

LA COMISION NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

COMUNICACIÓN DE HECHOS RELEVANTES

TECNOCOM, Telecomunicaciones y Energía, S.A. con el presente escrito da cumplimiento, en los términos del artículo 82 de la Ley 25/1998, de 28 de julio, del Mercado de Valores y del artículo 5º de la Orden Ministerial de 22 de diciembre de 1999, a las obligaciones informativas derivadas de su carácter de entidad emisora, cuyos valores se negocian en el segmento denominado Nuevo Mercado, en lo que respecta a la obligación de informar al menos una vez al año de manera específica sobre la marcha y evolución del negocio, así como de las perspectivas del mismo.

La información que a continuación se transmite y comunica en forma de Hecho Relevante, complementa los siguientes aspectos:

- Hechos más relevantes del ejercicio 2004
- Organización
- El entorno económico en las actividades de *TECNOCOM*.
- Evolución de los Negocios
 1. Telecomunicaciones
 2. Industrial
- Líneas maestras plan estratégico
- Hitos relevantes en materia de calidad y medio ambiente
- Hechos significativos posteriores al cierre del ejercicio 2004.
- Inversión y financiación
- Descripción detallada de los principales riesgos de la sociedad
- Evolución de los compromisos adoptados por los accionistas significativos

HECHOS MÁS RELEVANTES DEL EJERCICIO

- En febrero de 2004, TecnoCom remitió a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) sus Reglamentos Internos siguientes:
 - o Reglamento de la Junta General.
 - o Reglamento del Consejo de Administración.
 - o Reglamento Interno de Conducta.
 - o Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
 - o Reglamento de la Comisión de Auditoría.

- En el mes de abril Iberdrola adjudicó a TecnoCom el despliegue de la segunda fase para 2004 de la red de Iberdrola PLC en la Comunidad Valencia y en Madrid. Este despliegue incluía el suministro de tecnología y equipos diseñados junto con su socio tecnológico Toyocom y basados en el chip de DS2, del que ambas compañías son licenciatarias, permitiendo con ello la transmisión de datos, voz e imágenes por las líneas eléctricas de baja y media tensión.

- A finales de abril de 2004, TecnoCom renovó un año más su certificación como Premier Partner de CISCO.

- En el mes de mayo TecnoCom, integrador líder de soluciones de tecnología PLC (Internet a través de la red eléctrica) y Networking, y el propietario mayoritario de la empresa portuguesa CEC, acordaron constituir una Joint Venture para ofrecer tecnología y servicios avanzados en el mercado portugués. El resultado exitoso desde 2003 de las pruebas piloto de transmisión de datos y voz desarrolladas en ONI (compañía operadora de telecomunicaciones del grupo de la compañía eléctrica lusa EDP) con TecnoCom como suministrador de equipos PLC y servicios asociados, ha llevado a ofrecer un apoyo local de mayor envergadura a través de esta Joint Venture.

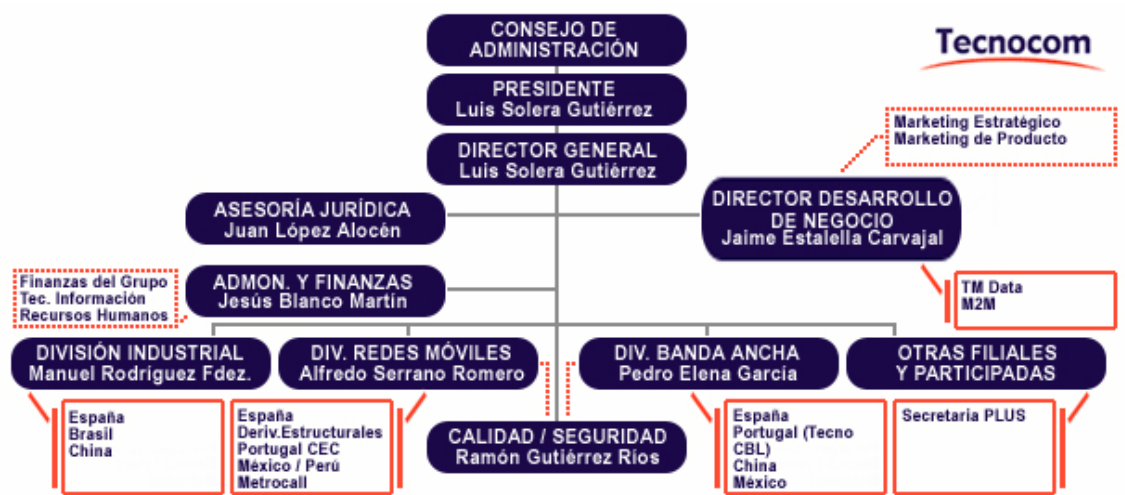
- En junio de 2004, TecnoCom presentó una reformulación de sus Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio 2003, consistente en incluir la dotación de una provisión por importe de 2,4 millones de €, para acometer un Expediente de Regulación de Empleo en la fábrica de IB-MEI, S.A.U.

- En el mes de julio de 2004 TecnoCom vendió 590.699 acciones, equivalentes al 2,11% del capital de AMPER, S.A, quedando por entonces su participación reducida al 10,12% .

- En el mes de diciembre de 2004, las compañías Indra y TecnoCom resultaron adjudicatarias del concurso convocado por Conmex (Concesionaria Mexiquense, S.A. de C.V). perteneciente al grupo español OHL, para proveer el sistema de gestión de tráfico y sistema de peaje en la Fase 1 del Circuito Exterior Mexiquense del Estado de México del que esta empresa es concesionaria. Ambas compañías acudieron en consorcio a este concurso, creando una sociedad participada al 50% por cada parte para desarrollar este proyecto. La oferta del consorcio TecnoCom/Indra se materializa en la provisión del sistema llave en mano, incluyendo su desarrollo e implantación, puesta en servicio y mantenimiento preventivo y correctivo.

- Ese mismo mes, TecnoCom comunicó la venta de 900.000 acciones, equivalentes al 3,22% del capital de Amper, S.A., a un precio de 4,10 euros por acción. Su participación en el capital social de Amper, tras esta operación, quedó reducida al 6,5%.

ORGANIZACIÓN



EL ENTORNO ECONÓMICO EN LAS ACTIVIDADES DE TECNOCOM

□ ECONOMÍA MUNDIAL

El año 2004 ha sido uno de los mejores de las últimas décadas para la economía mundial. El crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) mundial fue de un 4% aproximadamente, frente al 2,5% registrado el año anterior.

Los grandes países en desarrollo experimentaron un crecimiento muy elevado, principalmente China (8,8%), Rusia (8,0%) e India (6,0%). Estados Unidos y Japón crecieron más del 4% y siguieron aventajando a Europa en la recuperación. La expansión también se produjo en algunos países de América Latina.

Este crecimiento, en el caso de Estados Unidos, fue impulsado inicialmente por la inversión y el consumo privado. Sin embargo, en Europa y Japón el componente principal de crecimiento fueron las exportaciones, y gran parte del aumento de la demanda externa que se originó en los países en desarrollo.

Para el año 2005 se estima un crecimiento más moderado, debido a las subidas de tipos en Estados Unidos, a la ralentización de la demanda en China y a los efectos retardados del encarecimiento del crudo. Todo ello se plasmará en un ritmo más lento de expansión en los países desarrollados.

En *Estados Unidos*, la economía continúa creciendo a buen ritmo, impulsada por los sustanciales estímulos fiscales y monetarios. Según el Gobierno norteamericano, el PIB creció un 4,7% en 2004, frente al crecimiento del 3% del año anterior.

Para el año 2005 se prevé una disminución en el crecimiento de la productividad y un aumento en los costes unitarios de la mano de obra. Este hecho, sumado a la maduración del ciclo de inversiones, a una disminución gradual del estímulo fiscal y al aumento de los costes del petróleo, contribuirá a desacelerar el crecimiento.

Japón mantiene también altas tasas de crecimiento, debidas principalmente a la contribución de sector exterior; aunque existe incertidumbre sobre la evolución de la demanda interna. El PIB japonés experimentó un aumento del 2,6% durante el año 2004. Su crecimiento se sustenta en un crecimiento muy elevado de las exportaciones y, en menor medida, de las importaciones. Esto se traduce en un gran excedente por cuenta corriente. En el ámbito monetario, los tipos de interés se han mantenido muy bajos, y desde abril cesó la intervención en los mercados de cambios, tras destinar el Banco de Japón 15 billones de yenes en el primer trimestre a frenar el ascenso de la moneda. Por otra parte, la reestructuración empresarial ha elevado los beneficios y han disminuido los préstamos incobrables en poder de la banca.

