

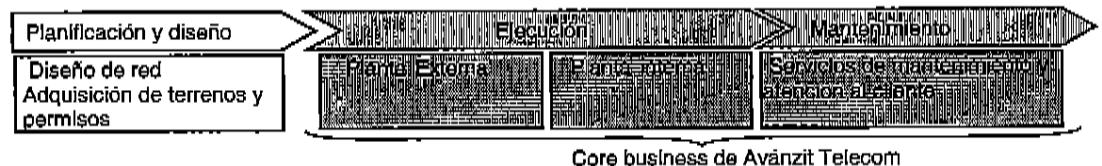
**INFORME EMITIDO POR AVÁNZIT, S.A. EN CUMPLIMIENTO DE LO PREVENIDO EN EL APARTADO 2 DE LA NORMA 3ª DE LA CIRCULAR 1/2000 DE LA CNMV.**

**1. EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO.**

Desde el punto de vista de las oportunidades concretas de negocio, es importante destacar los siguientes puntos, agrupados en atención a cada una de las ramas operativas del Grupo:

**Telecomunicaciones**

Avánzit Telecom opera en el negocio de provisión de ingeniería e infraestructuras de red, que se caracteriza por constar de las siguientes actividades:



Avánzit Telecom se especializa en la ejecución, tanto de trabajos de planta externa, como de planta interna, y el mantenimiento de redes para terceros, actividades generalmente externalizadas por la mayoría de los operadores de telecomunicaciones.

La liberalización del sector y la emergencia de nuevas tecnologías de comunicaciones hizo que se disparase la inversión en infraestructuras de red durante los ejercicios 1998-2000. Sin embargo, la tendencia cambió a mediados de 2001 como consecuencia principalmente de:

- Incumplimiento de las previsiones de despliegue de infraestructura por parte de los operadores alternativos.
- Elevado nivel de endeudamiento de los operadores como consecuencia de las fuertes inversiones acometidas.
- Despliegue desordenado de infraestructuras de red, llevando a la existencia de redes redundantes en los principales núcleos urbanos y a una total escasez en otras áreas de menor interés.
- Excesivo número de operadores y revendedores de telefonía fija, provocando la mayor caída de tarifas jamás experimentada en el sector, caída que ha llevado a muchos operadores a su desaparición.
- Excesivo endeudamiento de los operadores móviles, tras el pago de millonarias cantidades por la adjudicación de licencias UMTS.

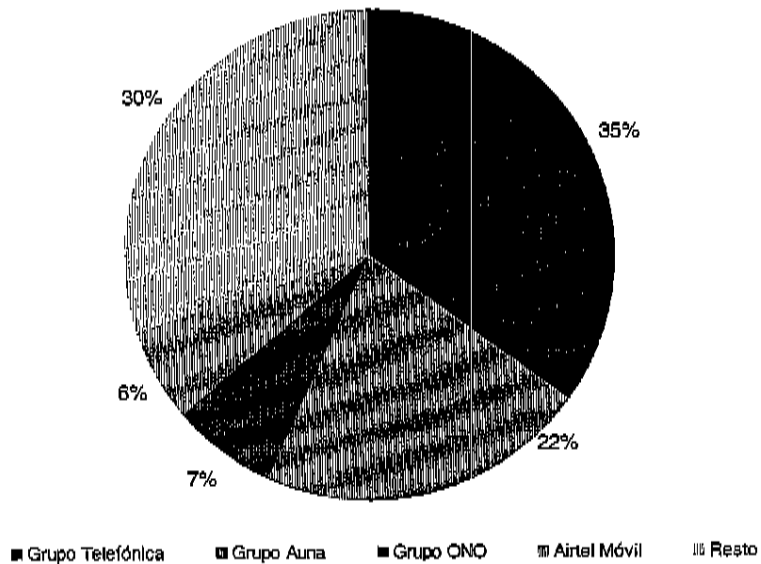


En la siguiente tabla se muestra la evolución de la inversión por tipo de operador.

