

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE
TELEFÓNICA MÓVILES, S.A.

DISCURSO DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN, D. LUIS LADA DÍAZ

Madrid, 1 de Junio de 2000

Señoras y señores accionistas:

Ante todo, deseo reiterarles mi más profundo agradecimiento por la confianza depositada en Telefónica Móviles. Asimismo, les agradezco su asistencia a esta Junta General que, por primera vez, celebramos como empresa que cotiza en bolsa.

La telefonía móvil es, sin duda, uno de los grandes inventos del siglo XX. Un invento comparable a la Televisión y al Ordenador Personal, que transforma muchos comportamientos sociales y facilita extraordinariamente la comunicación personal.

Para un número cada vez mayor de personas, el móvil –como decía nuestra campaña de salida a bolsa– ha pasado a formar parte de nuestras vidas, dejando de ser un instrumento exclusivo para unos pocos. En estos momentos, dos de cada tres españoles tienen un teléfono móvil.

Gracias a la telefonía móvil, el ser humano puede desplazarse libremente y, al mismo tiempo, comunicarse. Intercambiar voz y datos desde y cuando lo desee, sin depender de puntos preestablecidos ni de fronteras. Y esto no es más que el principio de una nueva era, donde el móvil se convertirá en una herramienta personal de comunicación, superando el concepto de teléfono que se mueve con el usuario.

Consultar a través del móvil el saldo bancario, la cotización de acciones, la cartelera del cine, acceder en tiempo real a mapas o a información local e incluso comprar las entradas de los últimos estrenos eran un sueño en la pasada década.

Hoy, todas estas ilusiones son ya casi una realidad. Y a través de las nuevas tecnologías móviles se abre ante nosotros un amplio abanico de nuevas posibilidades. Con nuestros teléfonos móviles, también podremos en un futuro próximo activar o desactivar alarmas, encender el riego o la calefacción a distancia, comprar un refresco en una máquina expendedora y “bajarse” música de internet, para luego escucharla desde el móvil.

No es de extrañar, por tanto, que el mercado de la telefonía móvil sea hoy en día uno de los sectores de mayor crecimiento. A principios del año 2001, se contaban unos 730 millones de usuarios en todo el mundo, estimándose que para el año 2005 se alcancen más de 1.500 millones. De esta impresionante cifra, un 40%, es decir 600 millones de usuarios, corresponderán a Europa y América Latina, que son nuestros principales mercados.

De todas formas, el crecimiento no sólo se va a medir por el número de usuarios, sino por la creciente utilización de los móviles, tanto en los servicios tradicionales de voz como en las nuevas aplicaciones antes mencionadas.

En este contexto, con operaciones en 14 países y gestionando más de 25 millones de clientes, Telefónica Móviles es una de las mayores compañías de comunicaciones móviles del mundo. Una compañía líder en uno de los sectores de mayor crecimiento y potencial de futuro.

Gestión

El tamaño y la dimensión que ha ganado nuestra compañía exige una gestión basada en conseguir un equilibrio en la relación con los diversos colectivos que vertebran nuestras fortalezas.

En primer lugar, y como origen de todas las iniciativas, están nuestros clientes, cuya satisfacción y confianza debemos mantener día a día. Para ello, es necesario conocer sus preferencias y desarrollar aquellos servicios que mejor se ajusten a las mismas. No es de extrañar que un tercio de nuestros empleados estén dedicados a la atención directa de los clientes.

Además, contamos con una plantilla de una altísima capacidad y entusiasmo, que al cierre del año 2000 sumaba más de 10.000 empleados. Y que ha crecido más de un 32% en el último año, sin que se hayan alterados nuestros altos ratios de productividad. A modo de ejemplo, baste señalar que, en España, la media de edad es de 32 años, con un porcentaje de titulados universitarios superior al 50%. El compromiso de la empresa con sus empleados se refleja en intensas políticas de formación y desarrollo, que se traducen en reducidas tasas de rotación de la plantilla.

En tercer lugar, quisiera referirme a nuestros distribuidores y mayoristas, que nos han permitido lograr una extraordinaria capilaridad en los países donde estamos presentes. Contamos con más de 20.000 puntos de venta en todo el mundo, a través de los que canalizamos nuestra política comercial.