Gran parte del dinamismo exportador japonés se debe a sus vecinos asiáticos, cuyas economías crecen a ritmos elevados. En **China**, el aumento del PIB se sitúa en el 8,8%. Desde el año pasado las autoridades chinas han intentado reducir el crecimiento con medidas para frenar la inversión en algunos sectores y limitar los préstamos bancarios, para que el crecimiento sea más sostenible. Hasta ahora se han percibido algunas señales que podrían anunciar una cierta ralentización, aunque los indicios son aún mixtos, y en todo caso, se mantiene un alto nivel de actividad. En la vecina **Corea del Sur** el consumo privado se muestra débil y se ha reducido el tipo de interés en un cuarto de punto para reactivarlo.

En otros países emergentes la expansión es también notable. Así, la economía en **Rusia** alcanzó un crecimiento del 8%.

Por lo que respecta a **América Latina**, un informe de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) registra un crecimiento para esta área del 4,7%, cifra que triplica la del año 2003. La recuperación se extenderá a casi todos los países, impulsada por unas exportaciones que aprovecharán un tipo de cambio más competitivo y el alza de los precios de materias primas. No obstante, cabe recordar que en algunos casos, como en Argentina, Venezuela o Uruguay, tal recuperación se produce tras profundas caídas. En el conjunto del área, casi la mitad de los habitantes vive por debajo del umbral de pobreza y el nivel de PIB per cápita se encuentra cercano al de seis años atrás.

Entre los riesgos e incertidumbres del panorama internacional cabe destacar los vinculados al mercado del petróleo, donde el aumento de la demanda, unido a numerosos problemas por el lado de la oferta, origina un nivel de precios sensiblemente más elevado de lo que se había anticipado. También persisten otras dificultades como las vinculadas a las tensiones geopolíticas, el abultado déficit fiscal en algunas economías o los desequilibrios externos. Además el escenario previsto de tipos de interés al alza, ya iniciado en Estados Unidos y Reino Unido, puede suponer un riesgo para aquellas economías donde el endeudamiento de las familias es alto, si bien se espera que el encarecimiento del precio del dinero se produzca de forma gradual, de forma que su impacto pueda absorberse sin perjudicar sensiblemente la expansión de la economía mundial.

□ ECONOMÍA EN LA ZONA EURO

La economía en la Zona Euro creció un 2% en 2004, lo que significa un aumento de medio punto porcentual con respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que en el conjunto de la Unión Europea (UE-25) el incremento alcanzó el 2,3%, frente al 0,9% del año anterior, según la estimación hecha pública por la Oficina Europea de Estadísticas Eurostat.

La Zona Euro continúa con la recuperación de su economía pero a un ritmo de crecimiento mucho más moderado. El mayor dinamismo de la economía internacional está favoreciendo las exportaciones, especialmente en Alemania. En contrapartida, en esta última economía, la demanda interna continúa muy débil, al contrario de lo que sucede en Francia, donde constituye el principal impulso de expansión.

La inflación, medida por la tasa interanual del Índice de Precios al Consumo (IPC), sigue superando el objetivo del 2%, impulsada por los precios energéticos y los aumentos impositivos y de precios administrados.

La economía en **Alemania** ha experimentado una moderada recuperación, impulsada esencialmente por el dinamismo de las ventas al exterior. El sector exterior fue por tanto el motor del crecimiento del PIB durante el 2004, creciendo por encima de las importaciones. La demanda interna se mantuvo, un año más, estancada. La inversión en maquinaria y equipo se frenó y la construcción continuó en declive. La caída de la confianza de los consumidores se acentuó a finales de año, debido a un descenso de las expectativas de renta. Estas últimas, sin duda, están vinculadas a la subida de los precios petrolíferos y a la desfavorable evolución del mercado laboral. El descenso de la confianza también se ha extendido a los analistas financieros (según el índice del Instituto Alemán ZEW) y a los empresarios (según el indicador Ifo).

Al contrario que en la economía germana, el principal apoyo de la recuperación en **Francia** es la demanda interna. El alza del consumo privado contribuyó de forma importante al crecimiento, siendo también destacable la aceleración en la formación bruta de capital fijo. Sin embargo, el sector exterior no tuvo un buen comportamiento ya que las exportaciones fueron ampliamente superadas por las importaciones. En el periodo 2004 la economía francesa creció un 2,5%.

La economía de **Italia** sigue presentando una actividad muy débil, ya que la recuperación de las exportaciones no consigue dinamizar la demanda interna. Ha experimentado un crecimiento del PIB del 1,2%.

Fuera de la Zona Euro, se ha mantenido elevado el ritmo de crecimiento de la economía del **Reino Unido**, con un crecimiento del 3,1% en términos de PIB. La demanda interna fue el principal impulso, con avances importantes en el consumo privado, gasto público y formación bruta de capital fijo, mientras que la aportación de la demanda externa fue neutral, con avances similares en exportaciones e importaciones.

□ ECONOMÍA ESPAÑOLA

La economía española no parece haber sido afectada por los atentados del 11 de marzo, y el PIB creció un 2,6% en 2004, una décima más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. Este dato confirma una suave aceleración por segundo año consecutivo. La demanda interna fue el componente que más aportó al crecimiento del PIB, a diferencia del sector exterior, que realizó una contribución negativa. El crecimiento de la economía española se sigue sosteniendo en la construcción y en la demanda privada.

Con respecto a la inversión, la formación bruta de capital fijo experimentó una significativa aceleración debida, sobre todo, al favorable comportamiento del componente de equipo y otros productos. La inversión en construcción, sin embargo, moderó su ritmo de crecimiento.

Por lo que se refiere a la demanda externa, su aportación al crecimiento del PIB es negativa, como resultado de una desaceleración en el ritmo de las exportaciones de bienes y servicios y una aceleración de las importaciones debido, en parte, a la caída del

gasto de los turistas. Este deterioro del saldo real, unido al descenso de la relación real de intercambio, se traduce en un aumento de la necesidad de financiación exterior.

La recuperación del sector industrial también se percibe en la orientación al alza del Índice de Producción Industrial (IPI) durante el año 2004, por un comportamiento más positivo de las industrias de bienes de equipo, así como en el incremento de la utilización de la capacidad productiva en el sector, factor que debe contribuir, entre otros, a consolidar la recuperación de la inversión en equipo, compensando la esperada moderación del avance de la construcción.

La Encuesta de Población Activa (EPA) refleja una reducción a lo largo del año en el ritmo de avance de los ocupados debido al flojo desempeño de los sectores de la industria y de la agricultura.

El número de parados registrados en el Instituto Nacional de Empleo (INEM) disminuyó en 41.197 personas en el año. Así, la cifra total de parados a 31 de diciembre se situó en 1.670.290, lo que se traduce en una Tasa de Paro del 10,38%.

En lo que respecta a los precios, la inflación de la economía española se sitúa en 3,2% que es dos décimas superior a lo estipulado por la Unión Europea en el Pacto de Estabilidad.

Las condiciones monetarias y financieras en las que se ha desarrollado la economía española en 2004 se han mantenido, un año más, muy holgadas contribuyendo al crecimiento de la demanda interna. La magnitud del impulso monetario queda reflejada en el contraste entre el crecimiento nominal de nuestra economía, estimado en torno al 6,3% para el conjunto del año, y el nivel de los tipos de interés. Así, el tipo de interés de referencia del Banco Central Europeo se ha mantenido sin variación en el 2% desde junio de 2003.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE TECNOCOM

DIVISIÓN DE TELECOMUNICACIONES

Como sector y tomadas en su conjunto, las Telecomunicaciones han dejado de estar en crisis. La carta de naturaleza a esta afirmación procede de los resultados conseguidos por las nueve principales telefónicas europeas en 2004. La suma de sus beneficios en el 2004 asciende a 15.341 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 21,2% sobre el año anterior.

Las empresas de telecomunicaciones han centrado sus esfuerzos en sanear sus activos deteriorados, en vigilar el destino de las inversiones, en aplicar políticas de recorte de costes liderados por las reducciones de plantilla, y en reducir sus gastos financieros mediante una rebaja de su endeudamiento.

En España, el Índice IBEX Nuevo Mercado se revalorizó un 30% a lo largo del 2004, mientras que el Índice estadounidense Nasdaq Composite lo hizo en un 8%.

