

TELECOMUNICACIONES

Telefónica gana el 7,7% más por su presencia global y se distancia de sus rivales

El grupo ganó 1.257 millones de euros en el primer trimestre y confirmó su interés por la compra del 50% que le falta en Vivo

A. LORENZO / M.A. URIONDO
Madrid. Las comparaciones no son odiosas, al menos para Telefónica. La operadora española de telecomunicaciones presentó ayer sus cuentas del primer trimestre del año en las que agiganta las distancias respecto a sus vecinos del continente. La compañía que preside César Alierta ganó 1.257 millones de euros entre los pasados enero y marzo, lo que representa un incremento del 7,7% respecto al mismo periodo del año pasado. El crecimiento interanual de los ingresos de Telefónica fue del 15,1%, hasta los 13.747 millones de euros. Estos datos contrastan con los de sus principales competidores, donde Deutsche Telekom redujo sus ganancias el 58% en el mismo periodo, mientras que Telecom Italia creció el 4,2% y Portugal Telecom recortó sus beneficios el 16,3%. Los resultados netos comparables de France Télécom se desconocen, pero los ingresos del gigante francés apenas mejoraron el 1,8% en el primer trimestre.

En esta ocasión, los resultados trimestrales de Telefónica pasarán a la historia por tratarse de los primeros en los que la operadora retrata en sus cuentas la nueva con-

vergencia de sus negocios. De esta forma, las actividades de telefonía fija, móvil, banda ancha y TV por ADSL ya forman parte de una única división territorial, tanto en España como en Latinoamérica, de acuerdo con la reorganización de la compañía aprobada el pasado verano.

Con los datos en la mano, Telefónica tiene motivos para felicitarse por sus compras en Europa y Latinoamérica. Según los resultados de ayer, el grupo español ha aumentado sus ingresos el 46,7% en el Viejo Continente, al mismo tiempo que disparó el 47,5% sus resultados operativos en Latinoamérica. Los accesos totales de la compañía ya superan los 206 millones de líneas, el 11,4% más que doce meses atrás.

Ingresos

En cuanto a España, los ingresos en el mercado local por primera vez superaron los 5.000 millones (5.033 millones exactamente, el 5,5% más que en el primer trimestre de 2006). Eso sí, el crecimiento de los ingresos en los negocios de móviles duplican a los de fijo (7,9% respecto a 3,6%, respectivamente).

Entre los principales quebraderos de cabeza del grupo

destaca la filial alemana, que experimentó una caída en ingresos del 3%, pero también de la facturación por cliente, también debido al recorte de las tarifas de interconexión y a la presión sobre los precios. El responsable máximo de la división europea, Peter Erskine, hizo hincapié en que las estrategias que se están poniendo en marcha (y que podrían acarrear una reducción de márgenes), permitirán que la filial se ciña a las previsiones, y subrayó el éxito que han tenido las nuevas tarifas, que han elevado el tiempo que los alemanes pasan hablando por teléfono.

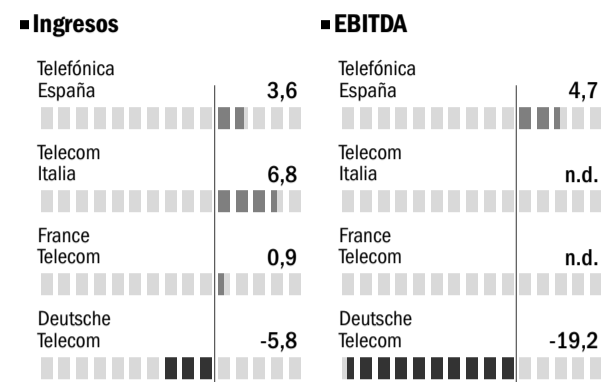
En Latinoamérica, uno de los principales hitos fue el superar el umbral de los 4 millones de clientes de banda ancha y el de los 700.000 de televisión de pago, debido en el último caso al fuerte crecimiento en Chile, con 129.100 nuevos abonados.

Por lo que respecta a las sinergias en la compañía, el primer trimestre del año cumplió las expectativas, y se mantiene la previsión de cerrar el año con ahorros por 1.250 millones de euros. Por otra parte, la compañía destacó un aumento del coste de la deuda, debido principalmente a la subida de los tipos de interés y a una mayor pro-

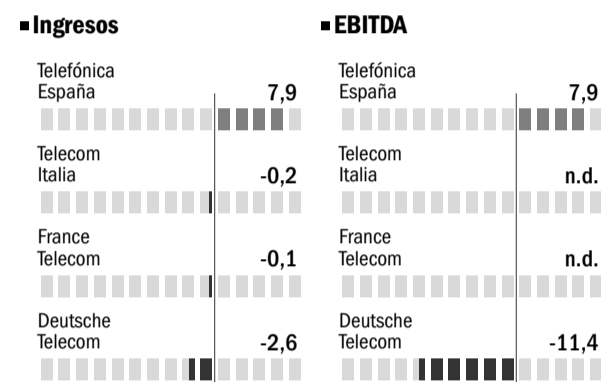
Líderes de Europa

Variación I trim. 06/ I trim. 07 (%)

Operadores fijos



Operadores móviles



FUENTE: Telefónica

porción de deuda en divisas latinoamericanas.

Socio italiano

En la presentación a analistas, el director financiero del grupo, Santiago Fernández Valbuena, se refirió a la situación en Telecom Italia y destacó que Telefónica sea "el único socio industrial y no italiano", y aseguró que, aunque aún es pronto para profundizar sobre el asunto, ambas compañías pueden hacer juntas "muchas cosas que se pueden hacer juntos como socios". Valbuena insistió, una vez más, en que la compañía está dispuesta a comprar la brasileña Vivo "en el momento apropiado y a un precio razonable". De

esta forma, la pelota queda ahora en el tejado de su socio Portugal Telecom, una vez despejadas las interferencias de su participación en el control de Brasil Telecom.