€ Millones	1998	1999	2000	2001
Telefonía fija	3.253	3.273	4.281	3.410
Móviles	1.054	2.089	3.050	2.127
Cable	183	756	1.459	1.395
Servicios audiovisuales	-	-	1.176	581
<b>Total</b>	<b>4.490</b>	<b>6.118</b>	<b>8.790</b>	<b>6.932</b>

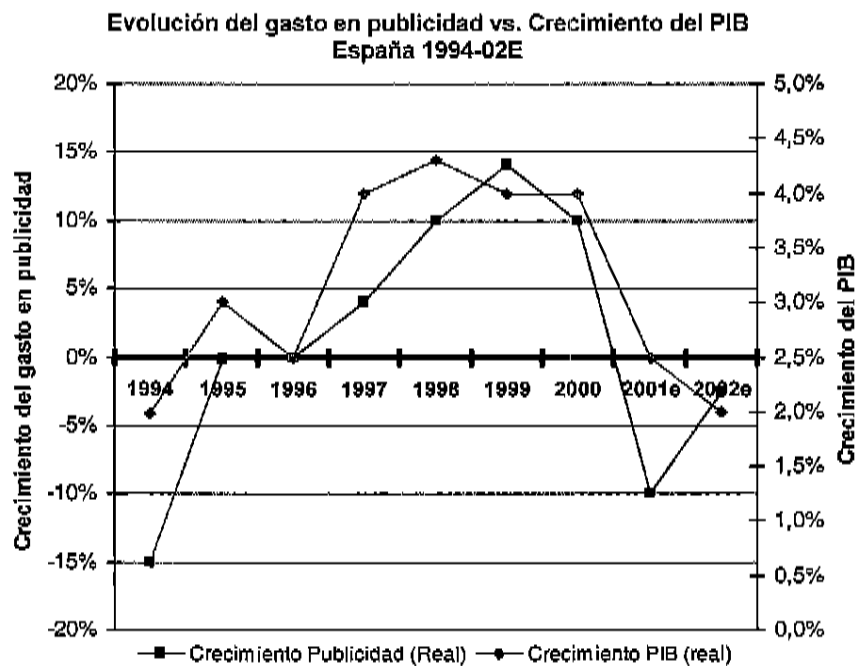
La tipología de operadores que contratan los servicios de empresas como Avanzit Telecom ha ido variando a raíz de la liberalización de los mercados y de la llegada de nuevas tecnologías de comunicación alternativas a las comunicaciones fijas. Así, mientras en el pasado Telefónica era el principal cliente de todos los competidores, casi en exclusiva, en 2001 la inversión se repartía de forma mucho más equitativa entre nuevos operadores de redes fijas, móviles, cable, etc.

Distribución de la inversión por grupos empresariales



## Media

El sector de media es muy dependiente de la publicidad, actividad que constituye su principal fuente de ingresos, siendo la televisión en abierto, la radio y la prensa escrita, las áreas más sensibles a las fluctuaciones de la misma.



Fuente: Zenith Media

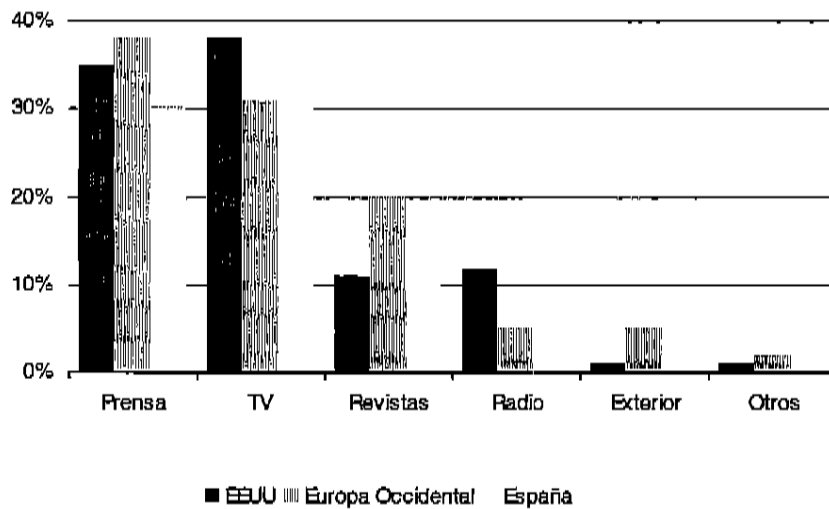
Tras una etapa de espectacular crecimiento, la tendencia se ha visto quebrada de forma espectacular en 2001, año en el que el sector ha experimentado una reducción de aproximadamente un 10%.