El mercado de las Telecomunicaciones es, según diversos analistas bursátiles, una buena y segura opción para los inversores a medio y largo plazo. Pese al tibio comportamiento que estas compañías han tenido en los mercados bursátiles en lo que va de año, señalan que es un momento adecuado para entrar, esperar y mientras beneficiarse de las buenas retribuciones que dan a sus accionistas.

UNIDAD DE REDES FIJAS Y MÓVILES

Para esta Unidad de Negocio del Grupo TecnoCom, el año 2004 ha sido un año de alto nivel de crecimiento, con unos ingresos cercanos a los 38 Millones de euros, que suponen un incremento del 63% sobre el 2003.

A pesar de la creciente presión de precios en el sector, favorecida por un entorno de crisis que, afortunadamente, quedó atrás, la Unidad de Negocio de Redes Móviles ha logrado mantener unos márgenes aceptables en su gestión de la actividad, y reducir significativamente sus costes de estructura. Esto ha permitido mejorar el EBITDA en más de 9 puntos porcentuales.

TECNOCOM ESPAÑA

- El año 2004 se ha caracterizado por un aumento de la inversión de parte de los principales actores del sector, tanto operadores como fabricantes. Por una parte, y como consecuencia de la reducción significativa de inversiones de años anteriores y las dificultades administrativas para el despliegue de nuevas infraestructuras, se ha producido una disminución del nivel de calidad de las redes de telefonía móvil y, como consecuencia, los operadores celulares han dedicado mayores inversiones a la actualización y modernización de la misma.

Por otra parte se ha producido el esperado lanzamiento de las infraestructuras para la tercera generación de telefonía móvil con un despliegue agresivo de UMTS, donde la adjudicación por parte de Telefónica Móviles a TecnoCom de estos servicios para las principales capitales del litoral mediterráneo (Barcelona, Alicante, Málaga, entre otras), de alto nivel de tráfico por la demanda turística, ha supuesto un incremento de nuestra facturación del 38% respecto a 2003.

TecnoCom es suministrador directo de Telefónica Móviles y contratista principal de Siemens para Vodafone y Amena, y participa activamente en la mejora de las infraestructuras para la segunda generación (GSM/GPRS) así como en el despliegue de la tercera (UMTS).

Al despliegue de Estaciones de Radio se han unido proyectos como los de suministro de equipamiento auxiliar vía acuerdos con fabricantes multinacionales para la distribución de productos de cobertura móvil (antenas, repetidores, piconodos UMTS) y la realización de proyectos de ingeniería de cobertura en interior de edificios, y coberturas de telefonía móvil 2G y 3G en espacios y edificios singulares (Metro, grandes superficies y edificios corporativos).

- En este escenario, TecnoCom en España ha incrementado su cifra de ventas, a través de un proceso de diversificación de clientes y no sólo por el empuje de las Redes Móviles. En este aspecto cabe destacar que TecnoCom sigue siendo, a pesar de la incorporación de nuevos instaladores, el primer suministrador en despliegue de las infraestructuras de la red de radio de Telefónica Móviles España, y un suministrador preferente de Telefónica Móviles del proyecto Spica de instalación y mantenimiento de la red Trunking de las Fuerzas de Seguridad del Estado, así como de Telefónica de España en sus proyectos de acceso inalámbrico LMDS de la Red Rural de acceso celular construida con el apoyo de los fondos comunitarios.
- Igualmente la participación de TecnoCom en los despliegues de las redes de las operadoras de LMDS sigue siendo este año 2004 muy importante, especialmente en NeoSky y Broadnet. Destacar también que TecnoCom ha sido uno de los tres suministradores que ha participado en la primera fase del despliegue para la cobertura por LMDS.
- Asimismo cabe resaltar la participación de TecnoCom como único suministrador e instalador de infraestructuras de casetas de fibra para equipamiento eléctrico en las subestaciones de Red Eléctrica Española.
- En paralelo, TecnoCom ha homologado diversas soluciones de mimetización de infraestructuras con los principales agentes (Operadores y Administración), habiendo desarrollado las ingenierías de mimetización de varios emplazamientos. A pesar de las aún bajas inversiones en los proyectos de Reducción del Impacto Visual, TecnoCom sigue posicionado en los proyectos que han llevado a cabo el Grupo Telefónica y Auna y espera que, dadas las presiones sociales ante el impacto visual de las infraestructuras, este mercado crezca de una manera espectacular en los próximos años.
- Dada la escasez y dificultad de contratar emplazamientos adecuados para la instalación de antenas de telefonía móvil, se han realizado acuerdos con empresas

inmobiliarias y hoteleras para poner, a través de TecnoCom, sus locales y terrazas a disposición de los operadores celulares. TecnoCom se responsabiliza de los trabajos de adecuación e instalación de dichas infraestructuras.

- La política de contención de gastos y reducción de costes ha continuado presente en este ejercicio, de cara a optimizar el margen operativo de sus operaciones en curso, ajustando los recursos a las necesidades que impone el mercado, así como potenciando cambios organizativos que han mejorado la gestión operativa y la atención a los clientes. La reactivación de las inversiones en redes por parte de los Operadores y Fabricantes, manifestada ya en 2004 y previsiblemente sostenible a corto-medio plazo, así como las medidas puestas en marcha por TecnoCom en cuanto a la potenciación de la incorporación de producto a la cadena de valor en las Redes Móviles y Fijas, augura una situación de mercado privilegiada para afrontar dichos trabajos y consolidar a la compañía como líder en el sector.

CEC - PORTUGAL

- El esperado aumento de inversiones por parte de los Operadores celulares durante el año 2004, ha permitido un incremento de la cifra de negocio de CEC Portugal de un 65% respecto a 2003, con unos beneficios después de impuestos del 5% de la cifra de facturación.
- Este crecimiento se ha sustentado, principalmente, en el despliegue de la tecnología UMTS en las principales ciudades del país, así como por las necesidades de proyectos especiales de ingeniería de cobertura celular requeridos para eventos como la Eurocopa 2004, tanto en hoteles, como estaciones de metro, etc.

EUROINSTA DERIVADOS ESTRUCTURALES

- El inicio del despliegue de la tecnología UMTS en España se ha basado principalmente en 2004 en ubicación en emplazamientos existentes de Segunda Generación. Por esta razón, su efecto sobre el negocio de fabricación de estructuras metálicas, torres y casetas de Euroinsta Derivados Estructurales ha sido mínimo.
- Ante esta situación, siguiendo una estrategia de diversificación de clientes y mercados, Euroinsta Derivados ha desarrollado una solución específica de infraestructuras de casetas de fibra para equipamiento eléctrico en las subestaciones de Red Eléctrica Española.
- A lo largo de 2004 se ha podido constatar que existe una demanda creciente tanto de la ciudadanía como las instituciones de soluciones técnicamente equivalentes con un impacto arquitectónico y urbanístico mínimo. La demanda de este tipo de infraestructuras este año ha estado en torno a unos 150 emplazamientos.
- En lo referente a la mimetización de emplazamientos de estaciones base celulares, Derivados Estructurales ha desarrollado la ingeniería y fabricado los primeros prototipos para los operadores Telefónica Móviles y Amena, así como el Grupo AUNA en sus emplazamientos LMDS y celulares. La experiencia de Euroinsta

Derivados en la construcción de infraestructuras de mimetización con materiales que minimizan las atenuaciones de las ondas de radio, unida a la experiencia de TecnoCom España en la integración de soluciones de antenas y equipos de radio, nos sitúan en una posición claramente competitiva.

