: Empresa de Confianza**
- G. Cierre**

A. BIENVENIDA-INTRODUCCIÓN

Señoras y Señores accionistas:

Antes de iniciar mi exposición, quisiera darles la bienvenida a esta Junta General de Accionistas de Telefónica y agradecerles su presencia en este acto tan importante para la Compañía, que representa una oportunidad única para valorar la gestión y los logros alcanzados en el ejercicio 2002.

Asimismo quiero expresar mi agradecimiento a todo el equipo humano de Telefónica, cuyo esfuerzo y dedicación ha contribuido de forma decisiva a superar con éxito el entorno adverso en el que se desarrolló el sector durante el pasado ejercicio.

Por otro lado, me gustaría transmitirles el esfuerzo que se ha realizado para poner a disposición de todos ustedes la información necesaria para entender y valorar adecuadamente los resultados de la gestión de la Compañía durante el año 2002, así como las decisiones llevadas a cabo para situar a Telefónica y sus negocios en las mejores condiciones de cara a un futuro que, pensamos, está lleno de oportunidades.

B. LOS RESULTADOS DE TELEFÓNICA EN 2002

Las cuentas de Telefónica del ejercicio 2002, que sometemos hoy a la aprobación de ustedes, son un exponente claro de la elevada capacidad de gestión desarrollada durante el pasado año. De entre los logros alcanzados por la Compañía en 2002, sin duda, el más relevante es la generación de un flujo de caja operativo de casi 8.000 millones de euros, un 63% superior al obtenido en 2001.

Este elevado volumen de recursos estuvo acompañado de un fortalecimiento de la posición competitiva del Grupo Telefónica en todos los mercados naturales donde está presente.

Así, después de inversiones, material, inmaterial y financiera, después del pago de intereses e impuestos, y después de la inversión en autocartera, el flujo de caja libre, alcanza prácticamente los 3.000 millones de euros. Añadiendo a esta cifra la inversión en autocartera realizada durante 2002, de 437 millones de euros, como forma indirecta de retribución al accionista, el flujo de caja libre superaría los 3.400 millones de euros, lo que equivale a una generación de caja de algo más de nueve millones de euros diarios.

Esta fortaleza operativa de la Compañía, elemento diferencial en el sector, ha permitido, junto con la toma de un conjunto de decisiones estratégicas, de las que hablaré más tarde, la obtención de dos objetivos fundamentales. En primer lugar, la mejora de la política de retribución al accionista, a través de tres iniciativas.

- ◆ Primero, la propuesta a esta Junta General del reparto de un dividendo de 1.239 millones de euros con cargo a reservas de libre disposición, que equivalen a doscientos seis mil ciento cincuenta y dos millones de nuestras antiguas pesetas. El pago de dicho dividendo tendrá lugar en dos plazos; el primero, de 13 céntimos de euro por acción, pagadero el día 3 de julio de 2003, y el segundo, de 12 céntimos de euro por acción, pagadero el día 15 de octubre de 2003.
- ◆ Segundo, la recompra y posterior amortización de hasta un 2% del total de acciones propias.
- ◆ Y tercero, la distribución de un dividendo en especie mediante el reparto del 30% del capital social de Antena3.

Teniendo en cuenta la cotización de esta compañía y las ventajas fiscales asociadas con las operaciones de distribución de dividendo que les he descrito, que se detallan en la nota que se les ha entregado junto con el Informe Anual 2002, la agregación de las dos formas de retribución vía dividendo supone una rentabilidad explícita de en torno al 3,7% del valor de la acción de Telefónica al cierre del 3 de Abril de 2003, además de la ya mencionada retribución indirecta a través de la amortización del 2% del capital propio.

El segundo gran objetivo que hemos logrado alcanzar es la reducción de la deuda neta del Grupo en un 22% respecto al 2001, amortizando 6.409 millones de euros hasta situarla en 22.533 millones de euros al cierre de 2002.

Por otro lado, la anticipación y el realismo con que Telefónica afrontó el ejercicio 2002, permitió obtener un sólido crecimiento orgánico de las operaciones y una mejora significativa en los niveles de eficiencia. Así, en el transcurso del pasado año, Telefónica captó más de 11 millones de nuevos clientes, lo que representa un 14% de incremento, de forma que la base total de clientes supera ya los 89 millones. En esta evolución hay que destacar el crecimiento del negocio de la telefonía móvil y, en Telecomunicaciones fijas de Banda Ancha, el de los accesos ADSL.