Algunos de los factores que han motivado la corrección antes mencionada son los siguientes:

- Tras un ciclo expansivo sin precedentes, importante desaceleración económica global y consiguiente recorte generalizado de presupuestos destinados a marketing y publicidad.
- Desaparición casi total del empuje aportado por la demanda de publicidad de la nueva economía surgida a raíz de la explosión de internet.
- Caída de precios fruto del desajuste entre el exceso de oferta de servicios y la escasez de demanda actual.



En cuanto a los medios, la facturación anterior se distribuyó como se muestra a continuación:



Fuente: XXX

Con aproximadamente un 40%, la televisión es el medio que concentra una mayor proporción del gasto español en publicidad, seguido por la prensa que representa un 30%.

El sector de media comprende una serie de actividades cuyos servicios se destinan a satisfacer las necesidades de los medios de comunicación (Televisión, Cine, Radio, Prensa/Publicaciones), y del de publicidad y marketing. Estas actividades son las siguientes:

- **Producción de contenidos:** esta actividad provee la materia prima objeto de ser exhibida/emitada/publicada, en función del medio de acceso al público final al que esté destinada.
- **Post producción de contenidos:** esta actividad agrupa una serie de servicios cuyo fin consiste en proporcionar valor añadido a la materia prima resultante del proceso de producción. Algunos servicios considerados en esta categoría, son el doblaje, la edición de imagen, texto y/o sonido, el empaquetado y los servicios técnicos.



- **Distribución de contenidos:** esta actividad engloba a empresas mayoristas de derechos de contenidos que se dedican a su reventa a empresas de exhibición/publicación/emisión de dichos contenidos para el cliente final.
- **Exhibición/publicación/emisión:** eslabón final de la cadena de valor del sector de media en contacto directo con el cliente final. Ejemplos de compañías en esta categoría serían cadenas de cine, canales de televisión, plataformas digitales, compañías de cable, etc.

Para los mercados en los que Telson desarrolla su actividad no existen estudios/análisis independientes de datos globales de facturación ni estudios de cuotas de mercado, no obstante se recogen a continuación las estimaciones de la Sociedad en relación a las actividades en las que opera:

- Post-producción:** en el supuesto de considerar únicamente la actividad de post-producción para publicidad, actividad que concentra el 60% del total de la facturación de post-producción en el Grupo, la cuota de Telson podría situarse en torno al 28%.
- Sonorización y doblaje, principalmente para la televisión y, recientemente, para el cine:** de acuerdo con las estimaciones de la compañía, la cuota de Telson en esta actividad se situaría entre el 5% y el 10%.
- Paquetización (empaquetado) y emisión de canales temáticos para emisoras de Televisión Digital y Televisión por Cable:** en Televisión Digital por Satélite existen más de 150 (XX) canales en emisión. Telson presta servicios de emisión y empaquetado para 15 (XX) canales lo cual representa un 10% del total. La Televisión por Cable (en la que Telson está emitiendo 27 canales desde abril de 2000) y la Televisión Digital Terrestre representan nuevas "ventanas audiovisuales" para las que aún es difícil ofrecer estimaciones de cuotas de mercado.
- Resto de actividades:** bajo este epígrafe quedarían englobados los servicios técnicos y los de comunicación corporativa.