REGIÓN LATINOAMÉRICA

- Las previsiones de los analistas del Citigroup para el bienio 2004-2005 suponen un crecimiento económico en la Región de Latinoamérica cercano al 4%. En lo que respecta al mercado de las Telecomunicaciones, según la consultora Gartner, registrará un crecimiento anual medio del 8% en el período 2004-2007, muy por encima del 3,4% de Europa Occidental, y sólo superado por el 8,2% de Oriente Medio y África.
- Se estima que el mercado de la telefonía móvil en Latinoamérica generará en 2008 unos ingresos totales de 35.000 millones de dólares y 180 millones de usuarios, una cifra que casi duplica los 19.000 millones de dólares y 118 millones de usuarios que supuso el mercado en 2003.
- Existe un gran potencial de crecimiento del negocio celular en la región, dadas las bajas tasas de penetración en un mercado de más de 500 millones de habitantes. A estas atractivas expectativas del sector se añade el hecho de que el entorno competitivo está mejorando tras la adquisición por parte de Telefónica Móviles de las operaciones de BellSouth en 10 países de la Región y el posicionamiento igualmente agresivo de América Móvil.
- En el año 2004 las actividades de la División de Redes Móviles y Fijas en la Región de Latinoamérica se han seguido centrando principalmente en los mercados y clientes de mayor potencial, siendo éstos México, Brasil y la Región Andina.
- Las sociedades de TecnoCom en la Región de Latinoamérica han dirigido su acción comercial enfocándose en la diversificación de su oferta en cada país, tanto en clientes como en tecnologías, especialmente en el desarrollo de soluciones tecnológicas avanzadas basadas en equipamientos de comunicaciones en banda ancha (alámbricas e inalámbricas), equipamientos de cobertura (amplificadores, repetidores, antenas especiales), equipamientos de energía (fuentes de alimentación, rectificadores, paneles solares), etc.
- Un claro ejemplo de esta diversificación ha sido la adjudicación de un concurso de señalización de autopistas y sistemas de peaje en México DF con Concesionaria Mexiquense (Grupo OHL), en joint-venture con Indra Sistemas.
- Adicionalmente, TecnoCom ha puesto un énfasis especial en sus soluciones de mantenimiento integral de redes, así como soluciones de mimetización de infraestructuras.
- En **Brasil**, TM Data ha venido desarrollando en Brasil su negocio “Gateway Multiprotocolo” que permite el desarrollo de aplicaciones de datos móviles sin importar el tipo de operador (celular, trunking, paging) o la tecnología utilizada (GSM/GPRS, CDMA/1xRTT, iDEN/Packet Data).
- Como resultado, se han alcanzado acuerdos estratégicos con los operadores móviles GSM Telecom Italia (TIM) y Claro (América Móvil) para ofrecer de manera

preferencial a sus clientes las soluciones de TM Data, al ser el único proveedor en Brasil de un servicio de conectividad de datos móviles a través de una red segura. Haciendo uso de un nodo de acceso a la red propio (Access Point Node), Tecnom se convierte en un agregador de tráfico GPRS para pequeñas y medianas empresas en Brasil.

- La evolución de la compañía ha sido positiva, aunque con un crecimiento más lento de lo esperado. Una de las principales razones ha sido que el mercado de transmisión de datos en Brasil ha crecido por debajo de lo previsto debido al alto coste de los equipos de comunicación de datos.
- Sin embargo, en la segunda mitad del ejercicio 2004, la expansión de la tecnología GPRS ha provocado una activación del mercado, que ha llevado a TM Data a triplicar en el mes de diciembre su cifra de negocio comparada con la alcanzada en los primeros meses del año.
- Se ha ampliado la cartera de clientes a nuevos sectores, antes muy centrada en seguimiento de vehículos, incorporando como clientes a Instituciones Financieras, Sector Público y empresas de vigilancia y seguridad.
- **México** ha resultado ser el motor de los ingresos de Redes Móviles y Fijas en Latinoamérica de Tecnom, con un incremento espectacular de los ingresos respecto de 2003 del 240%. El suministro de infraestructuras de Torres y Casetas para Telefónica Móviles de México, así como los servicios de Instalación, han supuesto un volumen de negocio cercano a los 20 Millones de euros. Tecnom ha venido desplegando en 2004 el remanente de cartera de 2003 y, adicionalmente, resultó adjudicatario del concurso de Obra y Servicios de Telefónica Móviles por un monto cercano a los 10 Millones de euros. En México, en total se han fabricado en 2004 más de trescientas casetas y doscientas torres.
- Tecnom resultó también adjudicatario del concurso de Repetidores Celulares 2004. El proyecto mantiene una cartera considerable de pedidos para el año 2005, en el que Tecnom ha sido de nuevo adjudicatario para el nuevo programa de inversiones.
- A finales de 2004, Tecnom resultó adjudicatario de Concesionaria Mexiquense (OHL México) para el suministro en Joint-Venture con Indra de un sistema de control de tráfico, señalización y peaje para una autopista de circunvalación de México DF.
- En el **Mercado Andino**, de menor tamaño, Tecnom ha venido desarrollando con eficiencia sus contratos varios (instalaciones y obra civil) con el Grupo Telefónica en Perú. Como parte de una estrategia de diversificación basada en la venta de equipos, Tecnom Perú ha vendido equipamientos para Estaciones de Radio CDMA (antenas y duplexores) a Telefónica Móviles. Para Telefónica Red Fija, se han vendido más de 10.000 equipos para líneas ADSL.
- En 2004, Tecnom Perú fue adjudicatario al 100% de los servicios de instalación de la Telefonía Rural Satelital VSAT para Telefónica del Perú, así como del suministro de paneles solares para alimentar dichos emplazamientos.
- Adicionalmente, desde este enclave de la Región Andina, hemos venido desarrollando las oportunidades de negocio en la región derivadas de la adquisición de la operadora Bellsouth por parte de Telefónica Móviles, principalmente en

Ecuador y Colombia, que esperamos fructifiquen en contratos rentables a lo largo de 2005.

UNIDAD DE BANDA ANCHA

- La Unidad de Negocio de Banda Ancha, como integrador de sistemas y soluciones de “networking”, centra sus actividades en la ingeniería, diseño, suministro, despliegue, mantenimiento, operación y optimización de redes IP (Internet Protocol) y acceso de banda ancha, tanto en España como en otros países donde TecnoCom tiene presencia a través de subsidiarias o acuerdos de colaboración con terceros.
- En su segundo año de andadura, la Unidad de Negocio de Banda Ancha ha tenido un crecimiento que ha permitido su consolidación como uno de los pilares de la actividad de TecnoCom en el mercado de las Telecomunicaciones.
- De forma similar al año anterior, el foco principal de la Unidad de Banda Ancha ha girado en torno a la tecnología PLC (Power Line Communications), de la que TecnoCom es pionero e integrador líder en el mundo. En este sentido, TecnoCom ha recibido la confianza de compañías que han apostado por esta tecnología para el despliegue de sus redes de acceso. Como integrador de proyectos llave en mano con tecnología PLC, TecnoCom ha cosechado éxitos, tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional.
- La Unidad de Negocio de Banda Ancha ha seguido consolidando su estrategia de alianzas con socios tecnológicos como DS2, Cisco, Toyocom, Lucent, Jeizer, entre otros, permitiendo ofertar a nuestros clientes proyectos con el más alto nivel de tecnología y conocimiento del mercado.
- La Unidad de Negocio de Banda Ancha ha tenido un crecimiento superior al 200% en comparación con el 2003, pasando de 5,5 Millones de euros en el 2003 a 16 Millones de euros en el 2004, con un EBITDA de 1,4 Millones de euros.
- La Unidad de Banda Ancha cuenta una plantilla cercana a las cien personas, 80% de los cuales son titulados superiores, realizando labores de ingeniería e Investigación y Desarrollo (I+D) para seguir siendo el referente mundial y el modelo de integrador que nuestros clientes necesitan.

ESPAÑA

- TecnoCom ha mantenido una posición muy activa en el mercado español con la tecnología PLC. Su excelente relación con las Compañías Eléctricas y Operadores de telecomunicaciones ha sido un elemento esencial a la hora de depositar su confianza en proyectos de gran envergadura.
- A comienzos del 2004, TecnoCom consiguió la segunda adjudicación del despliegue comercial con tecnología PLC de Iberdrola que se ha realizado en la Comunidad de Madrid y en la Comunidad Valenciana, convirtiéndose en un referente a nivel mundial tanto por su tamaño como por su tecnología.

- La red PLC de Iberdrola está ya preparada para abordar un tercer despliegue en el año 2005 con tecnología de segunda generación que permitirá velocidades de hasta 200Mbps por segundo.
- La nueva generación de equipos PLC supondrá el banderazo de salida para que otras Compañías Eléctricas líderes del sector decidan realizar despliegues a gran escala con ofertas de “triple play” (voz, datos y video), que estarán muy por encima en prestaciones a ofertas de otros Operadores basadas en ADSL.
- Como evangelizador de esta tecnología, TecnoCom ha ayudado a poner en marcha planes de negocio para convertir a las pequeñas Compañías Eléctricas en microoperadores de telecomunicaciones que ofrezcan servicios de voz y datos a sus clientes.
- Dentro del foco de las tecnologías de acceso de banda ancha para proveer soluciones de acceso a internet a alta velocidad, TecnoCom ha realizado proyectos para hoteles y empresas en toda la geografía española.
- Como socios tecnológicos de Lucent y Cisco Systems, se han realizado grandes proyectos como las ampliaciones de las centrales de conmutación del Operador gallego de cable R Telecom, así como la cobertura inalámbrica WIFI en los edificios de la Presidencia del Gobierno.
- Entre sus clientes principales del año 2004, hay que destacar a Cisco Systems, Nokia, Telefónica Data, Broadnet, Grupo R, Unión Fenosa, Iberdrola, Endesa y Meliá, entre otros.
- La diversificación en mercados y tecnologías ha sido una de sus principales metas en el 2004. Para conseguir este objetivo TecnoCom ha incorporado en el área comercial profesionales de gran prestigio que provienen de compañías punteras del sector de las Telecomunicaciones, fabricantes e integradores.