Los ingresos, el EBITDA, que como ustedes saben representa el resultado de explotación antes de amortizaciones, impuestos y gastos financieros, y el propio resultado de explotación (EBIT) experimentaron un crecimiento interanual del 5,3%, 5,4% y 3,9% respectivamente, porcentajes todos ellos calculados una vez eliminados los efectos del tipo de cambio y del perímetro de consolidación. De hecho, para que se hagan ustedes una idea del extraordinario impacto del tipo de cambio en los resultados del pasado año, la depreciación frente al euro del peso argentino en un 70% y del real

brasileño en un 24%, se ha traducido en una caída de los ingresos y del EBITDA respecto a 2001 del 8,5% y 8,4% respectivamente.

Los favorables resultados comentados permitieron acometer ciertas operaciones de saneamiento de activos que, además de garantizar un crecimiento futuro sostenible de los resultados y de la generación de caja, han fortalecido la calidad del balance de la Compañía.

Por lo que se refiere a las decisiones estratégicas que mencionaba antes, la más destacable, tanto por su cuantía como por su repercusión, fue la paralización de toda la actividad operativa y el consecuente saneamiento de los activos de telefonía móvil de tercera generación en Alemania, Italia, Austria y Suiza.

En total se sanearon activos por un importe neto de 6.326 millones de euros. Esta decisión no supone salida de caja ni cambio en la calificación crediticia de la Compañía, si bien condicionó, en gran medida, el resultado neto contable negativo del ejercicio 2002, por importe de 5.577 millones de euros. Eliminando el impacto de todos los resultados extraordinarios, netos de sus correspondientes efectos fiscales, y el efecto de la crisis en Argentina, el beneficio neto del Grupo habría ascendido a 1.916 millones de euros.

Como consecuencia de estos ajustes contables, el porcentaje de activos intangibles sobre el total de activos se ha reducido en casi diez puntos, pasando del 31,9% en diciembre de 2001 hasta el 22,5% en diciembre de 2002.

De lo anteriormente expuesto cabe concluir que, a día de hoy, Telefónica es mucho más fuerte que hace doce meses. Esta compañía dispone del balance más sólido del sector europeo de las Telecomunicaciones, tras ser la primera en adoptar las decisiones de gestión más realistas y difíciles de los últimos tres años. Esto constituye una garantía de flexibilidad para aprovechar, sin restricciones, la recuperación del sector y de los negocios en nuestros

mercados naturales, e incrementar la generación de flujo de caja del último ejercicio.

C. ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO RENTABLE EN 2002

Como recordarán ustedes, en la pasada Junta General de Accionistas les adelanté los cuatro ejes sobre los que gira nuestra estrategia: clientes, servicios, financiero, y áreas geográficas de actuación .

Pues bien, en el transcurso de 2002, la ejecución de nuestra estrategia de crecimiento rentable se apoyó en un conjunto de iniciativas estratégicas que cubrieron tres frentes.

En primer lugar, ***el fortalecimiento de nuestra posición competitiva en los negocios considerados clave y en nuestros mercados naturales.***

Así, en España hemos consolidado nuestro liderazgo en dos negocios básicos para el desarrollo futuro de la Compañía. Por un lado, el negocio del acceso fijo de Banda Ancha, con un volumen de casi un millón de líneas ADSL activas a finales de año. La penetración de la Banda Ancha en los hogares españoles, en torno a un 7% en diciembre de 2002, nos sitúa a la cabeza entre los principales países de Europa, tras Alemania. Al propio tiempo, el importante esfuerzo inversor en accesos de Banda Ancha ha permitido afianzar el protagonismo del Grupo en el mercado de tráfico Internet.

Por otro lado, en 2002 Telefónica mantuvo el liderazgo en el negocio de la Telefonía Móvil en España, que tras un incremento cercano al 10% en el número de clientes durante 2002, eleva el número de éstos a más de 18 millones, lo que representa una cuota de mercado nacional del 55%. Dicha cifra es aún mayor en términos de cuota estimada de tráfico, reflejo del mantenimiento de la calidad de nuestro parque de clientes en España.

En Iberoamérica el liderazgo de Telefónica es indiscutible. Esta región representa el 53% del total de clientes del Grupo, lo que supone un mayor número de clientes, fijos y móviles, en Iberoamérica que en España.

En el caso concreto de Brasil, ya se vislumbran los primeros resultados de la estrategia de crecimiento acelerado que, tras permitirnos cumplir anticipadamente las “metas” de despliegue de infraestructuras fijas en el Estado de Sao Paulo, exigidas por el contrato de adquisición de Telesp, nos abrió las puertas del negocio de telefonía fija de larga distancia inter-estatal e internacional. Así, nuestra filial Telesp, en su primer año de operación en los negocios de larga distancia, ha alcanzado una cuota del 36% en el mercado de larga distancia nacional y del 32% en el de larga distancia internacional.