En servicios técnicos, Telson ocuparía destacado lugar a través de su filial Videorepor, mientras que en comunicación corporativa, el puesto ocupado por Telson resulta difícil de determinar, al tratarse de un mercado muy fragmentado.

Respecto a los principales competidores, cabe destacar que Telson cuenta con una clara posición de liderazgo, estando presente en todos los segmentos de mercado. Este factor, representa un factor diferencial respecto de la gran mayoría de las compañías del sector.



A continuación detallamos los principales competidores de la compañía en cada una de las actividades en las que Telson opera:

Área de negocio	Competidores más significativos
Post-producción para publicidad, cine y televisión	Vídeo-Efecto, Molinare, Viva-Vídeo, Mad-pix, Filmtel, La Truka, Imagen Line, Virtual, Ovídeo TV, Oframe, Visor Estudios, etc.
Doblaje	Exa, Abaira, Tecnison, etc.
Empaquetado de Canales	Las propias plataformas digitales, Multicanal, Molinare, Media-Park, Europroducciones, etc.
Comunicación corporativa	EDT y Mediapark en eventos. En vídeo corporativo, el sector está muy atomizado
Servicios Técnicos	TSA, Mediapark, Mediapro

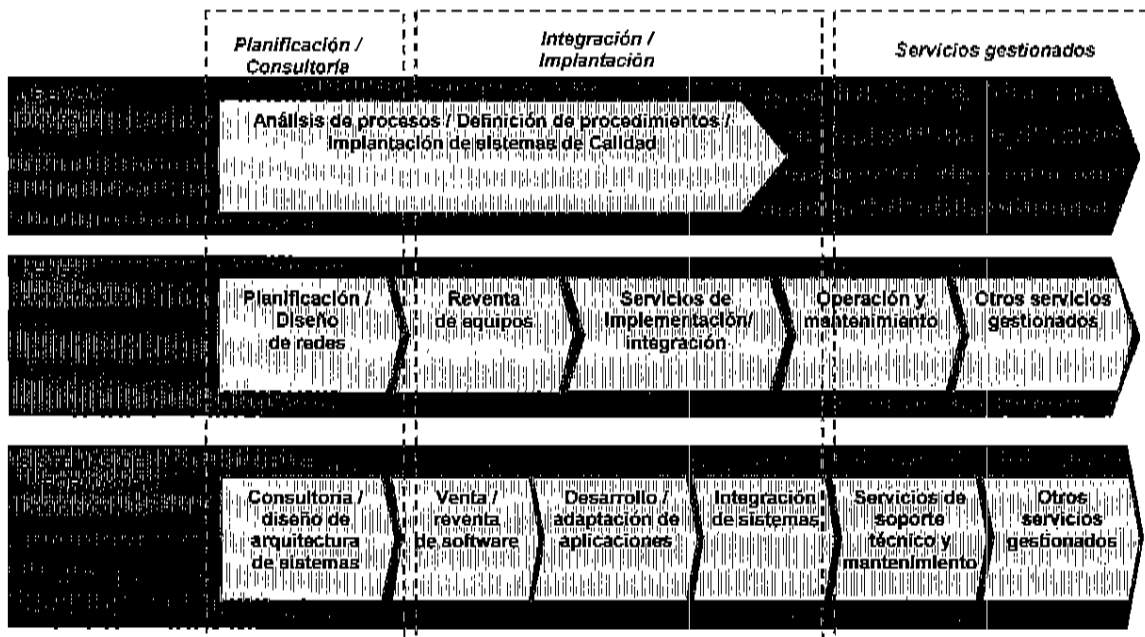
A continuación se muestran los principales clientes de la División:

Área de negocio	Cientes más significativos
Post-producción para publicidad, cine y televisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de publicidad (nacionales e internacionales): Young &amp; Rubicam, Bassat, Ad hoc, Tandem, etc.</li> <li>- Productoras de spots publicitarios: Pirámide, Tesauro, Álamo, Guadiana, Albiñana; Marcha, Propaganda, Spka, 925, etc.</li> <li>- Canales de televisión en abierto y de pago</li> </ul>
Doblaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productoras y distribuidoras de cine.</li> <li>- Canales de televisión en abierto y de pago</li> </ul>
Empaquetado de Canales	Canal Satélite Digital, Disney Channel, Vía Digital, Turner, Universal, Estreno Digital, Auna Cable, Eurosport <ul style="list-style-type: none"> <li>- Canales de Televisión: TVE, TVE2, A3TV, T5, PSN, ETB, HBO Latin America</li> </ul>
Comunicación corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grupos empresariales:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eventos: JP Morgan, Telefónica, Canal +, Vía Digital, SEAT</li> <li>- Vídeo corporativo: Loewe, logista, BBVA, SEAT</li> </ul> </li> <li>- Instituciones públicas: UNED; Fundación La Halambra, etc.</li> </ul>
Servicios Técnicos	EDT, TSA, Productoras de televisión, Canales temáticos, A3T, T5, Sogecable



## Tecnología

La actividad fundamental de Avánzit Tecnología se basa en una ingeniería especializada en las Nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, con una amplia experiencia en la ejecución de proyectos “llave en mano”, que aporta soluciones globales a sus clientes en las siguientes áreas:



El principal valor añadido de Avánzit Tecnología es proporcionar e integrar soluciones de Comunicaciones y Sistemas altamente especializadas y complejas a grandes clientes para potenciar sus estrategias de negocio.

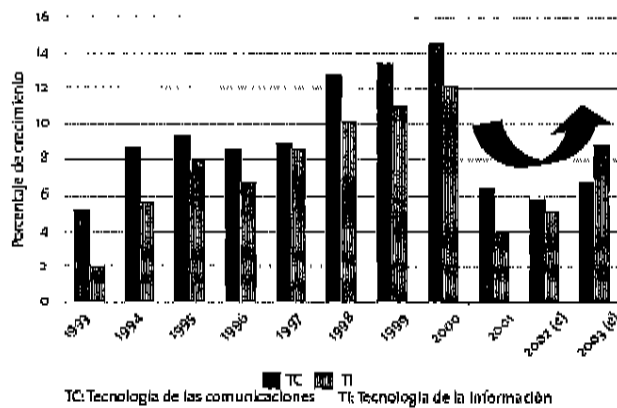
La industria de TI en España ha registrado un fuerte crecimiento en los últimos cinco años, pasando de un tamaño de mercado de 5.800 millones de euros en 1995 a 14.700 millones de euros en 2001, lo que representa un crecimiento medio anual compuesto del 17%. Sin embargo, desde mediados de 2000, y especialmente durante el ejercicio 2001, el mercado ha registrado un descenso significativo en su ritmo de crecimiento como consecuencia, fundamentalmente, de:

- La caída de la inversión empresarial en tecnologías de la información, que había alcanzado unos niveles muy elevados durante 1998 y 1999.
- La desaceleración económica registrada en 2001.
- El elevado endeudamiento de las operadoras de telecomunicaciones, que ha provocado un recorte en nuevas inversiones.
- Las incertidumbres derivadas de los acontecimientos del 11-S, que han intensificado el esfuerzo empresarial por reducir gastos y nuevas inversiones.

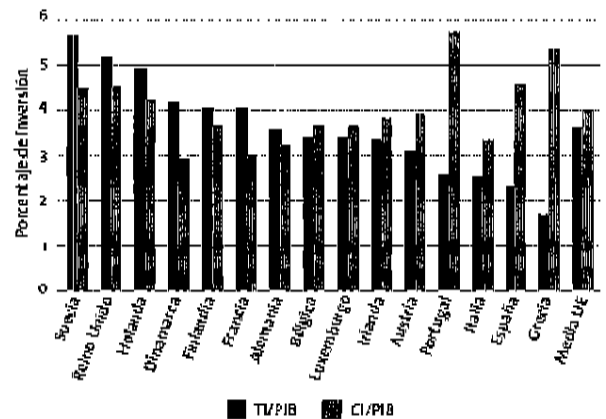


De cara al futuro, el sector de tecnología (distinguiendo entre Tecnología de Información y de Comunicaciones) muestra las siguientes perspectivas:

- Tras una fuerte desaceleración de crecimiento en 2001, fuentes como EITO en su informe 2002 estiman la recuperación del sector:
  - En 2002 para las Tecnologías de la Información (TI)
  - En 2003 para las Tecnologías de la Comunicación (TC)
- La realidad de 2002 parece postponer las anteriores estimaciones en, al menos, 1 año
- No obstante, sí parece razonable esperar que, en términos relativos, el segmento TI se recupere antes y crezca a mayor ritmo que el de TC, compensando así el importante GAP de inversión que tradicionalmente ha favorecido a esta última, sobretudo en España, como se observa en los gráficos que se muestran a continuación:



Fuente: Eurobarómetro flash 104, junio 2001.



Fuente: EITO 2002.

En términos generales, las actividades desarrolladas por Avanzit Tecnología estarían enmarcadas dentro de los siguientes segmentos de mercado:

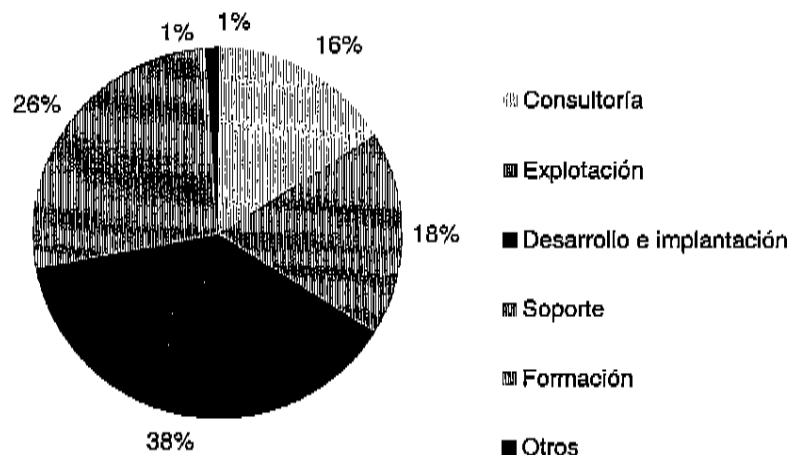
- Hardware. Dentro de este mercado, las actividades de la compañía se centran en el segmento de hardware de comunicaciones, que incluye fundamentalmente de las actividades de ingeniería e instalación de hardware de red y de conmutación. En 2001 la facturación del mercado por este concepto alcanzó los 470 millones de euros, registrando un crecimiento del 28% respecto a la cifra del año anterior. Este segmento de mercado representa el 13% del mercado total de hardware en España.





- **Software.** Este mercado ha sido en los últimos años uno de los principales motores de crecimiento de la Industria de TI en España, registrando crecimientos medios anuales por encima del 20% en los últimos 5 años. Dentro de este mercado, la actividad realizada por Avanzit se enmarca, de manera fundamental, dentro del segmento de software de comunicaciones. Este segmento de mercado alcanzó un tamaño a finales de 2001 en torno a 178 millones de euros, lo que representa el 16% del mercado total de software y supone un crecimiento del 13% respecto a las cifras de 2000.
- **Servicios informáticos.** Este mercado ha sido, junto con el de software, uno de los segmentos de mercado que ha registrado un crecimiento más intenso en los últimos años. Concretamente, en los últimos 5 años este mercado ha registrado un crecimiento medio ponderado de casi el 20%, pasando de un tamaño de 1.800 millones de euros en 1996 a casi 4.000 millones de euros en 2001. Este segmento de mercado incluye las siguientes actividades: consultoría, explotación, desarrollo e implantación, soporte y formación. Al igual que el mercado en términos globales, este segmento de mercado ha registrado una ralentización del ritmo de crecimiento en 2001 que, no obstante, ha sido todavía muy significativo (en torno al 16%). El detalle de la facturación de cada una de estas actividades es el siguiente:

Desglose del mercado de servicio informáticos.