PORTUGAL

- El mercado de banda ancha portugués se caracteriza por una oferta mucho más competitiva en precio y velocidad si lo comparamos con el mercado español de ADSL. En este contexto los operadores de telecomunicaciones portugueses están muy activos en las búsqueda de alternativas al bucle de abonado que les proporcionen soluciones para sus clientes competitivas en precios, fácilmente escalables y sin dependencia del operador tradicional.
- El hecho más relevante en el mercado portugués durante el año 2004 ha sido la finalización de todas las pruebas piloto de tecnología PLC en las cuales TecnoCom ha tenido un papel esencial para dar paso a la publicación de concursos, con objeto de desplegar comercialmente a comienzos de 2005 dicha tecnología.
- El proceso de realización y negociación de ofertas se cerró a finales de año, dando como resultado que TecnoCom ha sido elegida por el operador de telecomunicaciones portugués Oni conjuntamente con Electricidade de Portugal (EDP) para el proyecto llave en mano de puesta en marcha de la red de acceso a internet y telefonía con PLC.

- La nueva red comenzará a desplegarse de inmediato en las zonas de mayor densidad de población como Lisboa y Oporto, para cubrir durante una segunda fase otras áreas del país. Para el año 2005 se tiene como objetivo conectar más de 10.000 hogares con esta tecnología.
- Para la ejecución de este proyecto, TECNOCOM ha creado una compañía especializada para dar soporte local a las operaciones de ingeniería, despliegue y suministro. El nombre de esta compañía es TECNOCBL, con base en Lisboa. Apoyada en todo momento por TecnoCom, esta compañía será la encargada de garantizar el éxito del proyecto.

LATINOAMÉRICA Y CARIBE

- Los todavía bajos índices de penetración de telefonía fija, junto con el interés de los gobiernos de los países de América Latina en extender dicho servicio a la mayoría de la población, han generado un mayor interés en la tecnología PLC del que ya de por sí había en la zona.
- En el año 2004, TecnoCom ha ampliado los acuerdos de colaboración con empresas locales para el seguimiento de oportunidades de negocio relacionadas con PLC, teniendo posibilidad de ofrecer propuestas muy competitivas en Argentina, Cuba, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Uruguay y Venezuela.
- Es importante destacar que el seguimiento de los proyectos y las oportunidades que se están gestionando desde nuestras oficinas locales en México, Perú y Brasil.

MÉXICO

- TecnoCom consolidó durante el año 2004, la prueba tecnológica desarrollada en Jocotitlán, desarrollada conjuntamente con el Grupo IUSA y con la Comisión Federal de Electricidad (CFE). En dicha prueba se ofrecen servicios de voz y datos a un total de 50 usuarios en una zona rural del Estado de México.
- A lo largo del segundo semestre del 2004 se desplegó una red de PLC en la ciudad de Morelia, perteneciente al estado de Michoacán. Este despliegue fue concluido con éxito a comienzos del 2005.
- En febrero de 2005, Vicente Fox, Presidente de México, realizó una visita a dicha prueba piloto en la que además de comprobar la viabilidad de la tecnología PLC, manifestó el apoyo del Gobierno del país en el desarrollo de iniciativas relacionadas con esta tecnología.
- Durante 2005 se esperan los primeros despliegues masivos de tecnología PLC, lo que consolidará la posición de TecnoCom en la prestación de soluciones extremo a extremo a los Operadores que utilicen dicha tecnología.

CHINA

- A finales del ejercicio TecnoCom llegó a un acuerdo con la empresa china China Gridcom Co. (CGC), filial de Shenzhen State Power, para comercializar servicios y productos de la tecnología PLC en China. Esta compañía es, a su vez, empresa subsidiaria de State Grid Corporation, una de las compañías eléctricas más importantes del país.
- Esta empresa ya está fabricando y comercializando equipos PLC en China desde hace tres años, y ante el esperado despegue de esta tecnología en ese país durante 2005, considera que TecnoCom es por su experiencia el mejor aliado para ese mercado. La demanda de servicios de banda ancha en China sigue creciendo a ritmos del 300% en los últimos años, y el PLC se va a convertir en una tecnología clave tanto para el acceso como para el reparto de la señal dentro de los hogares.
- En el año 2005 se espera llevar a cabo las primeras pruebas comerciales en varias ciudades de China, lo que podría representar el inicio de los despliegues masivos en este importante país del continente asiático.

OTRAS INVERSIONES EN TELECOMUNICACIONES

SECRETARIA PLUS

- Durante el año 2004, Secretariaplus ha consolidado tanto su negocio “on-line” como su negocio “off-line”. Su principal activo es la base de datos de las secretarías inscritas, que ya ha alcanzado una cifra de 60.000.
- En el año 2004, se celebraron dos ediciones de “Exposecretaria”, en mayo en Barcelona y en octubre en Madrid, coincidiendo con sendos Congresos de Secretarías y Ayudantes de Dirección. Ambos eventos se celebraron con gran éxito y participaron más de 5.000 secretarías de toda España, y más de 150 empresas expositoras.
- El portafolio de servicios facturados exploró todas las áreas posibles de ingresos, consolidando algunas importantes secciones, como son la Formación “on-line” y “off-line”, servicios de selección de personal, servicio de traducciones y la publicación de la Guía de las secretarías, con un importante éxito de patrocinios. Se ha incrementado también de forma importante las campañas de marketing en Secretariaplus.
- Lo más destacable de 2004, ha sido la constitución del Consejo Profesional del Secretariado, del que ya forman parte más de 800 secretarías que pagan una cuota anual. Este organismo se ha constituido como colegio profesional del secretariado privado con los mismos servicios que un colegio profesional. También hay que destacar el lanzamiento de “La Guía de los restaurantes para Directivos”, junto al Grupo Godó de comunicación, que se venderá en quioscos a lo largo de 2005.
- Secretariaplus creció el 2004 con respecto al año anterior un 37% mientras que los gastos se incrementaron en tan sólo un 16%.

M2M

- Durante el año 2004, TecnoCom ha desarrollado una versión mejorada del producto de gestión de máquinas expendedoras (vending machines) de bebidas frías y calientes –Tecnovend-. Dicho software ha sido implantado en el operador de vending Disival (Grupo Casbega) en un proyecto piloto de un alcance de 100 dispensadores automáticos de bebidas.
- Tecnovend gestiona las ventas e incidencias y alarmas (cambio exacto, producto agotado, etc) en dichas máquinas expendedoras por cada línea de producto y canal. En ambos casos, dicha información se envía vía SMS a un centro de control, instalado en las oficinas del cliente Disival, que consolida la información del parque de máquinas conectado.
- A finales de 2004, TecnoCom inició una colaboración con el fabricante de máquinas vending Azkoyen para diseñar un equipamiento de telemetría de máquinas de tabaco para el operador portugués Tabaqueira.
- En el mercado de control de equipos industriales, TecnoCom mantiene desde 2003 un sistema automatizado de control de máquinas frigoríficas con clientes de la Asociación de Cítricos del Levante español. Dicho sistema permite la monitorización automática y remota de los parámetros de conservación de productos perecederos (temperatura, humedad) y es capaz de emitir alarmas y ponerse en contacto con un operario de mantenimiento cuando alguno de estos parámetros se desvía de un rango programado.