Además, esta operadora se configura hoy en día como el primer proveedor de accesos de Banda Ancha de Iberoamérica, con más de 330.000 conexiones ADSL activas a finales de 2002.

Por su parte, Telefónica Móviles ha dado un paso decisivo en la mejora de su posición competitiva en Brasil, gracias a la alianza estratégica con nuestro socio Portugal Telecom. Así, este año se ha realizado la integración operativa de nuestras compañías en este país con las de Portugal Telecom, creando Brasilcel. La coordinación de estrategias a través de esta nueva operadora nos ha permitido tomar el control de la operadora Tele Centro Oeste en marzo de este año, lo que convierte a nuestra participada en el operador móvil líder de Brasil, con casi 17 millones de clientes, una cuota de mercado superior al 50% y una cobertura de ámbito prácticamente nacional, con licencias en un conjunto de Estados que representan el 80% del PIB brasileño.

En México, la adquisición de Pegaso y su integración con nuestras operadoras ya existentes, ha convertido a Telefónica Móviles en el segundo

operador móvil de este país, con más de 2,4 millones de clientes, y en la única alternativa real al operador dominante a nivel nacional. En este año 2003 se va a poner en marcha una red GSM de ámbito nacional, con el objeto de reforzar nuestra estrategia comercial en este mercado, de más de 100 millones de habitantes, a través de una oferta unificada de productos y servicios bajo la marca Movistar.

De lo comentado anteriormente se deduce que, tanto Brasil como México, constituyen dos mercados geográficos destinados a jugar un papel central en nuestra estrategia de crecimiento rentable.

El segundo ámbito de actuación en el que se han centrado nuestras iniciativas estratégicas en 2002 ha sido la **reestructuración de negocios que no proporcionaban resultados adecuados**.

En este contexto, se decidió paralizar todas nuestras operaciones de telefonía móvil UMTS en Alemania, Italia, Austria y Suiza.

Asimismo, se ha mejorado la coordinación estratégica y operativa entre los negocios. En este sentido, se ha profundizado en la reorientación del negocio de Telefónica Data, reforzando su papel en la prestación de servicios de comunicaciones y soluciones para las grandes empresas, e impulsando una mayor integración operativa entre las filiales de Telefónica Data y las Operadoras Fijas de Telefónica en los países donde somos el operador de referencia.

Al mismo tiempo, se ha puesto en marcha una nueva orientación para Telefónica Data en los mercados donde no somos el operador tradicional en el negocio de datos y telefonía fija, ya que éstos no se consideran estratégicos en el medio plazo. Así, en aplicación de esta estrategia, durante 2002 se ha ejecutado la desinversión de las operaciones que Telefónica Data tenía en Austria (European Telecom International) y Uruguay, y se ha

configurado el segundo operador de comunicaciones de empresa de Alemania, Telefónica Deutschland.

En este mismo ámbito de actuación, se enmarca el acuerdo de fusión de Vía Digital y Sogecable, ya en su última fase de ejecución. Con el plan previsto, esperamos que esta actividad, que generaba importantes pérdidas, pase a aportar resultados positivos en un futuro cercano.

La integración de estas dos compañías dará lugar a la plataforma líder de la televisión de pago en España, con más de 2,5 millones de hogares-clientes y con unos ingresos conjuntos superiores a los 1.300 millones de euros. El acuerdo contribuirá decisivamente al desarrollo del mercado audiovisual español y favorecerá la rápida implantación de los sistemas digitales en los hogares españoles, tanto en beneficio de los usuarios como de la industria.

Debemos reafirmar aquí que, tanto nuestra participación en Vía Digital como en la Nueva Sogecable, no las concebimos como inversiones en Medios de Comunicación, sino en Plataformas de Distribución de múltiples contenidos de entretenimiento e información, utilizando la tecnología más adecuada en estos momentos para hacer llegar a nuestros clientes los contenidos más demandados por ellos.

Esta plataforma impulsará la utilización de nuestras redes y será compatible con el desarrollo de otras plataformas interactivas para aplicaciones multiservicio y de distribución de contenidos bajo demanda.