También quisiera mencionar a nuestros socios tecnológicos, entre los que se encuentran nuestros suministradores de infraestructuras y equipos y empresas líderes en sectores limítrofes al nuestro, como compañías de software, Internet o e-business y, por supuesto, descamos cuidar las relaciones con nuestros socios locales e internacionales.

Por fin, pero en el lugar más destacado, están ustedes, nuestros accionistas, para los que trabajamos y para los que estamos desarrollado un sólido

entramado de relaciones con todos estos agentes, a fin de conformar un grupo ganador que pueda asegurar un liderazgo duradero.

Sociedad-Medioambiente

Puesto que nos dirigimos a la práctica totalidad de la población, tenemos que establecer las mejores relaciones con las Sociedades en las que nos desenvolvemos, esto es, con la cultura, la economía, el deporte, la Administración, los medios de comunicación y otras organizaciones sociales de los países en los que operamos. Nuestra empresa relaciona estrechamente su vertiente de desarrollo de los negocios y las tecnologías con un fuerte compromiso social. De hecho, entre nuestras prioridades se encuentran la prevención de la contaminación, la protección del medio ambiente y la incorporación de procesos de mejora continua enmarcados en un ambicioso programa de Calidad.

En este sentido, somos los primeros interesados en resolver las dudas que han surgido acerca de la relación entre telefonía móvil y salud.

A la luz de los conocimientos científicos actuales, puede afirmarse que no se ha identificado ningún mecanismo biológico que explique una posible relación causal entre la exposición a las Radiofrecuencias de la Telefonía Móvil y algún tipo de patología. Tampoco se ha demostrado que la exposición a Campos Electromagnéticos propios de la telefonía móvil produzca efectos peligrosos para la salud humana, al tratarse de emisiones no ionizantes.

Telefónica Móviles cumple con toda la legislación vigente de calidad y seguridad en sus estaciones base. Nuestros márgenes de seguridad, incluso con las hipótesis más desfavorables, implican niveles que son casi 3.000 veces inferiores al considerado como inocuo por las Recomendaciones del Consejo Europeo.

Regulación

Europa es el continente con mayor número de usuarios de telefonía móvil del mundo. Este éxito se ha conseguido gracias a su apuesta por una tecnología común, la norma GSM, y por haber contado con una regulación no intrusiva.

Hasta el momento, la regulación aplicada al sector en Europa ha dejado el protagonismo a las fuerzas del mercado, lo que ha propiciado la innovación y las inversiones en el sector del móvil. En un proceso de consolidación, el tipo de regulación a aplicar en este mercado debe ser adoptado de forma coordinada, con perspectiva europea. Por ello, se hace precisa una mayor

armonización de las decisiones regulatorias nacionales, para evitar situaciones asimétricas que favorezcan a determinados operadores.

El riesgo de una sobre-regulación genera una ralentización de la actividad, que tendrá efectos negativos tanto en la evolución hacia la denominada “Sociedad de la Información”, como en la creación de empleo y en el ritmo inversor. Por tanto, la mejor aportación de la regulación sería la de disminuir incertidumbres y dejar actuar a los mecanismos del mercado.

Cuando se debate acerca del nivel de competencia saludable, quiero recalcarles que Telefónica Móviles siempre ha abogado por una competencia efectiva y no meramente nominal, pero que sea eficiente y sostenible.

Sabemos competir, y así lo hemos demostrado en todos los mercados en los que estamos presentes. Nuestro modelo nos ha permitido mantener nuestra posición de liderazgo en entornos de creciente competencia, a la vez que nuestros ingresos y resultados han crecido de forma sostenida.

No debemos olvidar que el éxito de la telefonía móvil está relacionado con el equilibrio entre inversiones rentables, evolución de los precios y un número adecuado de competidores, cuya aparición debiera estar relacionada con el tamaño de cada mercado, su madurez y los avances tecnológicos.

Modificar un modelo exitoso no va a favorecer los objetivos que persiguen los poderes públicos de mejorar precios, calidad e innovación en servicios.