Sobre la competencia de los nuevos operadores entrantes en España, Antonio Viana-Baptista, director general de Telefónica España, indicó que el principal reto de la compañía es retener clientes de valor, añadir valor a la red y cuidar a sus 22 millones de clientes. "Yoigo, honestamente, no es relevante", indicó el directivo, preguntado sobre la irrupción de la filial de Telia Sonera.

Los títulos de Telefónica cayeron ayer en bolsa el 0,12% hasta los 16,80 euros.

LA BANDA ANCHA, UN NEGOCIO QUE VALE POR TRES

El negocio de banda ancha de Telefónica ha crecido más rápido que el mercado, con un alza interanual del 31,2%, hasta cuatro millones de clientes; frente al alza del 30,1% en el conjunto de líneas en el mercado, que ya alcanzan los 7,1 millones. En este sentido, la compañía destacó que el 75% de los accesos de banda ancha formaban parte de un paquete. Es decir, los mejores clientes son los que contratan este tipo de servicios que incluyen acceso a Internet, telefonía fija y, en muchos casos, televisión digital. Lo inmediato será la telefonía móvil.

De hecho, el ingreso medio por cliente en telefonía fija (incluida la banda ancha) se elevó un 66% en comparación con los tres primeros meses del año anterior, hasta 66 euros al mes. El crecimiento del número total de accesos de la compañía fue del 3,5% interanual, alcanzándose los 22,9 millones de líneas.

En telefonía móvil, los ingresos medios por cliente (arpu) cayeron un 0,5%, debido principalmente a su socio incremento de los ingresos por datos no ha logrado compensar la pérdida de ingresos por el recorte del 6,9% en las tarifas de interconexión de octubre del año pasado. Además, en abril se produjo otro recorte, del 7,5%, lo que debería afectar a los ingresos del segundo trimestre.

Imagenio ha seguido demostrando su poderío, con el 44% de todas las nuevas altas en el negocio de la televisión de pago. En un mercado que ha crecido un 10,6% en tasa interanual, el producto de Telefónica registró un incremento del 67,3% y ya cuenta con 419.000 clientes.

ANÁLISIS | TELEFONÍA

Ascenso y caída del móvil virtual

Los nuevos entrantes vivirán una eclosión a la que sólo sobrevivirán los más imaginativos. Movistar, Vodafone y Orange reconocen una dura pugna por hacerse con los OMV más golosos



Miguel Ángel Uriondo

EN los próximos meses van a seguir surgiendo operadores móviles virtuales (OMV) que alquilarán su red a los tres grandes grupos con red propia. Movistar, Vodafone y Orange se irán repartiendo a los que más se ajusten a su idiosincrasia y sepan ofrecer más valor añadido. Al cabo de un tiempo, fracasarán muchas de las propuestas, especialmente las que se dirijan únicamente al bajo coste, y tendrá lu-

gar una consolidación en el sector. Quienes aún no han entrado, no tienen una prisa excesiva. Quienes sí lo han hecho reconocen que ha sido un camino plagado de dificultades.

Estas son algunas de las conclusiones que se extraen de un encuentro organizado ayer por la Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones (Autelsi) y patrocinado por Deloitte. Este encuentro de verdaderos protagonistas en la sombra permitió arrojar una conclusión importante: nadie está dispuesto a desatar una guerra de precios que rompa las reglas del juego.

Los representantes de los grandes operadores admitieron que ha surgido una feroz competencia entre

ellos para llevarse a los mejores móviles virtuales, que les ha obligado a ser proactivos en las negociaciones, y los tres coincidieron en que cualquier OMV que quiera competir por el público generalista y no ceñirse a un nicho deberá captar "mucho más de medio millón de clientes" para ser rentables.

El responsable de la estrategia comercial de Vodafone, Jorge Domínguez-Sol admitió que, aunque sí se prevé algo de canibalización de su negocio, también se crearán nuevos mercados y se desarrollará el segmento de los teléfonos con doble tarjeta SIM. "No van a empezar los mismos que terminen", subrayó, y aunque no quiso entrar en detalles, ase-

guró que Vodafone, que ha firmado seis de los diez acuerdos publicados, tiene sobre la mesa "propuestas imaginativas" relacionadas con datos y servicios de valor.

Los responsables de las operadoras coincidieron en otra cosa: muchas de las empresas que se acercan a negociar tienen poca o ninguna idea de lo que supone ser operador virtual. El responsable de Telefónica, Ángel Merodio, que también reconoció tener muchas negociaciones en marcha, confirmó que hay candidatos que llegan "sin saber cómo funciona el mercado", pero confió en que, a través de la innovación, los OMV "demuestren que hemos estado ciegos en algunos aspectos".

Indra logra la licencia de los radares de Northrop fuera de EEUU

E. U.
Madrid. La española Indra ha adquirido el permiso para fabricar y comercializar fuera de EEUU un sistema de radares aeroportuarios pertenecientes al contratista de Defensa norteamericano Northrop Grumman. El importe de la operación no ha trascendido.

El sistema ASR-12 es utilizado por los controladores de tráfico aéreo para supervisar la aproximación, el aterrizaje y el despegue de aviones.

En la actualidad, los sistemas de Indra son utilizados en aeropuertos de 40 países, de los que la mayoría son europeos.