Derivado de esta operación y, como saben ustedes por imperativo legal, venimos obligados a desprendernos de nuestra participación en Antena 3. Sin embargo, pensamos que la situación actual de los mercados no es la más óptima para realizar una venta de esta compañía, por lo que hemos decidido distribuirles a ustedes, nuestros accionistas, el 30% de la participación de Telefónica en Antena 3, para que, a través de ella, puedan ustedes beneficiarse del previsible recorrido al alza del valor de esta compañía en los

próximos años, tras la salida a bolsa que tenemos planificada para el segundo semestre de 2003.

Adicionalmente, en el ámbito de nuestro negocio de Internet, se ha acometido el reenfoque y ordenación de las prioridades de gestión de Terra-Lycos, firmándose, en febrero de 2003, una alianza estratégica a largo plazo entre Telefónica y Terra-Lycos para impulsar el liderazgo conjunto en Internet; con ello, se define un nuevo modelo de relación entre las compañías que aprovecha mejor sus capacidades respectivas y potencia el crecimiento conjunto en el negocio de Internet y Banda Ancha.

Por último, el tercer frente de decisiones estratégicas acometidas se ha centrado en el ***refuerzo de la capacidad financiera de la Compañía con el objeto de asegurar su flexibilidad.***

A ese respecto, tan sólo añadiré que Telefónica cuenta con las bases y capacidades financieras necesarias para continuar gestionando sus negocios, de forma que sea posible compatibilizar los objetivos de crecimiento de clientes y de mayor oferta de servicios con los de generación de caja y obtención de rentabilidad creciente.

Cuando se analiza con detenimiento el contexto en el que se desarrolló la actividad de Telefónica durante 2002, los resultados obtenidos adquieren, a mi juicio, un enorme valor.

En efecto, en 2002 no se produjo la recuperación económica prevista a nivel mundial. El clima de incertidumbre en la situación socio-política mundial, que se vivió a lo largo del año pasado y que se ha mantenido en estos primeros meses de 2003, estuvo acompañado de una notable ralentización de la actividad económica tanto en la Unión Europea como en Iberoamérica. La Unión Europea acabó el año con un crecimiento del PIB del 0,8%, el peor dato desde la crisis de 1993, mientras que la región iberoamericana sufrió una caída de la actividad económica del 0,3%, mínimo histórico en los

últimos 20 años. En concreto, Argentina registró una caída de su PIB del 11,6%

El contexto no resultaba, en absoluto, propicio para una recuperación de los mercados de capitales, y tampoco de los valores del sector de las Telecomunicaciones.

Así, durante el pasado año se prolongó una de las crisis bursátiles más duraderas de la historia, con ya tres ejercicios consecutivos de pérdidas.

Evidentemente, Telefónica no fue ajena a esta corriente bajista de los mercados. No obstante, en términos relativos, el comportamiento de su capitalización bursátil fue el mejor dentro del sector de Telecomunicaciones europeo, si tomamos como base los máximos históricos alcanzados para los principales valores europeos alrededor de la primera semana de marzo de 2000, lo que resulta significativo, habida cuenta del impacto diferencial que sobre Telefónica han tenido la crisis argentina y el deterioro del riesgo brasileño.

Creo que la prudencia con la que hemos actuado ha permitido situar a Telefónica en el lugar que le corresponde.

Hoy en día no sólo es la primera multinacional con sede en España. Ocupa la segunda posición, por capitalización bursátil, entre las operadoras europeas, y la sexta en el sector a nivel mundial. Es la número 55 entre las compañías de mayor valor a nivel mundial y, dentro del ranking por capitalización bursátil del índice Eurostoxx-50, que reúne a las 50 principales compañías en Bolsa de los países de la Unión Monetaria, Telefónica se sitúa en la quinta posición.

Ello evidencia que Telefónica debe continuar con la estrategia iniciada de mejorar la rentabilidad del capital invertido y maximizar la generación de

caja, como vía para aumentar la retribución al accionista y para seguir siendo una compañía líder del sector.

De cara a un futuro próximo, en este momento existen factores que nos permiten ser optimistas.

En concreto, me refiero muy especialmente al contexto macroeconómico de la región iberoamericana, de crucial importancia para el negocio de Telefónica. Estamos convencidos del gran potencial de crecimiento y desarrollo que tiene el sector de telecomunicaciones en la región, donde la penetración actual de los diferentes servicios es todavía muy baja. El aumento de esta penetración depende no sólo del crecimiento económico, sino también de la mejora en la distribución de la riqueza de los países.

Así, vemos con optimismo el futuro de Brasil, cuyo programa económico ha sido calificado recientemente por Herst Kohler, Director Gerente del Fondo Monetario Internacional, como “programa correcto de crecimiento y estabilidad macroeconómica con igualdad social”. Nuestros estudios internos apuntan que una mejora del 10% en la renta per cápita de Brasil generaría un incremento de 6 puntos en la penetración de la telefonía fija.