La competencia, entendida en estas bases, no es sólo buena para los clientes. También lo es para nosotros. Cumpliendo con nuestro compromiso de trasladar a los clientes las mejoras de eficiencia, hemos sido capaces de llevar a cabo importantes reducciones de precios para crecer, sin perder rentabilidad. Unas reducciones de precios que, en el caso de Telefónica Móviles España, han sido del 53% en los últimos cuatro años.

La eficiencia del sector exige que los operadores seamos capaces de obtener economías de escala y, para ello, se precisa un tamaño que será difícil de conseguir en un entorno de introducción tutelada de agentes que no puedan competir eficientemente, forzando transferencias de márgenes entre los mismos.

Tecnología/Internet Móvil

Junto con la Regulación, la tecnología es otro factor determinante para el desarrollo del sector.

Hasta ahora hemos gestionado con éxito la introducción, el crecimiento y la sustitución de diversas tecnologías, adaptándonos en cada momento a las necesidades de nuestros clientes.

Hemos puesto los cimientos para que, cuando aparezcan los nuevos avances que el mercado espera, sigamos estando a la vanguardia en la oferta de productos y servicios.

Desde Telefónica Móviles hemos apostado desde hace tiempo por el acceso desde el móvil a todo tipo de aplicaciones, lo que coloquialmente llamamos Internet Móvil. Y llevamos tiempo estudiándolo desde el punto de vista del cliente.

Es cierto que los nuevos servicios WAP no han tenido una masiva aceptación por los usuarios hasta el momento. Quizá, porque se crearon unas expectativas desproporcionadas respecto a la capacidad de la tecnología y por la ausencia, en plazo y cantidades, de terminales compatibles.

Pero también es cierto que los mensajes cortos estaban siendo ofrecidos desde 1996 y sólo desde la mitad del 99 han comenzado a desarrollar su enorme potencial. Incluso la propia telefonía móvil ha vivido un crecimiento limitado, antes de experimentar la reciente explosión de todos conocida.

Lo mismo ocurrirá con el Internet Móvil, que exige un proceso de aprendizaje que nosotros vamos a liderar.

El móvil es ya un dispositivo de acceso a contenidos y servicios preparados para ser compatibles con sus características. Y está evolucionando hacia una mayor riqueza visual y una mayor rapidez de acceso.

El móvil no es un terminal de navegación por Internet, sino un instrumento para transacciones rápidas, compras de impulso o acceso a contenidos condensados. Por ello, los servicios que aportarán mayor valor al Internet Móvil se centran en el posicionamiento, comercio móvil, entretenimiento, acceso a información y mensajería.

Internet Móvil lleva consigo nuevos negocios y oportunidades. Y también nuevos actores, los proveedores de contenidos y aplicaciones, que se suman a los fabricantes y los operadores. Por tanto, la aparición de nuevos agentes que no necesitan licencias se está produciendo de forma natural, generando una nueva cadena de valor que dinamizará nuestro negocio.

El éxito de este nuevo modelo es ya una realidad en Japón. Y la clave de su desarrollo está en la creación de contenidos cada vez más atractivos.

UMTS

Desde principios de este año, estamos ofreciendo servicios GPRS. Este sistema contiene las características necesarias para potenciar estas nuevas aplicaciones, como el pago por el volumen de datos utilizados y el hecho de estar “siempre conectado”. El GPRS permitirá velocidades de transmisión de datos equivalentes a las que ofrecen hoy en día los accesos básicos RDSI.

Pero llegará un momento en que no podrá cubrir con eficiencia las necesidades de multitud de usuarios y, en ese momento, la eficacia y las capacidades de radio del UMTS serán esenciales, por lo que el proceso de sustitución de redes será paulatino, pero imparable.

Con el UMTS viviremos la explosión de otros servicios clave, como la mensajería multimedia. Imagínense un móvil que permita hacer fotografías y enviarlas como postales personales entre teléfonos móviles, como ahora circulan los mensajes cortos.

Este tipo de servicios existirán, incluso muchos más de los que ahora podemos imaginarnos. Y el teléfono móvil será un elemento casi imprescindible para la vida diaria de todos, incluso de aquellas personas que hace poco decían que nunca tendrían un móvil y hoy están entre nuestros mejores clientes.

