

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

AMPER, S.A., con el presente escrito da cumplimiento, en los términos del Artículo 82 de la Ley 24/1988, 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: la recogida en las Cuentas Anuales e Informe de Gestión de esta Compañía y de su Grupo Consolidado, correspondientes al ejercicio 2000, que fueron depositadas en esa Comisión con fecha 1 de junio de 2001; la información correspondiente al primer semestre del ejercicio 2001, depositada en esa Comisión con fecha 27 de julio de 2001; y los Hechos Relevantes acaecidos a lo largo del presente ejercicio comunicados con fechas 1, 16 y 23 de febrero, 16 y 30 de mayo y 1 y 29 de junio de 2001.

1. EVOLUCIÓN RECIENTE.

El Cuadro 1 siguiente resume las principales magnitudes de la Cuenta de Resultados del Grupo AMPER Consolidado del primer semestre del ejercicio 2001, comparadas con el mismo periodo del año anterior.

El desarrollo empresarial registrado por AMPER, que pone de manifiesto la comparación de las cuentas de resultados 2001/2000, no puede ser explicado solamente en base a la evolución de las operaciones. En efecto, el Plan Estratégico de la compañía, que viene ejecutándose desde comienzos del ejercicio 2000, se está concretando en un proceso de profunda transformación empresarial que es conocido con el concepto "Reinventando AMPER", y que tiene, como no podía ser de otro modo, el correspondiente reflejo en la variación estructural que registra la cuenta de resultados consolidada.

Cuadro 1

| Concepto | Importe en Millones de Pesetas | |
|--|--------------------------------|-----------|
| | 30-6-2001 | 30-6-2000 |
| 1. Importe Neto de la cifra de Negocios | 27.468 | 19.493 |
| 2. Resultado Bruto de Explotación | 1.659 | 245 |
| 3. Resultado Neto de Explotación | 969 | -393 |
| 4. Resultado Actividades Ordinarias | 430 | -273 |
| 5. Resultado Consolidado antes de Impuestos | 1.082 | 255 |
| 6. Resultado Consolidado | 614 | 125 |
| 7. Resultado del Ejercicio Atribuido a la Sociedad Dominante | 98 | 35 |

Fuente: Formulario G-6 de la "Información correspondiente al Semestre Primero del año 2001" (CNMV).

Como es conocido, los vectores de desarrollo establecidos en el referido plan estratégico son los siguientes:

1) AMPER se estructura como una empresa de ingeniería y consultoría integral de los mercados de telecomunicaciones, cuyas actividades operativas se organizan por mercados especializados:

- Amper Soluciones: mercados de operadoras de comunicaciones.
- Amper Tecnologías: mercados de defensa, institucional y de empresas.
- Medidata: tras la adquisición de una posición mayoritaria (51%) a finales del año 2000, se define como núcleo de las actividades de AMPER en Brasil.

Al mismo tiempo se han centralizado las funciones de gestión corporativa y de recursos.

- 2) Desarrollo de un concepto multicliente (diversificación de la base de clientes), que a su vez incluye los siguientes dos aspectos:
 - Incremento del porcentaje de negocio correspondiente a mercados/ clientes distintos de las operadoras de telecomunicaciones.
 - Disminución de la concentración de ventas, históricamente existente, en el Grupo Telefónica, de manera acompasada al desarrollo de los mercados y de nuevas operadoras de telecomunicaciones.

- 3) Desarrollo de un concepto “multivendedor”, que implica:
 - Formalizar alianzas con los fabricantes de equipos de telecomunicaciones líderes en los diferentes segmentos de productos y soluciones.
 - Fortalecer la oferta de productos AMPER de ingeniería y consultoría de comunicaciones; bien mediante el desarrollo interno de nuevas capacidades de integración de sistemas y desarrollo de aplicaciones, o mediante la adquisición de compañías que las posean, complementando de esta manera la oferta propia.

- 4) Implantación internacional en zonas geográficas de influencia empresarial española.

- 5) Ejecución de las operaciones con un nivel de competitividad que permitan obtener una posición de liderazgo en costes y en cumplimiento de servicio, para los segmentos de mercado en los que se decida estar presente.

- 6) Puesta en valor de la importante posición de liquidez concentrada en la sociedad Hemisferio Norte, como forma de complementar el desarrollo interno con una política de adquisición de empresas coherente con los objetivos estratégicos definidos.

Ha sido, precisamente, la puesta en práctica de las directrices estratégicas mencionadas lo que ha permitido que la composición y el peso relativo de los negocios que forman AMPER se haya modificado de una manera significativa, durante el último año y medio, como también pone de manifiesto el siguiente cuadro de ventas (netas de ajustes de consolidación), desglosadas por División operativa.