DIVISIÓN INDUSTRIAL

Introducción

- El ejercicio de 2004, ha resultado extremadamente difícil para la División Industrial del Grupo Tecnocom. El coste de las materias primas, que comenzó a comportarse de manera inflacionista en la segunda mitad del año 2003, con fuertes alzas en el cobre y en el acero, sufrió un histórico incremento en 2004, que situó los precios del acero y del cobre en niveles desconocidos hasta ese momento por la industria. La escasez de materia prima provocada por la compra estratégica de China de esos materiales, dio lugar a incrementos del 70% en el año, y a la ruptura de todo tipo de acuerdos de suministros con las acerías.
- Desgraciadamente, y como viene siendo habitual en este mercado, los incrementos sufridos sólo pudieron ser transmitidos en los precios de venta tarde y parcialmente, provocando un deterioro de los márgenes comerciales, que incidió de forma grave en la cuenta de resultados de las empresas del sector transformador.
- La depreciación del dólar frente al euro, provocó también importantes pérdidas en la valoración de los balances de las empresas de Tecnocom participadas en el área del dólar, como son China y Brasil.

Mercados

- ◆ El motor de dos velocidades a inducción, en el mercado europeo de lavadoras, continuó comportándose negativamente en lo que se refiere a cuota de mercado. En este contexto, nos ha resultado siempre difícil transmitir las subidas de coste de materias primas, en especial los enormes incrementos del ejercicio 2004. La dura negociación comercial, con proveedores y clientes, se ha prolongado durante buena parte del ejercicio, consiguiendo resultados positivos en el último trimestre del año, que no han podido reflejarse en las cuentas de 2004 en su totalidad.
- ◆ En junio se iniciaron los suministros del nuevo motor trifásico a Gorenje, el cliente esloveno que lanzó su nueva gama de lavadoras de alta velocidad para el mercado alemán. Es de esperar que a lo largo de los próximos meses se consoliden nuevos clientes de este motor, diseñado para ser el nuevo eje de las futuras ventas en el mercado de lavadoras de alta gama.
- ◆ Este año 2004, aunque con retrasos no imputables a nosotros, se ha puesto en marcha la nueva línea de motores para lavavajillas, que debe convertirse en otra fuente importante de las ventas en los próximos años. Inicialmente se va a atender el 100% de las necesidades del cliente Fagor en su nuevo modelo de lavavajillas, y se continuará con nuevos proyectos que deben concretarse en 2005.
- ◆ Durante 2004, la División Industrial ha podido mantener su cuota en todos los clientes importantes del mercado europeo. Por otra parte, se ha ampliado la presencia en el mercado turco, iniciada en 2002. Se están desarrollando en la

actualidad nuevos proyectos para ampliar la gama de productos a los motores trifásicos y a las motobombas de lavavajillas.

- ◆ El mercado chino está sufriendo en los últimos meses una importante transformación provocada por alteraciones de su estructura productiva, que cambia de manos de forma generalizada, pasando de propiedad pública a privada. Este importante hecho, con presencia de fabricantes europeos que toman posiciones accionariales, va a significar un nuevo escenario competitivo, con aparición de nuevos productos y precios. Se espera por tanto un nuevo impulso en este sector, hoy un tanto estancado, incorporándose así a los ratios de crecimiento de los que hacen gala los productos de consumo en el floreciente mercado chino.
- ◆ El mercado brasileño experimentó en 2004 una recuperación de las ventas al consumo a los niveles de 2002, con mejoras generalizadas en todos los fabricantes a los que la División Industrial vende sus motores. Parece hoy superada la crisis de confianza que propició la elección de nuevo Presidente en el país. Sólo el alza del coste de materiales que se vivió a nivel mundial, matizó esta mejora del mercado, que tuvo que asumir varios incrementos de precios de venta a lo largo del año. Hacia final de año, el fuerte aumento de los materiales importados, agravado por la apreciación del euro frente al real brasileño, comenzó a dejarse sentir como elemento negativo en el mercado, que tuvo algún estancamiento de ventas en el último trimestre.
- ◆ El ejercicio 2004 ha representado para la filial brasileña un hito importante. Consolidadas las ventas de su principal cliente, Electrolux, al que ya vende la mitad de sus necesidades de motores, se ha incorporado un nuevo cliente local, Atlasul, en la gama baja de lavadoras automáticas, que está siendo un elemento importante del crecimiento en ventas. En lo productivo, prácticamente se ha conseguido la integración local de materiales, con niveles superiores al 90%.

Nuevos Proyectos (I+D)

- ◆ La División Industrial ha puesto en producción el nuevo motor trifásico, que ya venía siendo anunciada en ejercicios precedentes. El lanzamiento de la nueva gama de lavadoras de Gorenje, ha propiciado el inicio de esta nueva producción en serie, esperando que a este cliente sigan otros más, permitiendo así incrementar el volumen de las ventas, al ampliar los segmentos de mercado, al de motor de alta velocidad, donde se fabrican 15 millones de lavadoras.
- ◆ Este ejercicio ha visto también la puesta en producción de la nueva motobomba para lavavajillas, en régimen de completa automatización, usando la nueva tecnología de hilo de cobre auto cementante.

Inversiones

- ◆ Las inversiones productivas necesarias para incrementar la capacidad de la fábrica de China se van a realizar en 2005.

- ◆ En Brasil, se ha incorporado una nueva línea de inyección de rotores en 2004 por valor de 950 mil euros, continuando así la adecuación de las instalaciones para poder utilizar componentes locales.
- ◆ En España, las inversiones se han limitado a las necesarias para el mantenimiento y reposición de las instalaciones y útiles de producción. El importe global ha sido de 480 mil euros.

Evolución de la plantilla

La plantilla de la Fábrica de Madrid experimentó una disminución de 52 personas al ejecutarse el acuerdo de prejubilaciones pactado con los trabajadores.

- ◆ Por otra parte, se ha mantenido estable el número de trabajadores en Jinan IB-MEI en 2004, teniendo previsto aumentarlo en los primeros meses de 2005 al pasar la producción a dos turnos y posteriormente, cuando se amplíe capacidad, a tres turnos.
- ◆ Los empleados de IB-MEI Mercosul han sido 44 durante el año 2004.
- ◆ El número promedio de trabajadores en las tres sociedades que forman parte del área de fabricación de motores para electrodomésticos ha sido a lo largo del año de 395 trabajadores.

LÍNEAS MAESTRAS DEL PLAN ESTRATÉGICO

Líneas maestras. División de Telecomunicaciones

- ◆ TecnoCom ha constatado una recuperación general del mercado de telecomunicaciones durante 2004 y unas mejores previsiones para 2005. Las empresas y operadores están invirtiendo nuevamente, especialmente en todo lo relacionado con las comunicaciones de banda ancha.
- ◆ El entorno de mercado está experimentando unos cambios que van a alterar la situación vivida en los últimos años y que TecnoCom quiere aprovechar.
- ◆ Las comunicaciones de voz “tradicional” han sido la fuente de ingresos y margen principal para los Operadores históricamente. Sin embargo, esta situación se ve seriamente alterada con la llegada de la banda ancha y la utilización a nivel masivo de la Voz sobre el Protocolo de Internet (VoIP), de muy bajo coste para el usuario y de calidad cada vez más similar a la voz tradicional de la telefonía fija.
- ◆ Ante esta amenaza, los Operadores están apostando fuertemente en los últimos años por los contenidos relacionados con la banda ancha, empaquetando ofertas de voz, internet y video que les permitan captar y retener a sus clientes, y mantener el ingreso medio por usuario (ARPU). Los Operadores disponen de varias alternativas tecnológicas para ofrecer servicios de banda ancha, y se van a centrar en el contenido que ofrecen más que en el medio por el que viaja.
- ◆ Las nuevas tecnologías de banda ancha permiten ofrecer estos servicios y contenidos cada vez con mayor calidad y con independencia del lugar donde se encuentre el usuario. La movilidad es ya una realidad.
- ◆ En este entorno se está acelerando la demanda de servicios de integración de redes de telecomunicaciones no tradicionales, tanto para Empresas como para Operadores, campo en el que TecnoCom ha centrado su apuesta estratégica en el ámbito de telecomunicaciones durante los próximos tres años.
- ◆ TecnoCom aspira a situarse entre los integradores líderes en el mercado y ser reconocido y valorado por sus clientes como un proveedor de soluciones tecnológicamente innovadoras, en mercados nacionales e internacionales y en colaboración con los proveedores líderes de cada nueva tecnología.
- ◆ A continuación se detallan las principales líneas estratégicas para cada unidad de negocio:

