

### Conferencia Internacional de Inversores en Rio de Janeiro

---

## **TELEFÓNICA REÚNE A MÁS DE 160 GRANDES INVERSORES PARA EXPLICAR SU ESTRATEGIA Y PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO**

**César Alierta :** "El Grupo no contempla una fusión entre iguales, pero se muestra receptivo a consolidaciones por Líneas de Negocio"

**Fernando Abril :** "La organización de Telefónica en Líneas de Negocio especializadas es una de las grandes claves que explica el logro simultáneo de rentabilidad y crecimiento"

**Madrid, 1 de marzo de 2001.-** El presidente de Telefónica, César Alierta, ha abierto hoy en Rio de Janeiro la Primera Conferencia Internacional de Inversores que celebra la Compañía y que tiene por objeto exponer a la comunidad financiera los fundamentos y las fortalezas en que se asienta el crecimiento futuro del Grupo, explicar la estrategia de desarrollo y solidez para los próximos años, así como mantener una política de transparencia informativa y diálogo permanente con los inversores de Telefónica.

César Alierta ha basado en cuatro factores la solidez de los fundamentos de Telefónica y su potencial de crecimiento: la amplia base de clientes, la fuerte capacidad operativa, el valor de sus activos intangibles y una estructura de negocio flexible y equilibrada.

Respecto al primer punto, Telefónica cuenta con más de 65 millones de clientes gestionados, en un mercado natural que abarca más de 500 millones de consumidores y con un fuerte potencial de crecimiento. En este sentido, el presidente del Grupo ha recordado que el crecimiento previsto para los próximos cinco años en Latinoamérica, zona en la que la Compañía se halla fuertemente posicionada, es superior al tamaño actual del mercado español. Cualquier fuente de crecimiento, ha dicho Alierta, debe basarse en los clientes, mediante la ampliación de su base, la mayor utilización o consumo de los servicios y la puesta en funcionamiento de nuevos servicios.

En cuanto a la capacidad operativa de Telefónica, César Alierta ha destacado que la Compañía presenta los mejores niveles de productividad en relación a la competencia en los mercados de Europa y Latinoamérica. Así, Telefónica de España ha cerrado el año con un ratio de 493 líneas por empleado, muy por encima de su inmediato competidor, y Telesp se mantiene a la cabeza del mercado latinoamericano con 790 líneas por empleado. Además, Telefónica registra una posición ventajosa en cuanto a cuotas en un mercado altamente competitivo y ha demostrado una capacidad de gestión capaz de colocar en la senda de la rentabilidad a distintas empresas adquiridas en el pasado.

En torno a la contribución de los intangibles, el presidente de Telefónica se ha referido, entre otros aspectos, a la fuerza de la marca, al profundo conocimiento de los mercados, a la credibilidad conseguida entre sus clientes y al establecimiento de unas fluidas y permanentes relaciones institucionales con los reguladores y gobiernos en los mercados donde opera.

Todas estas fortalezas se completan con una estructura de negocio y una organización flexibles que permiten a la Compañía mantener un fuerte posicionamiento en telefonía fija, telefonía móvil, Internet, banda ancha y contenidos, para de esta manera multiplicar la oferta de servicios a cualquier tipo de cliente.

El presidente de Telefónica se ha referido también hoy a la sólida posición financiera de la compañía, resultado de una prudente política inversora, lo que ha permitido el mantenimiento de los *rating* en un entorno europeo de generalizada revisión a la baja. César Alierta abordó las principales variables de la cuenta de resultados correspondiente al año 2000, el mejor ejercicio de Telefónica de los últimos años, en el que se ha registrado un crecimiento del 38,8% en el beneficio neto y un aumento del 24,1% en los ingresos. Alierta ha destacado que la generación de EBITDA de la Compañía excede las necesidades de crecimiento orgánico de la misma, lo que permite reducir la tasa de deuda.

A lo largo de su intervención, Alierta ha querido también dar respuesta a algunas de las cuestiones abiertas, que suscitan el interés de los inversores. Se trata de asuntos como la credibilidad del proyecto UMTS en Alemania, la incertidumbre generada por el entorno regulatorio y las posibilidades de participación de la Compañía en el proceso de consolidación del sector.

El presidente de Telefónica ha reconocido que el mercado no ha dado todavía su respaldo al proyecto de UMTS en Alemania y ha asegurado que la Compañía trabaja activamente para mejorar las bases de su entrada en el mercado alemán, de gran importancia para la estrategia del Grupo. En concreto, Telefónica trabaja con el objetivo de contar, desde el primer día, con una base sólida de clientes, compartir con otros operadores los esfuerzos de inversión para la construcción de la red y disponer de una organización efectiva.

Alierta, que se ha mostrado confiado en los buenos resultados de una política de diálogo permanente con los reguladores en cada uno de los países en los que opera la Compañía, ha garantizado a los inversores que cualquier política de adquisiciones o acuerdos con otros grupos se llevará a cabo bajo criterios de selectividad y no dilución

---

financiera; es decir, con compañías que complementen la posición competitiva de Telefónica y que permitan un aumento del EBITDA. Ese es el caso de la alianza con Portugal Telecom para el mercado brasileño, así como la compra de los activos de Motorola en el mercado de telefonía móvil de México.