Cuadro 2

| | Ejercicio 2000 | | | | | |
|------------------------------|----------------------|-------|-----------------|-------|-----------|-------|
| | Primer semestre 2001 | | Primer semestre | | Total año | |
| | Importe | % | Importe | % | Importe | % |
| Amper Soluciones | 12.075 | 44,0 | 12.991 | 66,6 | 27.090 | 52,5 |
| Amper Tecnologías | 6.774 | 24,6 | 4.418 | 22,7 | 12.281 | 23,8 |
| Medidata | 8.619 | 31,4 | 2.084 | 10,7 | 12.270 | 23,7 |
| Cifra de Negocio Consolidada | 27.468 | 100,0 | 19.493 | 100,0 | 51.641 | 100,0 |

Para la correcta interpretación de este cuadro, debe tenerse en cuenta que la cifra de ventas consolidable para Medidata es función del porcentaje de capital propiedad de AMPER en cada periodo respectivo: proporcional al 40% a partir de marzo de 2000, y por integración global a partir de octubre de 2000, cuando el AMPER pasó a poseer el 51%.

La mejor estimación actual, para el total año 2001, de la respectiva cifra de ventas de cada una de las tres divisiones operativas, permite augurar la continuidad en esta evolución de sus pesos relativos dentro de AMPER. Y ello, como consecuencia tanto de las tendencias registradas en las condiciones de la demanda de cada mercado, como por las prioridades de gestión desarrolladas por la dirección de AMPER, que se exponen en el apartado siguiente.

2. PERSPECTIVAS DE NEGOCIO POR LINEA DE ACTIVIDAD.

2.1 AMPER TECNOLOGÍAS.

Esta División operativa que, como se ha mencionado, desarrolla su actividad en los mercados de defensa, institucional y de empresas, a su vez mantiene una estructura de gestión organizada en base a compañías independientes, dada la especificidad del mercado

(defensa) o del producto (sistemas de gestión de parkings y parquímetros). Encuadrada en sectores de crecimiento más estable y continuado en el tiempo, está consiguiendo incrementar de forma significativa su volumen de ventas y su beneficio.

2.1.1 AMPER PROGRAMAS.

Es una compañía especializada en comunicaciones militares, que desarrolla, ensambla y distribuye Sistemas de Mando y Control para los ejércitos, Radioayudas a la Navegación Aérea y de Aviónica.

A las áreas de negocio tradicional, como son las Radiocomunicaciones Militares, Redes Tácticas y Aviónica, se han unido, como generadoras de actividad, las nuevas líneas de mando y control y de Radioayudas a la Navegación Aérea, que se prevé tengan una creciente demanda. De esta forma, las actividades en las que se centra Amper Programas han experimentado un importante crecimiento durante el primer semestre del ejercicio 2001, tanto en contratación como en actividad, lo que se ha traducido en un significativo incremento del volumen total de negocio.

2.1.2 AMPER SISTEMAS.

Esta compañía es un integrador de sistemas, que desarrolla, ensambla, instala y mantiene sistemas integrados de comunicaciones, sistemas de mando y control, sistemas de telemetría, sistemas de control de fronteras y redes empresariales. Desarrolla sus actividades para mercados institucionales como seguridad pública, transporte, Administración Pública, compañías eléctricas y empresas.

Amper Sistemas tiene un papel fundamental en la operación de control de fronteras, que la Guardia Civil está llevando a cabo con el objetivo de eliminar los incidentes que se han producido en los últimos años. En este sentido, la compañía colabora con las Instituciones de Seguridad Pública mediante el desarrollo de su Sistema Integrado de Vigilancia Exterior (SIVE), que será desplegado en la costa sur española.

También ha experimentado un importante crecimiento el negocio de Soluciones de Seguridad y Comunicación en el mercado de transporte, gracias a la adjudicación de importantes contratos en el Metro de Madrid.

Por otra parte, Amper Sistemas se encuentra bien posicionada en el mercado de comunicaciones y control para las cuencas hidrográficas, en el que están previstas fuertes inversiones a nivel nacional para la próxima década, con motivo de la reciente aprobación del nuevo Plan Hidrológico Nacional.

La actividad de redes empresariales (Networking) se ha desarrollado de forma significativa durante el presente ejercicio, con el diseño y construcción de redes de comunicación para aeropuertos y redes de navegación aérea.

Al igual que Amper Programas, también Amper Sistemas ha conseguido un significativo incremento de su volumen de facturación durante el primer semestre del año 2001.

2.3.1 AMPER IBERSEGUR.

Ha crecido considerablemente en su mercado de sistemas de gestión y seguridad de parkings y de parquímetros, gracias a la adjudicación de nuevos contratos para el control de aparcamientos en aeropuertos (AENA) y grandes centros comerciales como El Corte Inglés.

