

B). EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

1. Evolución del Grupo

TECNOCOM ha registrado resultados positivos en el primer trimestre del ejercicio 2005, consiguiendo un beneficio neto atribuible de 361 miles de euros, mejorando un 78% los resultados del mismo periodo del ejercicio anterior; y en 18% si aplicásemos las normas internacionales de información financiera (NIIF).

En el primer trimestre de 2005, la evolución de sus principales magnitudes, en relación con el mismo periodo del año anterior, ha sido:

- La cifra de negocios ha alcanzado 15 millones de euros. El 55% de las ventas corresponden al Área de telecomunicaciones y el 45% a la División Industrial.
- El EBITDA consolidado se ha situado en el 3,3% respecto a la cifra de negocio, frente al 5,0% del año anterior.
- El beneficio neto ha sido de 361 miles de euros, frente a 202 miles de euros del mismo periodo del ejercicio anterior.

2. Unidad de Negocio de Redes Móviles y Fijas

Para la Unidad de Negocio de Redes Móviles, el primer trimestre de 2005 ha comenzado con un nivel de ingresos superior a 5,5 millones de euros, un valor razonable frente al cuarto trimestre de 2004 (7,8 millones de euros) si tenemos en cuenta la estacionalidad de esta actividad, donde el primer trimestre históricamente los operadores de red aún están en proceso de aprobación de presupuestos y asignación de partidas de gastos.

- Cabe destacar que el margen de explotación en esta unidad ha sido del 23,3% mejorando en un 0,7% respecto al cuarto trimestre de 2004.
- De la misma manera, los costes de estructura se mantienen en los valores fijados durante 2004 y que suponían una reducción respecto al ejercicio 2003 del 17%.
- Las claves del negocio en este trimestre han sido principalmente:

En España:

- Se mantiene una actividad importante por parte de los operadores celulares en el despliegue de UMTS. La cartera ejecutable a corto se sitúa por encima de los 4 millones de euros.
- Tecnocom es adjudicataria de Telefónica Móviles en estos servicios para las principales capitales del litoral mediterráneo (Barcelona, Alicante, Málaga, entre otras). Igualmente, Tecnocom es contratista de Siemens para los proyectos de despliegue del Plan Vodafone-Empresas y Amena-Plan Integral y Conmutadores ATM, desarrollando dichos proyectos en las zonas Centro y Andalucía.
- Tecnocom España es un suministrador preferente de Telefónica Móviles del proyecto Spica, en el que participa al 50% en la dotación de Centros de Operación Complejos que con tecnología Indra se están instalando en las dependencias de las Fuerzas de Seguridad del Estado. Actualmente se trabaja en la ejecución de cinco Centros (Burgos, Palma de Mallorca, Palencia, Valladolid y Guadalajara).
- En Telefónica de España, Tecnocom mantiene su suministro de Antenas para terminales de Telefonía Rural por Acceso Celular (TRAC).
- Marconi y Sagem han adjudicado a Tecnocom sendos proyectos de Radio. Marconi un enlace de gran capacidad en Canarias y Sagem, el proyecto de suministro de Radioenlaces a CLM.
- En el ámbito de suministro de infraestructuras, Tecnocom ha desarrollado acuerdos con empresas inmobiliarias y hoteleras para poner sus locales y terrazas a disposición de los operadores celulares, dada la escasez y dificultad en obtener emplazamientos adecuados. Tecnocom se responsabiliza de los trabajos de adecuación, suministro e instalación de dichas infraestructuras. Se han replanteado ya 35 emplazamientos para instalar Estaciones Base en las terrazas de los Hoteles Sol-Meliá, y se está en fase de negociación de 19 emplazamientos hoteleros adicionales.
- En lo referente al Proyecto Azul de REE en el que hemos diseñado un producto de casetas específico para sus subestaciones eléctricas, ya hemos iniciado los primeros 6 proyectos del año 2005, con claras expectativas de superar el volumen de 2004.