El tiempo está avalando esta tesis. Durante el año 2002 los mercados castigaron de forma desmedida la incertidumbre generada por un posible cambio en la línea del Gobierno Federal Brasileño, tal y como hemos podido observar en la evolución del indicador de riesgo-país de esa nación.

En estos momentos, las circunstancias han cambiado y del pesimismo imperante hace un año se ha pasado a un realismo cargado de buenas expectativas.

Por otro lado, la economía argentina tocó fondo en el segundo trimestre de 2002, y ya ha iniciado su recuperación, estimándose un crecimiento positivo del 3,1% para el año 2003. Igualmente, en los últimos años se consolida el

progreso económico y social de México y Chile y, para Perú, se espera la mayor tasa de crecimiento del PIB en 2003 de la región, que se estima, en media, en el 3,9%.

Estas mejores perspectivas para la región iberoamericana se ven, además complementadas por un cambio de escenario en el panorama internacional. Las incertidumbres que en los últimos tiempos han venido gravitando sobre la economía mundial derivadas de un conflictivo proceso en las relaciones internacionales parecen tener sus días contados.

Estamos tomando todas las iniciativas posibles para conseguir una mejor evolución relativa de la cotización de nuestra acción. Estas medidas, en un contexto de menor incertidumbre en el panorama internacional, tendrán que reflejarse en el valor de la acción, al tiempo que harán posible la continuidad en la mejora de la política de retribución al accionista.

D) PERSPECTIVAS OPTIMISTAS PARA EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES

A lo largo del año 2002, en diferentes intervenciones públicas, he comentado que el sector de las Telecomunicaciones está experimentando un proceso de transformación profunda, que se inició con una fase especulativa y vino seguida de una fuerte crisis, consecuencia de la sobreinversión y el retraso de la demanda respecto a las expectativas iniciales.

Pues bien, nuestro sector ya ha superado la denominada fase de “burbuja tecnológica”, así como el proceso de saneamiento y reajuste de las expectativas que le ha seguido. Por lo tanto estoy convencido de que, a partir de ahora, nos dirigimos a una fase de crecimiento sostenible.

Nuestro negocio principal continuará siendo la conectividad para las comunicaciones fijas y móviles.

Pero, aunque el negocio de voz seguirá siendo la principal fuente generadora de flujo de caja para el Grupo en los próximos años, las nuevas necesidades de comunicación, distintas del servicio de telefonía tradicional, son ya una fuente clara de crecimiento para nuestros ingresos.

Nuestra estrategia en los servicios de voz debe centrarse, no sólo en la política de control de gastos y de rigor en la ejecución de inversiones, sino que, además, debemos avanzar en el ajuste de nuestra oferta de servicios a las necesidades reales de los clientes, apoyándonos en nuestra capacidad de innovación y en nuestra vocación de mejora continua de la satisfacción de éstos.

Por otro lado, hoy por hoy, el negocio del acceso de Banda Ancha constituye la mayor oportunidad de crecimiento. Tengan por seguro que la Compañía no regateará en esfuerzos para aprovecharla, utilizando todas las opciones a su alcance, a través de líneas fijas o móviles, fibra óptica o satélite. Haremos posibles nuevos accesos con prestaciones personalizadas y adaptadas en cada momento a las necesidades específicas de los clientes.

En Telecomunicaciones fijas, la opción elegida por Telefónica para facilitar el acceso masivo a la Banda Ancha es el ADSL. El ADSL ofrece una buena combinación de precio, velocidad y conexión permanente que, ya a finales de 2002, alcanzaba un volumen de más de 1.400.000 accesos operativos, de los que un 68% se encontraban en España y el 32% restante en Brasil, Argentina, Chile y Perú.

En España, a finales de 2002, las inversiones en Banda Ancha superaban ya los 1.500 millones de euros, distribuidos en infraestructuras, desarrollo de servicios y creación de mercado.

Nuestra base de clientes de Banda Ancha nos garantiza la rentabilidad de las inversiones realizadas y constituye el punto de partida imprescindible para abordar nuevos negocios sobre el acceso de Banda Ancha, más allá de

la pura conectividad. Negocios éstos que pretendemos desarrollar con la colaboración de múltiples proveedores de aplicaciones, contenidos y dispositivos electrónicos.