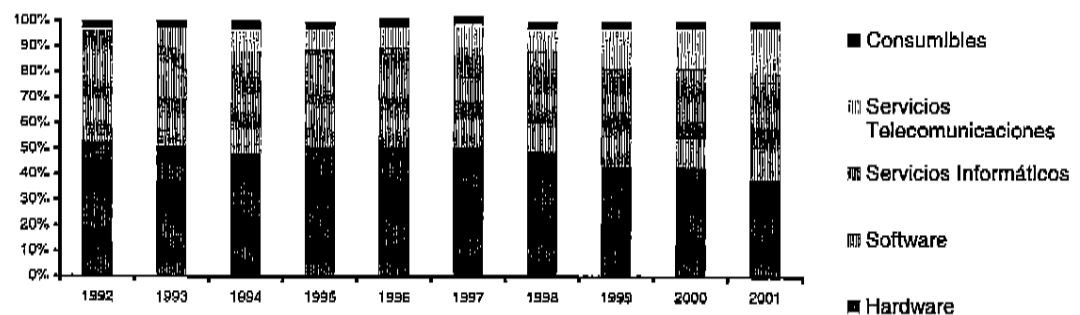


Fuente: Sedisi



Respecto a la evolución de los distintos segmentos de mercado que componen esta industria, cabe señalar que en los últimos años se ha producido una variación significativa de la ponderación de cada segmento de mercado sobre el mercado total. De esta manera, se ha registrado un crecimiento significativo de los segmentos de software y servicios de informática, y por otro lado, se ha puesto de manifiesto, fundamentalmente en los últimos años, una desaceleración e incluso decrecimiento del segmento de hardware.

Evolución de los segmentos de mercado.



Fuente: Sedisl

A pesar de que el mercado ha iniciado un proceso de consolidación en los últimos años, todavía no se trata de un mercado altamente concentrado. El tamaño de los grandes competidores ha crecido paralelamente con la aparición de nuevas compañías de pequeño tamaño, que han intentado aprovechar el ciclo alcista de los cinco últimos años. Durante los próximos años se espera que el mercado consolide este proceso, de manera que el número de competidores se reduzca y aumente la cuota de mercado de los principales competidores.

El factor diferencial entre Avanzit y el resto de sus competidores radica en la oferta integral que proporciona la Compañía, y que le permite llevar a cabo un proyecto desde la fase inicial del mismo (diseño), hasta su puesta en funcionamiento y posterior gestión.

### Mercado Latinoamericano

El Grupo Avanzit prestaba hasta el año 2001 servicios en México, Guatemala, Jamaica, El Salvador, Perú, Argentina, Chile, Brasil y Colombia. Durante el ejercicio 2002 se ha abandonado las actividades en toda Latinoamérica salvo en Argentina y Perú.

Durante el ejercicio 2002 el Grupo ha reducido significativamente su presencia en el mercado latinoamericano, tanto territorialmente, como en el ámbito de las actividades que desarrolla en el mismo. Actualmente, el Grupo desarrolla actividades de planta externa, mantenimiento de redes y sistemas para terceros, así como actividades de consultoría y atención al cliente.



## 2. PRESUPUESTO PARA EL AÑO 2003

La previsión de resultados del Grupo para el ejercicio 2003 es la siguiente:

### **PRESUPUESTO CONSOLIDADO 2003**

#### CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	<i>Miles de Euros</i>	
	<b>A</b>	<b>B</b>
<b>Ventas</b>	<b>111.914</b>	<b>87.076</b>
Coste de ventas	(45.743)	(40.485)
<b>Margen Bruto</b>	<b>66.171</b>	<b>46.591</b>
Gastos de explotación	(62.416)	(49.269)
<b>EBITDA</b>	<b>3.755</b>	<b>(2.677)</b>
% sobre ventas	3,4%	-3,1%
Provisiones de explotación	(209)	(174)
Amortizaciones	(6.036)	(1.511)
<b>EBIT</b>	<b>(2.489)</b>	<b>(4.362)</b>
% sobre ventas	-2,2%	-5,0%
Resultados financieros	(3.234)	(2.785)
Resultados extraordinarios	64.192	62.910
Amortización del fondo de comercio	(9.672)	(8.004)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>48.797</b>	<b>47.759</b>
% sobre ventas	43,6%	54,8%
Impuesto sobre sociedades	(45.256)	(44.846)
<b>Resultado Neto</b>	<b>3.541</b>	<b>2.913</b>
% sobre ventas	3,2%	3,3%
Resultado atribuido a socios externos	(427)	
<b>Resultado atribuible a la sociedad dominante</b>	<b>3.114</b>	<b>2.913</b>
% sobre ventas	2,8%	3,3%

**A** Presupuesto estimando que Telson se vende al final de primer semestre, es decir, aporta resultados durante medio año.

**B** Presupuesto suponiendo que Telson se hubiera vendido al principio del ejercicio 2003 y, por tanto, no aporta resultado durante el ejercicio 2003.



### **3. PLANES DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN**

El Grupo Avánzit, S.A. se encuentra en una delicada situación financiera y, como consecuencia de la misma, los Administradores del Grupo, ante la imposibilidad de obtener financiación bancaria o materializar una ampliación de capital, han decidido, con el consentimiento de la Intervención judicial, poner a la venta su filial Telson Servicios Audiovisuales, S.L. con el objeto de obtener los recursos necesarios para poder liquidar las reestructuraciones necesarias en las diferentes sociedades del Grupo.

Tanto Avánzit, S.A. como sus filiales Avánzit Telecom, S.L.U y Avánzit Tecnología, S.L.U. se encuentran en situación legal de suspensión de pagos. Dicha situación se espera levantar a lo largo del ejercicio 2003 mediante la firma de los convenios con los acreedores. La propuesta de convenios que previsiblemente se formulen tendrá como objetivo dotar al Grupo de viabilidad futuro, así como poder cumplir con lo comprometidos derivados de la firma de esos convenios. No obstante lo anterior, el Grupo prevé la necesidad de 25 MME, aproximadamente, destinados al cumplimiento de los compromisos con los acreedores anteriormente mencionados. En este sentido, los Administradores del Grupo están efectuando sus mejores esfuerzos para la obtención de esa financiación.

Los planes de inversión en el corto y medio plazo se restringen a la reposición de activos que queden obsoletos o fuera de uso.

### **4. PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD**

En cuanto a los principales riesgos de la sociedad, nos remitimos a la información publicada en nuestras recientes comunicaciones a C.N.M.V. relativas a las cuentas anuales de Avanzit S.A. y Grupo Consolidado, sin que hayan existido variaciones sustantivas. En resumen, son de notar los distintos procedimientos de suspensión de pagos en curso, correspondientes a Avanzit, S.A., y a sus filiales Avanzit Tecnología, S.L., y Avanzit Telecom., S.L., así como los procedimientos de liquidación y de suspensión de pagos de Avanzit Ena SGT, S.A., filial de Avanzit Tecnología, S.L..

En cuanto a litigios de relevancia, igualmente nos remitimos a las citadas comunicaciones, siendo de consideración los detallados en las cuantas anuales como relativos a Bami Inmobiliaria de Construcciones, S.A., y a Teleconsorcio y sus consorciados (Nec Corporation, Nissho Iwai Corporation, Mitsui & Co. Ltd. y Sumitomo Corporation), sin variación de entidad a la fecha del presente.

### **5. COMPROMISOS ADOPTADOS**

No existen compromisos adoptados por los accionistas significativos de la entidad relativos a la permanencia en el capital de la empresa, su participación en ulteriores operaciones de financiación o su permanencia al Consejo de Administración.