- En paralelo, hemos desarrollado y homologado nuestros productos de mimetización de infraestructuras con los principales agentes (operadores, administración), y hemos desarrollado las ingenierías de mimetización de varios emplazamientos.
- **En Portugal:**
 - Nuestro negocio mantiene en el primer trimestre de 2005 un nivel de ingresos y márgenes equivalentes al cuarto trimestre de 2004, principalmente por el desarrollo de proyectos especiales de ingeniería de cobertura celular.
- **En Latinoamérica:**
 - **México** ha alcanzado unos ingresos en la línea del presupuesto, superando los 2,3 millones de euros con un margen de explotación del 23% que supera el presupuestado. Principalmente, por el suministro e instalación de infraestructuras de torres y casetas para Telefónica Móviles de México.
 - En paralelo, en el segundo trimestre de 2005 iniciaremos 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, construída por Concesionaria Mexiquense (OHL México).
 - **En Perú**, hemos iniciado el suministro de paneles solares para el sistema de Telefonía Rural Satelital VSAT para Telefónica del Perú. A su vez, Euroinsta Perú sigue siendo suministrador de Telefónica Móviles del Perú y, recientemente, ha sido adjudicataria de un concurso de Obra Civil e instalaciones con Telmex (Operador Fijo del Perú). Adicionalmente, hemos concursado para el suministro de infraestructuras y servicios con Telcel (recién adjudicatario de licencia de telefonía GSM en Perú).

3. Unidad de Negocio de Banda Ancha

El mercado de Banda ancha sigue creciendo a un ritmo exponencial en España y Europa. Las compañías eléctricas europeas agrupadas en la PUA (Power Line Utilities Alliance) están aunando esfuerzos en el área de la estandarización, regulación y obtención de apoyo gubernamental y de la CEE con objeto de que la tecnología PLC sea una alternativa definitiva a otras formas de acceso de Banda Ancha.

Sin embargo las compañías eléctricas no están imponiendo el ritmo a sus inversiones para adecuarlas a la demanda del mercado por lo que ADSL sigue siendo con diferencia la tecnología que acapara gran parte de ese crecimiento.

En línea con lo anteriormente expuesto, durante el primer trimestre del 2005 hemos asistido a una ralentización de las inversiones por parte de las eléctricas que esperamos se vuelva a reactivar en breve con la nueva generación de equipamiento que proporciona precios más competitivos y mayores prestaciones.

Esta baja actividad nos ha situado por debajo de nuestras previsiones para el primer trimestre.

En contraste con las compañías eléctricas, los operadores de telecomunicaciones han comenzado a tener interés en PLC como alternativa al bucle de abonado. En España el interés de los operadores de telecomunicaciones es relativamente reciente, siendo en Portugal donde este interés se ha materializado en la firma de un contrato para el despliegue de la red PLC de voz y datos del segundo operador de telecomunicaciones portugués, ONI.

Como hecho relevante del primer trimestre, este proyecto que en su primera fase proporcionará servicios comerciales de acceso a internet y telefonía a más de 10.000 clientes de ONI en Lisboa para el 2005, tiene previsto en una segunda fase que comenzará en el primer trimestre del 2006, extender estos servicios a otras ciudades del país.

Otro hecho relevante, ha sido la publicación por parte de la UE de una recomendación a sus estados miembros para impulsar el despliegue de redes de telecomunicaciones con tecnología PLC. En este documento la UE propone unas iniciativas que tienen como finalidad eliminar todo tipo de barreras regulatorias que impidan el desarrollo del PLC con objeto de fomentar la competencia en un mercado en el que ADSL ha obtenido ventajas.

En México, hemos iniciado una ronda de contactos con operadores de telecomunicaciones interesados en el concurso que la Comisión Federal de Electricidad va a publicar después del verano para el despliegue de la red PLC en varias zonas del país.

A finales de 2004, Tecnocom formalizó un acuerdo con China Gridcom Corporation, empresa tecnológica ubicada en Shenzhen y participada por la principal compañía eléctrica del sur del país, Shenzhen State Power, mediante el cual ambas empresas se comprometían durante el primer trimestre de 2005 a planificar una serie de reuniones con potenciales clientes, para obtener información de mercado, conocer el interés en PLC de los principales operadores de Telecomunicaciones del país, detectar oportunidades para desplegar pruebas piloto de PLC y recabar información relevante que

permitiera a ambas compañías identificar el potencial y las principales inquietudes relacionadas con la tecnología PLC.

Durante los primeros días del mes de Marzo, miembros del equipo directivo de Tecnocom, se desplazaron a China para mantener reuniones con destacados miembros de los principales Operadores de Telecomunicaciones de diferentes áreas del país (Centro, Sur, Noreste y Beijing), lo que permitió a Tecnocom obtener la información necesaria para trazar un Plan de Acción específico para China, en el que además de los aspectos tecnológicos, se tengan en consideración las diferencias sociales y económicas del país, que pueden incidir en el éxito de la tecnología PLC. Se espera que dicho Plan de Acción esté finalizado en el segundo trimestre del presente año.

