

06/09/2005

Intervención de Antonio Viana-Baptista en el XIX Encuentro de las Telecomunicaciones “Tiempos de Convergencia” en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo de Santander

TELEFÓNICA MÓVILES SUPERÓ LOS 88,6 MILLONES DE CLIENTES, TRAS LOGRAR UN CRECIMIENTO ORGÁNICO DE 10,4 MILLONES EN LOS 8 PRIMEROS MESES DEL AÑO

- El Presidente de Telefónica Móviles destaca que el éxito del sector de la telefonía móvil en España, está basado en un modelo de operadores comprometidos con la inversión.
- Indica que la estrategia de la Compañía pasa por reafirmar su compromiso inversor y liderar el desarrollo del UMTS en España, ofrecer nuevos servicios aprovechando las capacidades de las nuevas tecnologías y continuar desarrollando ofertas innovadoras a los clientes que supongan rebajas de precios.
- Los precios de llamadas de voz de Telefónica Móviles España han sido reducidos en un 65,7% (sin contar el efecto de la inflación) en el período de 1997 a junio de 2005. Estos precios han bajado un 10,4% en el período junio 2004-junio 2005.

Santander, 6 de septiembre de 2005.- Telefónica Móviles ha superado la cifra de 88,6 millones de clientes gestionados a finales del pasado mes de agosto. Esta cifra supone que la Compañía ha conseguido aumentar en 14,2 millones de clientes su parque de clientes en los ocho primeros meses del presente ejercicio, desde los 74,4 millones de clientes de parque declarado a cierre de 2004.

Incorporando las operadoras argentina y chilena cuya adquisición se cerró en enero de 2005 al parque de cierre de 2004, este alcanzaría los 78,2 millones de clientes. Con ello, Telefónica Móviles ha logrado un crecimiento orgánico de sus operaciones de 10,4 millones de clientes en los ocho primeros meses de 2005, ha anunciado hoy Antonio Viana-Baptista, Presidente Ejecutivo de Telefónica Móviles.

Durante su intervención en el XIX Encuentro de las Telecomunicaciones “Tiempos de Convergencia” en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo de Santander, el Presidente

Más información en nuestra página web <http://www.telefonicamoviles.com>

Dirección de División de Comunicación
Paseo de Recoletos, 7 y 9
28004 Madrid

Tel: +34 91 423 40 44
Fax: +34 91 423 40 11
e-mail: prensa_tm@telefonicamoviles.com

Telefónica Móviles ha indicado que esta evolución es muestra del fuerte potencial de crecimiento de la Compañía.

Viana-Baptista ha afirmado que la posición como líder mundial del sector de la telefonía móvil de Telefónica Móviles está basada en su fuerte posición en el mercado español, factor que le ha permitido afrontar su amplia expansión internacional .

A través de esta posición de vanguardia, la actividad de Telefónica Móviles facilita numerosas ventajas para el sector español de las telecomunicaciones móviles, como la internacionalización de empresas españolas, el acceso del mercado español a las últimas tecnologías, capturar economías de escala que son trasladadas al consumidor, y el desarrollo de los servicios más avanzados e la forma más rápida y al menor coste, entre otros aspectos.

El éxito del sector de la telefonía móvil en España, según ha indicado Viana-Baptista, está basado en un modelo de operadores comprometidos con la inversión, que tiene como resultado final una fuerte competencia y una constante reducción de precios al consumidor.

Telefónica Móviles tiene el compromiso de seguir liderando las inversiones en el sector de la telefonía móvil en España, con una inversión acumulada de aproximadamente 2.800 millones de euros durante el periodo 2005-2008.

Viana-Baptista también ha afirmado que el sector de la telefonía móvil va a hacer frente a la demanda de la convergencia, lo que hace imperativo el desarrollo de la banda ancha móvil. En este punto, ha asegurado que ésta ha provocado una nueva ola de inversiones del sector en España.

El Presidente de Telefónica Móviles ha indicado que la estrategia de la Compañía pasa por:

Reafirmar su compromiso inversor y liderar el desarrollo del UMTS en España (basado en asegurar cobertura, calidad de servicio y la cartera de soluciones más avanzada).

Ofrecer nuevos servicios aprovechando las capacidades de las nuevas tecnologías.

Y continuar desarrollando ofertas innovadoras a los clientes que supongan rebajas de precios (con esquemas de precios segmentados y adaptados a las necesidades de cada tipo de cliente). En este sentido, Viana-Baptista ha resaltado que los precios de llamadas de voz de Telefónica Móviles España han sido reducidos en un 65,7% (sin contar el efecto de la inflación) en el período de 1997 a junio de 2005, y que estos precios han bajado un 10,4% en el período junio 2004-junio 2005.

La presente comunicación contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Compañía o de su dirección a la fecha de realización de la misma, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos a la base de clientes y a su evolución, al crecimiento de las distintas líneas de negocio y del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Compañía y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Dichas intenciones, expectativas o previsiones están afectadas, en cuanto tales, por riesgos e incertidumbres que podrían determinar que lo que ocurra en la realidad no se corresponda con ellas y la Compañía no se obliga a revisarlas públicamente en el caso de que se produzcan cambios de estrategia o de intenciones o acontecimientos no previstos que puedan afectar a las mismas.

Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Compañía y, en particular, por los analistas que manejen la presente comunicación. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Compañía ante las entidades de supervisión de los mercados de valores y, en particular, los folletos informativos y la información periódica registrada ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores española.