Pasando ahora al ámbito de las Telecomunicaciones Móviles, si bien, también aquí, la voz seguirá siendo durante mucho tiempo la fuente principal de ingresos de este negocio, se aprecia un aumento progresivo de otras alternativas de comunicación, tales como el correo electrónico, la mensajería instantánea, los mensajes multimedia y los videos de corta duración. Estos servicios irán demandando, con su crecimiento, tecnologías cada vez más eficientes en el uso de los recursos disponibles. Ello será especialmente importante en la telefonía móvil, donde el espectro es limitado.

Tecnologías como el actual GPRS, el EDGE o el UMTS tienen su valor en el contexto de este aumento de la demanda de servicios de datos. El año 2002 ha sido especialmente rico en el despliegue de nuevas tecnologías móviles. Así, hoy día existen ya más de 100 redes en el mundo que proveen de mensajería multimedia (MMS), algo desconocido hace sólo unos meses, y empieza a extenderse el envío de imágenes y fotos entre usuarios de terminales móviles.

La mayor seguridad de la rentabilidad de nuestras inversiones, tanto en accesos fijos y móviles de Banda Ancha, como en plataformas de servicios y de relación con los clientes, es que son, y serán, rentables para ellos. La satisfacción y la fidelidad de nuestros clientes son nuestro mejor retorno.

Pienso que nuestro optimismo de cara al futuro está justificado, ya que nuestro sector es la base indiscutible para alcanzar ese objetivo de desarrollo económico y social que hemos convenido en denominar Sociedad de la Información y del Conocimiento.

Objetivo éste en el que debemos contar con el compromiso de todos los agentes involucrados en este proyecto: usuarios, proveedores de infraestructuras y plataformas, proveedores de aplicaciones y contenidos, y sociedad en general. Especial mención merecen los Entes Reguladores y de Defensa de la Competencia, que tienen el importante papel de garantizar la existencia de un marco legal con una agenda desreguladora predecible, que no ahuyente los capitales necesarios para hacer realidad este proyecto común de Sociedad de la Información.

La Unión Europea, y sus Estados Miembros, han de asumir su responsabilidad en el adecuado desarrollo de la Sociedad de la Información en Europa. En este sentido, se ha identificado ya una serie de actuaciones necesarias, que han de ser asumidas por todos los Estados Miembros, y que se han recogido en la comunicación sobre la situación de nuestro sector emitida por la Comisión de las Comunidades Europeas en Febrero de este año.

En Julio de 2003, España y el resto de los Estados miembros de la Unión Europea deben de haber completado la transposición de las nuevas Directivas sobre la regulación en materia de telecomunicaciones.

Telefónica ha cumplido su parte en el compromiso con la liberalización de las telecomunicaciones en España:

- ◆ Hemos puesto nuestras infraestructuras a disposición de los nuevos competidores, en los términos y plazos exigidos por el regulador, a pesar de que, de esta manera, se ha fomentado la reventa de servicios más que la innovación y la inversión en nuevas infraestructuras.
- ◆ Hemos bajado nuestras tarifas de forma significativa. Desde 1998 hasta Agosto de 2002, las tarifas de larga distancia nacional e internacional de Telefónica de España se han reducido ambas en torno a un 70%, frente a

un 49% en larga distancia nacional y un 44% en internacional, que son las reducciones medias en la Unión Europea.

También Telefónica Móviles España supera en sus reducciones de precios a las realizadas por los operadores móviles en otros países relevantes de Europa, como Alemania, Italia y Francia, con un 51% de bajada en nuestro país, frente a un 42% de reducción media de tarifas en la Unión Europea.

- ◆ Y, además de la importante bajada de tarifas en servicios ya existentes, hemos tomado la iniciativa en la creación de nuevos mercados y servicios, como ha sucedido en el caso que ya les he comentado con anterioridad de los accesos de Banda Ancha, en cuyo despliegue Telefónica ha anticipado un fuerte esfuerzo inversor que ha situado a España entre los países líderes de Europa en el uso de este tipo de infraestructuras.

Por todo ello, pensamos que es el momento de resolver algunos graves problemas que arrastra el modelo regulatorio en España.

Así, esperamos que el regulador español respete el espíritu de las nuevas Directivas europeas de dar prioridad a la actuación ex post, esto es, a la actuación a posteriori para corregir situaciones de falta de competencia en el mercado, frente a la regulación ex ante, evitando, por tanto, el establecimiento por anticipado de un marco regulatorio que ponga restricciones artificiales a la libre actuación y a la libre competencia entre los agentes del mercado.