Entre los Operadores de Telecomunicaciones con los que se reunieron los representantes de Tecnocom en China, se encontraban: China Telecom, China Netcom, China Unicom, China Mobile, China Satcom y Great Wall Broadband.

En el área de Networking, seguimos avanzando con nuestra estrategia de diversificación en clientes y tecnologías. Contamos con varios proyectos que van a ser adjudicados en el segundo trimestre en los que TECNOCOM parte con clara ventaja.

4. Unidad de Marketing

A principios del año 2005 empezó a funcionar operativamente la Unidad de Marketing de la División de Telecomunicaciones de Tecnocom. Esta Unidad, de nueva creación, surge como unidad de apoyo a los Departamentos Comerciales de las Unidades de Negocio de Redes Móviles y Banda Ancha.

Las directrices sobre las que se están desarrollando las actividades de la Unidad de Marketing son:

- Estrecha colaboración entre Marketing de Producto y las Direcciones Comerciales de las Unidades de Negocio.
- Disponibilidad de recursos para atender peticiones de las Unidades de Negocio, con un claro foco en las prioridades estratégicas.
- Visión para incorporar nuevas oportunidades de negocio corporativas, y no sólo de productos.
- La actividad internacional y tecnológica de la Unidad de Marketing debe potenciar la imagen exterior de Tecnocom como empresa líder mundial en el sector de las Tecnologías de la Información.

Para incrementar su efectividad, se decidió estructurar la unidad en dos áreas principales: el Área de Marketing Estratégico y Comunicación y el Área de Marketing de Nuevos Productos.

Cada una de estas áreas tiene unos objetivos muy concretos:

- Área de Marketing Estratégico y Comunicación:
 - Gestión de la comunicación (medios).
 - Diseño y cuidado de la imagen y posicionamiento corporativo.
 - Gestión de la web corporativa.
 - Preparación y apoyo en la asistencia a Ferias y Eventos.
 - Elaboración de catálogos y material promocional.

- Área de Marketing de Nuevos Productos:
 - Mantener y ampliar el porfolio de productos y servicios corporativo.
 - Buscar productos complementarios a los actuales.
 - Buscar nuevos productos.
 - Identificar fabricantes.
 - Analizar y evaluar mercados (países) y/o sectores potenciales.
 - Análisis competitivo tecnológico y de mercado.
 - Negociación de acuerdos con proveedores y aliados estratégicos.
 - Soporte al Departamento Comercial de las Unidades de Negocio.
 - Contacto directo con el mercado y clientes de Tecnocom.
 - Identificar y analizar posibles nuevas líneas de negocio para Tecnocom.

En el primer trimestre del presente año, las actividades más importantes se han centrado en el Área de Marketing de Nuevos Productos, con un especial énfasis en los temas relacionados con la ampliación del porfolio de productos y soluciones.

De entre las actividades llevadas a cabo por el Área de Marketing de Nuevos Productos, cabe destacar las relacionadas con las Tecnologías de Banda Ancha Inalámbrica (WiMAX) y las Tecnologías de Gestión de Contenidos.

5 Nuevos Negocios

- **Metrocall:**
 - En Abril 2005, **Metrocall** firmó un acuerdo con los Operadores Celulares (Telefónica, Vodafone y Amena), para dar cobertura en las instalaciones del metro de la capital.
 - La primera fase, que supondrá una inversión entre 16 y 22 millones de euros se desplegará en los próximos dos años y comenzará su ejecución en segundo trimestre de 2005.
 - La segunda fase, cuyo despliegue será concretado en los próximos meses completará los tramos y sus zonas peatonales hasta alcanzar la cobertura total de la red de Metro de Madrid.

□ **TM Data:**

- La evolución de la compañía ha sido positiva aunque con un crecimiento más lento de lo esperado, pues el mercado de transmisión de datos en Brasil sigue creciendo por debajo de lo previsto debido al alto coste de los equipos de comunicación de datos.
- Se han alcanzado acuerdos estratégicos con los operadores móviles Telecom Italia y Claro para ofrecer preferencialmente a sus clientes las soluciones de TM Data, al ser el único proveedor en Brasil de un servicio de conectividad de datos a través de una red segura.
- 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, empresas de vigilancia y seguridad.