Unidad de Negocio de Banda Ancha

- ◆ La demanda de conexiones de Banda Ancha es desde hace dos años una realidad en todo el mundo. Los crecimientos experimentados han sido superiores al 30% anual, y se espera que este ritmo se intensifique en los próximos años, facilitando la oferta de conectividad con banda ancha a todo tipo de entornos a un coste cada vez menor.
- ◆ TecnoCom se ha posicionado como un integrador de soluciones de banda ancha, teniendo experiencia en aportar soluciones mono o multi-tecnología (PLC, WiFi, Wimax, Satélite, XDSL...). De esta manera es capaz de proporcionar soluciones extremo a extremo a sus clientes, prestando servicios y suministrando los equipos necesarios para la implantación de cualquier tipo de red de banda ancha. Los servicios que prestará serán tanto los de ingeniería y diseño de la red, como los de instalación, operación, mantenimiento y optimización de redes.
- ◆ A su vez, la Unidad de Negocio de Banda Ancha va a incrementar la actividad desarrollada actualmente como integrador de referencia mundial de la tecnología Power Line Communications (PLC).
- ◆ A medio plazo, se pretende acceder a la prestación de servicios de mayor valor añadido dentro del mercado de Banda Ancha. La realización de consultorías y la elaboración de proyectos “Llave en Mano” con apoyo financiero externo serán un pilar básico en la estrategia futura de TecnoCom.
- ◆ No se descarta la adquisición de compañías en sectores punteros de tecnología en el ámbito del networking no tradicional. De esta forma TecnoCom conseguiría un posicionamiento más rápido y adecuado en el mercado de Banda Ancha.
- ◆ Un objetivo prioritario para los próximos años va a ser diversificar tanto en productos como en tecnologías, ofreciendo con ello soluciones completas de equipos y servicios.
- ◆ TecnoCom va a perseguir, a su vez, una mayor diversificación de su clientela, centrándose especialmente en el área internacional.
- ◆ Se han realizado diversas pruebas piloto en países tan diversos como China, México, Isla de Man o Portugal, y el objetivo es que dichos esfuerzos se traduzcan lo antes posible en un despliegue de red masivo.
- ◆ A su vez, la Unidad va a seguir buscando oportunidades de negocio en mercados tales como India, Egipto, Bulgaria, Rumanía, etc.

Unidad de Negocio de Redes Fijas y Móviles

- ◆ Esta Unidad de Negocio del Grupo TecnoCom va a tener como objetivo prioritario aumentar el negocio de despliegue de redes móviles para los Operadores de telefonía móvil en España, Portugal y Latinoamérica (región CALA).
- ◆ El nuevo mercado de la Tercera Generación, así como la consolidación de las redes 2G ó 2,5G en los países donde la 3G no será una realidad a corto plazo, van a ofrecer a TecnoCom la oportunidad de aumentar sus volúmenes de venta.

- ◆ Actualmente, TecnoCom es un proveedor de referencia en el despliegue de red que Telefónica Móviles está llevando a cabo en países como España, Perú o México.
- ◆ Asimismo, esta Unidad ha decidido ampliar la gama de productos que ofrece a los distintos Operadores y empresas del sector. En estos momentos TecnoCom tiene un enfoque especial en los servicios, y va a ampliar la oferta de soluciones integrales de producto más servicio.
- ◆ La mimetización de Estaciones Base para facilitar el despliegue de redes de telefonía móvil ofrece a la Unidad de Negocio de Redes Fijas y Móviles una oportunidad de negocio que sin duda será explotada a lo largo de los próximos años.
- ◆ Se espera que se incrementen las inversiones de los operadores en sus redes, especialmente las de telefonía celular, en torno a un 20% anual en los dos próximos años en las áreas de presencia de TecnoCom, como son España, Portugal, México y Perú. Estas inversiones irán destinadas principalmente a la mejora de la cobertura y la ampliación de la misma para adecuarlas a la Tercera Generación.
- ◆ En lo relativo a la gestión de infraestructuras, TecnoCom participa mayoritariamente en la sociedad Metrocall, creada para desplegar una red de telefonía móvil en las instalaciones de Metro de Madrid, con el objetivo de alquilarla a los distintos operadores y de gestionar su mantenimiento.
- ◆ En el ejercicio 2001 TecnoCom obtuvo la licencia C1 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, que le habilita para el desarrollo de su actividad y, posteriormente, la concesión de ocupación de dominio público en el interior de la red de Metro por parte de la Comunidad de Madrid. En 2002 Metrocall firmó un acuerdo con su primer cliente, Vodafone S.A., y posteriormente por indicación de la CMT se iniciaron las negociaciones con todos los operadores de móviles.
- ◆ Tras varios años de negociaciones se prevé la puesta en marcha del servicio a lo largo del segundo semestre de 2005.

Aplicaciones de Datos Móviles

- ◆ TecnoCom continuará con su desarrollo en esta área mediante la comercialización, explotación y mantenimiento de soluciones integradas para la gestión remota de máquinas, vehículos y otros elementos. La compañía considera prioritaria esta área en su estrategia pues es consciente del crecimiento exponencial que tendrán las comunicaciones entre máquinas (M2M) y la necesidad creciente de monitorizar elementos remotos.
- ◆ Se han identificado varias líneas de actividad, siendo en todas ellas el modelo a seguir por TecnoCom el de integrador, ofreciendo una solución de equipo, servicio y conectividad de alto valor para el cliente.
- ◆ TecnoCom ofrecerá este tipo de servicios en Brasil a través de la plataforma de la empresa filial TM Data. Esta compañía es la única en Brasil que puede ofrecer a los clientes una conexión inalámbrica segura con independencia de la tecnología que empleen. La compañía ha firmado en 2004 acuerdos de colaboración con los

Operadores brasileños TIM y Claro que van a permitir afrontar el despegue de este mercado desde una posición privilegiada.

- ◆ Además la plataforma de TM Data es especialmente valiosa por la garantía de “back up” que ofrece sobre los datos transferidos y la posibilidad de enviar datos de forma bidireccional. El crecimiento estimado de este mercado será muy elevado, por encima del 100% anual en los dos próximos años.

Líneas maestras. División Industrial:

- ◆ La División Industrial de TECNOCOM viene padeciendo los últimos años continuas caídas en la demanda de su producto tradicional, el motor de dos velocidades para lavadoras automáticas. Estas pérdidas de volumen de ventas, unidas a los incrementos de precio de las materias primas, y al diferencial de costes de mano de obra de la fábrica de Madrid, respecto a los de los competidores con fábricas en Países del Este de Europa, han provocado resultados negativos importantes. Se hace imprescindible profundizar en una estrategia industrial que tenga como objetivo principal la vuelta a la rentabilidad, y la continua generación de flujos de caja positivos en todas las filiales y mercados.

➤ **EUROPA**

- ◆ Los motores para lavadoras, y en especial los de dos velocidades, son un producto maduro, donde el volumen es clave para mantener la rentabilidad. En un mercado decreciente, con exceso de oferta, como es el europeo, no es posible alcanzar este objetivo manteniendo los costes de mano de obra actuales. La estrategia debe ser la de concentrar la fábrica de Madrid en la producción de motores de alto margen, con medios productivos modernos y de poca utilización de mano de obra.
- ◆ La nueva línea de motores de lavavajillas, que ha iniciado producción a mediados de 2004, debe permitir duplicar las ventas en este tipo de motor, añadiendo al cliente actual nuevos clientes en 2005.
- ◆ El inicio de la producción en serie del nuevo motor trifásico para lavadoras de altas prestaciones durante 2004, es el resultado de la estrategia emprendida con este nuevo diseño desarrollado en los últimos años. La producción masiva, para varios clientes, estará apoyada con nueva maquinaria automática, que se espera irá incorporando a lo largo de 2005.
- ◆ Van a continuar los esfuerzos para posicionarse en el único segmento de mercado en el que Tecnocom no está actualmente presente, el del motor a colector, que hoy representa unas ventas de 15 millones de unidades. Se están estudiando alianzas con fabricantes interesados en colaborar en este segmento de mercado. Es importante continuar en esta línea, no solo para alcanzar los volúmenes previstos en los planes estratégicos, sino como apoyo importante para conseguir una oferta comercial de “gama completa”.

➤ **CHINA**

- ◆ La estrategia para la filial de China será aprovechar la fuerte posición en el mercado internacional de la División Industrial para sacar ventaja de sus mejores costes de mano de obra en motores como el de dos velocidades para lavadoras, cuya fabricación en Europa ha dejado de ser rentable. Se va a continuar con la homologación de sus instalaciones y productos con los clientes europeos, lo que permitirá dotarla de un volumen de producción que asegure su rentabilidad.
- ◆ Para el mercado local, se tratará de aumentar las ventas a los clientes locales más importantes: Haier y Siemens, y a los nuevos productores que están adquiriendo las antiguas fábricas públicas de electrodomésticos.