Es preciso que el regulador deje a Telefónica competir libremente. Hemos visto que limitar la actuación comercial de cualquier operador, salvo que incurriese en prácticas predatorias, únicamente perjudica a los usuarios; que unos precios de interconexión que no reconozcan los costes reales frenan las inversiones y que el intervencionismo actual, en precios minoristas y mayoristas, desincentiva la innovación y el desarrollo de la Sociedad de la Información.

En este ámbito, pensamos también que es momento de adecuar las tarifas de interconexión a la realidad del mercado, en línea con lo que está sucediendo en otros países.

En definitiva, somos firmemente partidarios de una competencia efectiva, eficiente y sostenible entre plataformas diferenciadas, abiertas e interoperables, aceptando que el éxito de cada operador dependa de sus propios méritos y de los recursos arriesgados, sin imposición de obligaciones que distorsionen el mercado.

Cuando se nos achaca que disponemos de mayores cuotas de mercado que otros operadores equivalentes, no se dice que ello ha sido posible a pesar de contar con una de las regulaciones más exigentes y unas obligaciones de servicio universal injustas, que exceden las de cualquier otro país del mundo. Nuestra actual posición de mercado ha sido posible porque Telefónica ha hecho los mayores esfuerzos para convertirse en el operador más eficiente, ha gestionado sus inversiones de forma más adecuada que nuestros competidores y ha orientado sus capacidades comerciales y de innovación hacia los negocios de mayor crecimiento.

Deseamos que la futura Ley General de Telecomunicaciones facilite una aproximación progresiva y consistente del modelo regulatorio español en esta dirección, mediante un desarrollo reglamentario que estimule la innovación y permita alcanzar los objetivos establecidos por el Consejo de la Unión Europea para la Sociedad de la Información y, al tiempo, recuperar la confianza de los inversores en el Sector de las Telecomunicaciones.

También en el otro mercado natural para Telefónica, Iberoamérica, esperamos que los reguladores no reproduzcan los errores cuyas consecuencias se han sufrido ya en Europa y en Estados Unidos. La región debe aprovechar las lecciones aprendidas en otras partes del mundo en materia de modelos regulatorios.

La apuesta de Telefónica por Iberoamérica es de largo plazo, más allá de coyunturas macroeconómicas adversas, y compartimos las expectativas positivas que los expertos del sector tienen para esta región en el futuro cercano. Ahora bien, nuestra Compañía aspira a realizar su apuesta inversora en un marco regulatorio predecible y consistente, que favorezca el desarrollo sostenible de redes y servicios y el adecuado retorno de las inversiones. Es imprescindible que se preserven, en todos los países de la región, los fundamentos de la economía de mercado y el respeto a las empresas que depositan su confianza y sus recursos en estos países.

E. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE TELEFÓNICA PARA EL PERÍODO 2003-2006

Señoras y señores accionistas, en esta etapa de transformación del sector de las telecomunicaciones, hemos fijado para Telefónica una serie de objetivos estratégicos para el período 2003-2006, ambiciosos pero realistas.

Para medir el éxito en nuestra relación con los clientes, queremos ser el líder indiscutible en los negocios de las comunicaciones fijas, móviles e Internet en los mercados de habla hispana y portuguesa:

- ◆ Nos hemos propuesto la cifra de 100 millones de clientes a nivel mundial.
- ◆ Y sobrepasar los 5 millones de conexiones ADSL en nuestros mercados naturales.
- ◆ Nos proponemos aumentar entre un 30% y un 50 % la facturación del Grupo en cuatro años en moneda constante, y esto, fundamentalmente, mediante crecimiento orgánico.
- ◆ Al mismo tiempo, queremos mantener un margen de EBITDA consolidado por encima del 40%, y que todas las Líneas de Negocio de Telefónica aporten Resultado Neto positivo, en el 2005.

- ◆ Vamos a seguir potenciando nuestra política de generación de Flujo de Caja Libre, para el que estimamos un volumen acumulado entre los años 2003 y 2006 de más de 20 mil millones de euros.
- ◆ En cuanto a la deuda financiera, nuestro objetivo es situar la capacidad de repago total de la misma en un periodo de cuatro años.
- ◆ Y, por último, y quizás objetivo estratégico central, Telefónica debe alcanzar un porcentaje de Rentabilidad de dos dígitos sobre los Capitales Invertidos en el año 2005.

El objetivo es claro: más rentabilidad.

F. TELEFÓNICA: EMPRESA DE CONFIANZA

Señoras y señores accionistas, el año anterior me dirigía a ustedes para presentarles los valores y la cultura de Telefónica.

A lo largo de 2002 hemos implantado nuestra visión estratégica desde la convicción de que Telefónica es un Grupo de Empresas cohesionadas mediante un conjunto de valores corporativos propios.