Este éxito es debido a los productos de diseño propio que continúan como líderes del mercado, en tecnología y calidad, permitiéndoles expandirse a otros mercados internacionales.

Como se acaba de mencionar para cada una de las compañías que componen esta división, Amper Tecnologías ha experimentado un importante crecimiento en el primer semestre del año, y se prevé que continúe esta tendencia hasta final del ejercicio, con un crecimiento de la facturación consolidada de, aproximadamente, el 40% para el total del año.

2.2. AMPER SOLUCIONES

Como ya se ha mencionado, la división operativa denominada Amper Soluciones concentra su actividad en los mercados de las operadoras de comunicaciones. Su oferta incluye tanto la provisión de servicios como la venta de productos, propios y de terceros.

La oferta de servicios profesionales de ingeniería y consultoría de Amper Soluciones comprende el diseño, instalación, construcción, integración y mantenimiento de redes fijas basadas en hilo de cobre, de fibra óptica y redes de radio (incluyendo PTP, PTM y celular).

Por lo que respecta a su oferta de productos, Amper Soluciones además de comercializar equipos de red, celular, DSL y para banda ancha PTP y PTM, realiza la correspondiente integración de sistemas. La comercialización de terminales propios ha disminuido de forma significativa, estando subcontratada toda la fabricación.

Amper Soluciones dirige su oferta de servicios y de productos a los operadores de telefonía fija (Telefónica, Retevisión, Uni2, Jazztel, BT Telecomunicaciones, etc.), a los operadores de telefonía móvil (Telefónica Móviles, Airtel, Amena y Xfera) y a los operadores de TV por cable (Ono, Retecal, Madritel, Supercable de Andalucía, etc.). También trabaja en colaboración con diversos fabricantes de equipos de telecomunicaciones (Lucent, Siemens, Motorola, Ericsson y Nokia).

En cuanto a su presencia geográfica, Amper Soluciones desarrolla su actividad en España, América Latina y Marruecos.

Precisamente ha sido en las operaciones en Latinoamérica donde Amper Soluciones ha ejecutado el mayor esfuerzo de reestructuración de negocios, durante el presente ejercicio 2001; proceso que se ha llevado a cabo de manera acompañada con la finalización de los respectivos contratos existentes en cada país, todo ello de acuerdo con nuestros clientes.

La decisión tomada de re enfocar el negocio de Amper Soluciones en Latinoamérica es consecuencia, principalmente, de los siguientes dos parámetros:

- Insuficiente rentabilidad de los contratos, junto con su dispersión geográfica y el actualmente elevado riesgo país en la zona.
- La toma de una posición mayoritaria en MEDIDATA (Brasil) a finales de septiembre del año 2000, que ha permitido a AMPER

consolidar su presencia en el mayor y más prometedor de los mercados latinoamericanos, de una manera notablemente exitosa. Por ello, resultaba estratégicamente aconsejable reducir la exposición al riesgo en los restantes mercados, dada la situación de incertidumbre existente durante todo este año.

Con relación a nuestras actividades en España, la ralentización de las inversiones de los operadores de telecomunicación se ha visto acompañada de un alto nivel de incertidumbre respecto al timing de desarrollo e implantación de la tecnología UMTS. Todo ello se ha traducido en una reducción generalizada en la demanda por parte de las distintas operadoras.

Por su parte, los fabricantes de equipos y sistemas, ante la caída de sus volúmenes de actividad, han procedido a una mayor integración de sus operaciones, retrasando el proceso de externalización de actividades que con anterioridad habían comenzado a poner en marcha, y en el que Amper Soluciones basaba parte de sus expectativas de crecimiento.

Estas dos circunstancias mencionadas, han tenido su reflejo en la evolución de la cifra de ventas de Amper Soluciones en España durante el primer semestre, y no parece que se vaya a corregir en la segunda parte del año. Es por ello que Amper Soluciones ha dedicado parte de sus esfuerzos a continuar en el proceso de adaptación competitiva iniciado en el ejercicio 2000.

Por otra parte, AMPER adquirió, el pasado mes de mayo, el 51% de las acciones de la compañía Grupo STC Sistemas de Telecomunicación y Control y de su filial ITP (Instalaciones Telecomunicaciones Profesionales) por parte de AMPER. Este movimiento estratégico también debería permitir compensar, parcialmente, la citada disminución de la cifra de ventas.

Grupo STC viene a completar y reforzar la oferta de Amper Soluciones en los sistemas de transmisión vía radio que incluyen radio celular, radio punto a punto y radio punto a multipunto. Entre sus clientes más significativos se encuentran los proveedores de equipos Ericsson y Alcatel, y los operadores Retevisión y Amena, de los que es suministrador habitual de planificación de ingeniería, además de instalador de equipos de Siemens (como proveedor tecnológico), completando, de esta forma, la estrategia de AMPER de acercamiento al grupo Auna.