➤ **BRASIL**

- ◆ Durante el ejercicio 2004 se ha podido completar la consolidación productiva en la fábrica de Jundiai en Brasil, usando componentes locales, con porcentajes superiores al 90%. La estrategia en este país es fortalecer la posición comercial, diversificando clientes, y trabajar para añadir Argentina como mercado natural.
- ◆ La estrategia continúa siendo reforzar la posición como segundo fabricante y proveedor de este importante mercado, alcanzando una cuota del 20%.

HITOS RELEVANTES EN MATERIA DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE

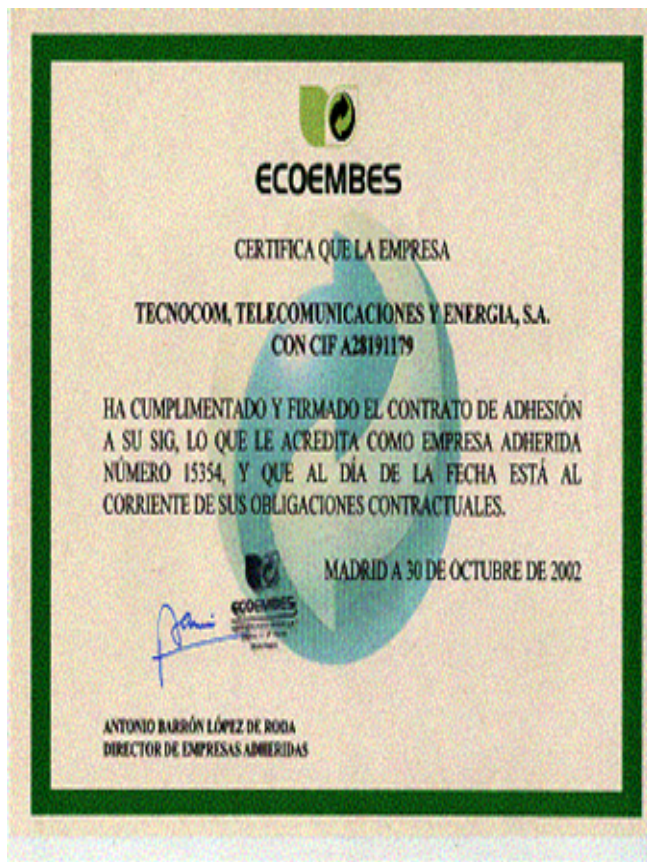
Un año más TecnoCom pasó con éxito, en el año 2004, las Auditorías realizadas por AENOR a los Sistemas de Gestión de Calidad UNE-EN ISO 9001:2000, certificación que data del año 1998. Con ella, nuestros clientes tienen la garantía de que los productos y servicios de TecnoCom, presentan altos estándares de calidad en todos los procesos de comercialización,

planificación, diseño, implementación, gestión, mantenimiento y optimización de equipos, redes y sistemas de Telecomunicación.

También superó con éxito la Auditoría de AENOR al Sistema de Gestión Medioambiental implantado con la norma de referencia UNE-EN ISO 14001:1996 que garantiza que TecnoCom apuesta por el desarrollo sostenible siendo respetuosa con la naturaleza.



En este sentido todos los años realiza una declaración de embalajes, requisito obligado por su adhesión a ECOEMBES. El año pasado fue auditada con éxito la declaración correspondiente al año 2003, por una auditora externa contratada por ECOEMBES. Cabe destacar que Tecnocom consiguió el objetivo medioambiental que se había propuesto de rebajar el consumo energético en ese año 2004.



PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

En lo que se refiere a la adhesión de Tecnocom al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, durante el año 2004 ha seguido enviando a su representante a los foros celebrados en Madrid. Y también ha incluido Los principios del Pacto Mundial en su Política para que se tengan presentes y sean cumplidos en todas las actividades.

Durante la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial se anunció que el Grupo del Pacto Mundial incluiría un décimo principio en contra de la corrupción. Este principio refleja el recién adoptado Convenio contra la Corrupción de las Naciones Unidas.

La redacción del décimo principio, según lo acordado durante el proceso de consulta, es como sigue:

“Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno”, y los participantes del Pacto Mundial deberán agregarlo a todos los esfuerzos de comunicación e implementación. A partir del 24 de junio de 2004, se asume que todos los participantes se adhieren a los diez principios.

A partir del 24 de junio de 2004, TecnoCom asumió el compromiso de adherirse a los diez principios.

La adopción del décimo principio compromete a los participantes del Pacto Mundial, no sólo a evitar el soborno, la extorsión y otras formas de corrupción, sino también a desarrollar políticas y programas concretos para abordar el tema de la corrupción. Se desafía a que las empresas se unan a los gobiernos, a las agencias de la ONU y a la sociedad civil para crear una economía global más transparente y libre de corrupción.

HECHOS SIGNIFICATIVOS POSTERIORES AL CIERRE DEL EJERCICIO 2004

- ❖ El 8 de abril Metrocall, la "joint venture" formada por TecnoCom y Metro de Madrid, firmó un acuerdo con las compañías de telefonía móvil que operan en España para dar cobertura en las instalaciones del metro de la capital. El proyecto se desarrollará en varias fases. La primera, que cubrirá las líneas de más tráfico de viajeros, supondrá una inversión de 16 millones de euros y se ejecutará en el período 2005-2007.
La segunda fase, cuyo despliegue se concretará en los próximos 18 meses, completará los tramos y zonas peatonales hasta alcanzar la cobertura total de la red de metro, cuya longitud actual es de 227 kilómetros, más otros 45 kilómetros en fase de construcción. Esta segunda fase podría acelerarse en caso de que Madrid fuera elegida como sede de los Juegos Olímpicos de 2012.
El acuerdo, cuya firma estuvo presidida por la presidenta de la Comunidad de Madrid, fue ratificado por Luis Solera, consejero delegado de Metrocall y presidente de TecnoCom; Belarmino García, director general de Amena; Francisco Román, consejero delegado de Vodafone España; y Javier Aguilera, consejero delegado de Telefónica Móviles .
- ❖ También en el mes de abril, TecnoCom vendió 99.000 acciones de Amper, equivalentes al 0,35% del capital social, por un importe de 526.680 euros. TecnoCom, que había adquirido una participación del 12,2% de Amper a Lucent por 5,9 millones de euros en abril de 2003, ha reducido paulatinamente su presencia en esta compañía hasta el actual 2,65%.
- ❖ En el mes de marzo de 2005, TecnoCom firmó un contrato para llevar a cabo el primer despliegue comercial de red PLC (Power Line Communications) en Portugal. Según los términos del acuerdo, TecnoCom desplegará una red llave en mano, que implica el suministro de los equipos y la prestación de los servicios necesarios para el diseño, instalación y mantenimiento de la red.
La nueva red comenzará a desplegarse de forma inmediata en las zonas de mayor densidad de población como Lisboa y Oporto, para cubrir en una segunda fase otras áreas del país. El objetivo es que en 2005 más de 10.000 hogares estén conectados a esta tecnología.
- ❖ En el mes de febrero, TecnoCom y el grupo industrial mexicano Iusa., que llevan varios meses desarrollando un proyecto para implantar en México la tecnología PLC, presentaron los resultados de las pruebas tecnológicas y comerciales al Presidente de México, Vicente Fox, quien manifestó su voluntad de extender esta tecnología en todo el país en un futuro, dado que facilita el acceso a nuevos servicios de telecomunicaciones e Internet en escuelas, edificios públicos y viviendas.

INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Durante el-2004, el esfuerzo inversor de TecnoCom se centró en dotar de capacidades productivas adecuadas a las fábricas de la División Industrial de España, China y Brasil en función, principalmente, de la reorganización de la producción.

Adicionalmente se ha realizado un importante esfuerzo inversor en la División de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. Este esfuerzo se ha centrado en las áreas de PLC (Power Line Communications) y M2M (Machine to Machine – comunicación entre máquinas-).

PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD

En opinión de la compañía, el principal riesgo se centra en el riesgo país, a pesar de haberse disminuido notablemente la presencia internacional con el cese de la actividad en un gran número de países donde TECNOCOM operaba.

EVOLUCION DE LOS COMPROMISOS ADOPTADOS POR LOS ACCIONISTAS SIGNIFICATIVOS

En la actualidad no existe ningún acuerdo o compromiso con los accionistas significativos en relación con su permanencia en el capital de la Sociedad o de su pertenencia al Consejo de Administración.

En Madrid, a 28 de junio de 2005