Los valores de Telefónica son la base sobre la que queremos relacionarnos con todos aquellos que, directa o indirectamente, se acercan a nosotros. Unos valores que definen nuestra personalidad y que nos guían en el esfuerzo de cumplir el compromiso que hemos adquirido: generar confianza sostenible.

En este sentido Telefónica ha continuado, en este año, adquiriendo compromisos firmes y manteniendo una actitud responsable en su gestión del día a día. Por ello, nuestro trabajo, nuestro compromiso, se ha traducido en hechos concretos.

En primer lugar, hemos asumido un compromiso con el Gobierno Corporativo en toda su extensión. Así, durante 2002 Telefónica llevó a cabo una reordenación de las Comisiones de su Consejo, para cumplir las recomendaciones de encomendar dichas tareas únicamente a consejeros externos. Además, la Compañía aprobó un nuevo Reglamento Interno de Conducta y medidas de control y de transparencia en la información. Nuestro **Informe Anual en materia de Gobierno Corporativo**, que publicamos por primera vez y que se adjunta con la memoria 2002, recoge éstas y otras iniciativas de esta índole que la Compañía ha llevado a cabo durante el ejercicio.

En segundo lugar, hemos asumido también un compromiso con la **responsabilidad corporativa**.

Para ello, seguimos de cerca las actividades de responsabilidad social corporativa de la Unión Europea y de cuantos organismos se preocupan por ello. Así, hemos fundado, junto con Aguas de Barcelona, Repsol-YPF y BBVA, el Foro de Reputación Corporativa, que estudia y analiza éste y otros aspectos de la gestión de activos intangibles.

Por ello, hoy también están recibiendo Uds., junto con nuestro Informe Anual, nuestra primera Memoria de Responsabilidad Corporativa. Con esta memoria, que está basada en los principios del *Global Reporting Initiative*, la entidad más prestigiosa del mundo en materia de responsabilidad corporativa, hemos intentado sacar a la luz todo el valor de nuestros intangibles.

Y, en el ámbito de nuestra contribución a las sociedades en las que estamos presentes, no podemos olvidar la labor que viene realizando la Fundación Telefónica. Sólo en este último ejercicio, y a través de diversas iniciativas de acción social y cultural, se ha colaborado con más de 20.700 Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) para favorecer a más de 12 millones de

personas en todo el mundo. Y todo ello, además, se está apoyando en un intenso programa de Voluntariado Corporativo, gestionado de forma ejemplar por la Fundación Telefónica.

Y, en tercer lugar, hemos mantenido **nuestro compromiso con la investigación, el desarrollo y el avance en la sociedad de la información**. Este es un compromiso que nace de la naturaleza de nuestro negocio, pero que no queremos, ni debemos dejar de perseguir.

Y, para recalcarlo, sólo les daré algunos datos correspondientes al ejercicio 2002: nuestra inversión en Innovación Tecnológica en España superó los 1.400 millones de euros. Algo más de 500 millones de euros se dedicaron a I+D, el 68% de esta cantidad en España. Durante 2002, llevamos a cabo 170 proyectos de desarrollo de nuevas aplicaciones y servicios en telefonía fija y móvil. Para que se hagan una idea de la dimensión de nuestro compromiso con la I+D en España, les diré que Telefónica aporta cerca de un 10% de la inversión total en I+D del conjunto de las empresas privadas españolas.

Esos son nuestros compromisos. Y cumplir los compromisos, es, en nuestro criterio, el único camino válido para conseguir nuestro objetivo: ser el grupo de telecomunicaciones de confianza para todos aquellos con los que nos relacionamos. En ello nos va nuestra reputación.

G. CIERRE

Para terminar, quiero transmitirles, como accionistas de Telefónica, que toda la Compañía está enfocada en la mejora de la rentabilidad y que todos nuestros negocios van a contribuir a la misma.

Hemos sacrificado dudosos beneficios de presente por sólidos beneficios de futuro. Y ese esfuerzo nos hace hoy partir de una situación de ventaja que dará sus frutos y nos consolidará como una de las principales operadoras de telecomunicaciones del mundo.

Por último, es especialmente grato para mi destacar que Telefónica ha ampliado, durante el pasado ejercicio, su base accionarial en más de cien mil nuevos accionistas.

En nombre del Consejo de Administración de Telefónica, agradezco al millón setecientos mil accionistas de Telefónica la confianza que han depositado y depositan en la Compañía, y les animo a que sigan acompañándonos en este futuro lleno de prometedoras perspectivas que hoy se presenta ante nosotros.

Muchas Gracias.