Grupo STC aporta importantes sinergias como especialista en instalación de radio, en un mercado que comprende sistemas de radio

punto a punto (PDH) y (SDH), de pequeña, mediana y alta capacidad, de acceso de abonado (WILL) y los de radiotelefonía celular. Los sistemas radio constituyen uno de los segmentos de mercado de mayor expectativa de crecimiento.

2.3 MEDIDATA

Medidata es una compañía brasileña, integrador de sistemas de telecomunicaciones, que comercializa y distribuye equipos de valor añadido, y en la que AMPER mantiene una participación del 51%. Está entre las tres mayores integradores de sistemas de Brasil y es el mayor de los vendedores de Sun Microsystems al tiempo que mantiene acuerdos estratégicos con Compaq, Lucent, IBM y Netscape.

Medidata cuenta con una cartera de destacados clientes entre los que figuran Telesp, Embratel, AT&T, Motorola, Ericsson, TV Globo, Oracle, Renault, Bradesco, etc.

Tal como se ha indicado con anterioridad, la toma de una participación mayoritaria de control en Medidata ha permitido a AMPER consolidar su presencia en el mayor y más prometedor de los mercados latinoamericanos. De esta manera, Medidata ha pasado a ser el centro de competencia de AMPER en Brasil.

Durante el primer semestre del ejercicio actual, a pesar de la incertidumbre generalizada que está afectando a las economías latinoamericanas, la compañía ha continuado reforzando su presencia y cuota de mercado en el negocio de integración de sistemas de infraestructuras informáticas, comunicación de datos y de soluciones completas en aplicaciones ligadas a la tecnología de internet y gerencia de redes corporativas.

3. INVERSIONES Y FINANCIACIÓN.

El 24 de septiembre de 1999 se constituyó la sociedad Hemisferio Norte, S.A. cuyo objeto es el desarrollo de proyectos y la participación en empresas y sociedades en los sectores de la electrónica, la informática o en otros sectores de alta tecnología en general. Se le dotó de recursos por valor de 9.700 millones de pesetas, con el claro objetivo de canalizar a través de esta sociedad la adquisición de empresas, así como posibles tomas de participaciones minoritarias por AMPER.

En este sentido, las principales inversiones realizadas durante el ejercicio 2000 fueron las siguientes:

| Año 2000 | | Coste | Capital | Fondos |
|----------------------|--|------------------|-------------------|----------------|
| Participación | INVERSIONES | Inversión | 31.12.2000 | Propios |
| 51% | MEDIDATA INFORMÁTICA, S.A. (1) | 4.046,6 | 1.894 | 5.349 |
| 40% | SURICATA, S.A. (Su actividad es la implantación e integración de sistemas informáticos). | 402,3 | 11 | 231 |
| 5% | MARCO POLO INVESTMENTS SCR, S.A. (El objeto de la Sociedad es la toma de participación temporal en empresas no financieras no cotizadas). | 831,9 | 1.232 | 16.019 |

En los primeros seis meses del ejercicio 2001, las principales inversiones llevadas a cabo por Hemisferio Norte, S.A. han sido las siguientes:

| Año 2001 | | Coste | Capital | Fondos |
|----------------------|--|------------------|-------------------|----------------|
| Participación | INVERSIONES | Inversión | 30.06.2001 | Propios |
| 51% | GRUPO S.T.C. (2) | 664,2 | 20,0 | 332,8 |
| 33,33% | BUCLE21 (Esta nueva empresa se dedicará fundamentalmente a la adquisición, construcción y explotación de infraestructuras para operadores de Telecomunicaciones). | 110,9 | 332,8 | 330,4 |
| 32% | TEIMA AUDIOTEX, S.L. (La compañía es especialista en tecnología básica en el campo del Tratamiento Digital de Señales)9. | 136,0 | 1,4 | 128,8 |

- (1) Descripción de actividad incluida en el apartado 2.3 "Perspectivas de negocio por línea de actividad/Medidata"
- (2) Descripción de actividad incluida en el apartado 2.2 "Perspectivas de negocio .../Amper Soluciones"

4. PRINCIPALES RIESGOS DE LA SOCIEDAD

En opinión de la compañía, el único riesgo de negocio significativo se concentra en Amper Soluciones, dada la coyuntura actualmente existente en los planes de inversión de las operadoras de telecomunicación; y por lo tanto está relacionado directamente con el esfuerzo inversor que finalmente realicen los potenciales clientes de Amper Soluciones en España.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPROMISOS ADOPTADOS POR LOS ACCIONISTAS SIGNIFICATIVOS

AMPER no tiene ningún tipo de acuerdo 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 1 de octubre de 2001.

Fdo.: José Manuel García Hermoso