□ **Secretariaplus:**

- Secretariaplus es la primera compañía en España especializada en servicios para la empresa relacionados con el colectivo de Secretarias, Ayudantes de dirección y Administrativas.
- Secretariaplus ha creado el primer portal de Internet que ofrece gratuitamente una herramienta de ayuda a todas las profesionales del secretariado, siendo un punto de encuentro para un potencial de más 1.150.000 secretarias en nuestro país y actualmente cuenta con más de 60.000 secretarias inscritas en toda España.
- En el primer trimestre de 2005 no sólo ha mantenido el EBITDA positivo situándose en un 18% sobre la cifra de negocio, sino que también ha alcanzado resultados netos positivos.

□ **M2M:**

- TECNOCOM entiende que la comunicación entre máquinas será la línea de negocio que registre mayor crecimiento en los próximos ejercicios por lo que será un área de máxima prioridad, donde TECNOCOM dedicará una buena parte de sus inversiones.
- En la última parte de ejercicio 2004 se realizó una primera fase con 100 máquinas vending de telemetría con DISIVAL (Casbega) y se está trabajando con AZKOYEN para desarrollar un equipo de telemetría para sus máquinas.

6. División Industrial

Esta División continúa sufriendo los mismos elementos negativos que se comentaron en el anterior informe.

El acero ha seguido su escalada de precios en el primer trimestre del año 2005, añadiendo un 20% de subida, a la ya experimentada a lo largo del 2004. Por su parte el cobre, alcanza también máximos históricos, con un nuevo repunte del 10%. Todas estas condiciones, están afectando drásticamente al margen operativo. A nivel comercial, se ha conseguido actualizar los precios de todos los clientes, para absorber las subidas de las materias primas de 2004, pero los nuevos ajustes, deben producirse en el segundo y tercer trimestre del corriente ejercicio.

El mercado europeo de electrodomésticos, ha comenzado a dar muestras de estancamiento y retroceso en el mes de Marzo, en lo que parece será una tendencia que puede extenderse hasta el verano. Esto está afectando a nuestros volúmenes de venta de motores, que en el último mes han caído el 25% sobre lo previsto. Sólo nuestros clientes turcos están manteniendo los niveles previstos. Nuestra fábrica de China, está produciendo componentes para clientes europeos, con el consiguiente ahorro de costes, y espera retomar en los próximos meses, las ventas a clientes locales. El mercado en Brasil, está entonado, y continuamos aumentando nuestras ventas según lo previsto.

El expediente de regulación de empleo de la fábrica de Madrid para abaratar el coste de la mano de obra, aprobado en 2004, continúa su desarrollo, con las prejubilaciones previstas, hasta alcanzar las 107 a lo largo de 2005. Continúan no obstante las negociaciones con trabajadores y sindicatos, para conseguir un menor coste de la mano de obra en esta fábrica, que permita alcanzar niveles competitivos en el cada vez más duro mercado europeo.

La implantación del nuevo proceso de redistribución de la producción, continúa llevándose a cabo, como ya comentamos más arriba. Así, todos los motores que requieren un proceso productivo más sencillo y con una componente mayor de mano de obra, están pasando a fabricarse en China, donde el coste de la mano de obra es 20 veces inferior al de la fábrica de España. Con ello, la fábrica de España cada vez más especializada en motores de alto componente tecnológico, se está dotando de algunas de las líneas más modernas y automatizadas de Europa, para fabricación de motores de lavavajillas y trifásicos.

Esperamos que este conjunto de medidas permita una recuperación de los márgenes de esta división, siempre que el escenario de las materias primas no siga penalizando al mercado, y podamos alcanzar en breve los niveles de ventas previstos.

7.- Información Bursátil

Respecto a la evolución de la cotización de la acción, ésta sigue siendo positiva, habiéndose conseguido en el primer trimestre del ejercicio 2005 una revalorización del 3,44%, pasando de 6,10 € por acción a 31 de diciembre de 2004 a 6,31 € por acción el 31 de marzo de 2005. Adicionalmente, a la fecha de elaboración de este informe (8 de mayo de 2005) la revalorización de la acción asciende al 5,73%.



8.- Otros Aspectos Relevantes

A lo largo del ejercicio 2005 TECNOCOM ha realizado una desinversión del 3,6% del capital de AMPER (2,7% en el mes de abril de 2005), con lo que la participación en AMPER se situaba el 8 de mayo de 2005 en el 2,3%.