En este punto, el presidente de Telefónica ha sido claro al explicar que el Grupo “no contempla una fusión de iguales, pero se muestra receptivo a operaciones de consolidación a nivel de las Líneas de Negocio, siempre que dichas operaciones supongan una complementariedad estratégica”. En cualquiera de los casos, ha dicho Alierta, Telefónica tiene una posición financiera y operativa que le permite afrontar con éxito operaciones de absorción “y no vamos a dar la espalda a las oportunidades que se nos presenten, siempre que supongan una complementariedad y potencien las fortalezas de la compañía”.

## Las cuatro prioridades de Fernando Abril

Tras la intervención del presidente, el consejero delegado de Telefónica, Fernando Abril, ha centrado su exposición a los más de ciento sesenta inversores que han asistido a la Conferencia, en explicar el modelo organizativo de la Compañía y las prioridades de gestión que se han marcado, tanto a nivel de Grupo como a través de las diferentes Líneas de Negocio.

Fernando Abril recalcó que el comportamiento de la Compañía se basa en fundamentales de negocio sólidos y duraderos, el consejero delegado de Telefónica explicó los objetivos de cada una de las Líneas de Negocio y agrupó en cuatro grandes bloques las prioridades del equipo gestor de la Compañía:

- mejorar los resultados en los negocios consolidados
- continuar la expansión en Latinoamérica
- hacer rentables los negocios en desarrollo
- mantener una política activa de promoción de nuevos negocios.

En relación a los negocios consolidados, el consejero delegado de Telefónica aseguró que la prioridad es aumentar la base de clientes existente y maximizar la generación de caja a largo plazo. En este bloque de negocios: Telefónica de España, Telefónica Móviles España y las operadoras latinoamericanas como Telesp, entre otros, Abril aseguró que “no podemos y no vamos a fallar”.

Tras completarse las principales fases de la liberalización, con la apertura del bucle local y el ajuste de tarifas, la regulación en torno a Telefónica de España se ha estabilizado. A juicio de Abril, es ahora el momento de concentrarse en dos objetivos irrenunciables: ganar la batalla por el ancho de banda con el desarrollo del ADSL, el aumento y segmentación de la base de clientes y la ampliación de la gama de productos y servicios y seguir aumentando la eficiencia. Este último objetivo se logrará a través de la redistribución de los recursos hacia una organización más comercial y la transformación de la Compañía en una organización *e-business*.

Sobre Telefónica Móviles, Abril aseguró que, después de haber alcanzado una muy alta penetración en el mercado y un claro liderazgo, la estrategia de la Compañía se basará en hacer un seguimiento de la rentabilidad por cliente y cuota de tráfico. Se potenciarán los planes de fidelización y el fuerte posicionamiento en el segmento de empresas, al tiempo que se ampliará el *portfolio* de productos.

Tras los excelentes resultados obtenidos por Telesp en el año 2000, el consejero delegado de Telefónica afirmó que 2001 será también un año de crecimiento. El principal objetivo marcado para la operadora brasileña se centra en acelerar el cumplimiento de las "metas" comprometidas con el regulador, lo que abrirá la puerta a nuevas oportunidades en el mercado local.

En cuanto a la Segunda prioridad del equipo gestor, es decir, la expansión en Latinoamérica, Abril explicó que se trata de aprovechar el liderazgo del Grupo en la región para ampliar los negocios, también en aquellos mercados donde aún no está presente la Compañía.

El éxito obtenido en São Paulo y el desarrollo en otras zonas de Brasil, país que representa el 40% del mercado de las telecomunicaciones en Latinoamérica, debe apoyar la consecución de nuevos objetivos en la región, a través de una política de adquisiciones. Esta estrategia se completará con el desarrollo y consolidación de las operaciones en áreas que, como el norte de Argentina y México, acaba de incorporarse el Grupo.

Hacer rentables los negocios en desarrollo constituye el tercer pilar de la estrategia diseñada por Telefónica, a la que se refirió su consejero delegado. Abril destacó su confianza en Terra-Lycos y el valor estratégico de Telefónica Media y los contenidos para el Grupo. En ambos casos el objetivo de sus gestores se centra en acelerar la consecución del *break-even* y el aprovechamiento de sinergias derivadas de la colaboración con otras Líneas de Negocio. El consejero delegado de Telefónica abordó la necesidad de impulsar el desarrollo de nuevos negocios y aprovechar todas las oportunidades que Telefónica puede afrontar, desde una posición de fortaleza financiera y operativa y claro liderazgo.

Por último, Fernando Abril ha defendido la organización de Telefónica en Líneas de Negocio especializadas pero con una gestión articulada desde el Grupo que añade valor y ha calificado el modelo como "una de las grandes claves de la Compañía para el logro simultáneo de rentabilidad y crecimiento". Este modelo —ha dicho— facilita el acceso a nuevas oportunidades, socios y alianzas y pone de manifiesto la plena capacidad de la Compañía.