Compromiso social

Hay otros factores que afianzan la posición de Telefónica Móviles como un Grupo con un fuerte compromiso social. Queremos aportar cada vez más al desarrollo social en todos los países en los que estamos presentes.

Por ello, llevamos a cabo iniciativas con colectivos de personas discapacitadas y convenios de colaboración con más de 50 hospitales. Además, Telefónica Móviles soporta en sus redes la prestación del Servicio Universal de Telefonía, facilitando el acceso telefónico a los lugares más remotos y dispersos de la geografía nacional.

También mantenemos convenios de colaboración con un gran número de Universidades, facilitando el acceso al mercado laboral de los jóvenes.

Asimismo, es reseñable la participación activa de Telefónica Móviles en el patrocinio de diferentes actividades. Para centrarnos en el caso español, déjenme citarles nuestro papel en el desarrollo del ocio -a través de iniciativas como MoviPlaya-, la cultura -mediante los patrocinios de exposiciones,

conciertos y eventos de fuerte arraigo cultural-, y el deporte, a través de un programa que -en lo tocante al motociclismo- engloba desde escuelas de pilotos jóvenes hasta el patrocinio del actual campeón del mundo de 500 centímetros cúbicos.

I+D

La capacidad de Telefónica Móviles para aprovechar nuevas oportunidades de negocio, está relacionada con su liderazgo tecnológico. De hecho, nunca podríamos haber alcanzado nuestra posición sin contar con una organización que diera un peso capital a las actividades de Investigación y Desarrollo.

Durante el año 2000, sólo en España, hemos dedicado 120 millones de Euros a actividades relacionadas con I+D. Y hemos puesto en marcha una organización que facilita al máximo el aprovechamiento de nuestros avances en este campo, convirtiéndose en una ventaja competitiva en todos los países en los que estamos presentes.

Nuestro liderazgo en el terreno tecnológico tiene un reconocimiento internacional. Por ello hemos obtenido la máxima calificación en el concurso de méritos para la obtención de licencias UMTS en España, hemos sido el primer operador europeo que lanza el servicio GPRS con cobertura nacional y tenemos una de las ofertas más amplias de productos y servicios de valor añadido del mundo.

Recientemente, hemos inaugurado el Centro de Demostraciones en la sede de Telefónica Móviles España, donde se muestran algunos de los proyectos que serán realidad en un futuro próximo. Me gustaría que conocieran estos desarrollos y aprovecho esta ocasión para invitarles a conocer ese Centro.

Logros

Hasta ahora, hemos repasado las grandes tendencias y la situación actual de la telefonía móvil. Paso ahora a darles cuenta de los resultados del ejercicio 2000.

Telefónica Móviles se presentó ante ustedes, señores accionistas, hace siete meses, coincidiendo con su Oferta Pública de Suscripción.

Permítanme recordar qué les dijimos que íbamos a hacer. Qué retos teníamos frente a nosotros y, lo más importante, qué hemos hecho.

Cuando empezó el año 2000, teníamos que reorganizar las operaciones de telefonía móvil de nuestro Grupo bajo una estructura global. Y lo hemos hecho.

Posteriormente, debíamos llevar a cabo una expansión selectiva en Europa. Lo hemos hecho con un coste medio por habitante y Megahertzio muy inferior al de otros grandes operadores, sin por ello renunciar al control de las operaciones.

De esta forma, hemos entrado en Alemania, Italia, Austria y Suiza. La entrada en estos países nos permitirá beneficiarnos de economías de escala muy importantes para el futuro de nuestra compañía y, al tiempo, nos consolida como una empresa líder a nivel mundial, con una importante presencia en Europa, Latinoamérica y la Cuenca Mediterránea.

En Europa hemos dado importantes pasos. Hoy tenemos en la Junta con nosotros a los primeros ejecutivos de estas empresas, que cuentan ya con quinientos profesionales preparando el lanzamiento comercial de las operaciones.

Además, estamos llegando a acuerdos –como el firmado ya en Alemania– que nos permitirán adelantar el inicio de nuestras operaciones antes de lo previsto inicialmente. En otras palabras, el retraso de la aparición de la tecnología UMTS no retrasará el inicio de nuestras operaciones, sólo retrasará el ritmo de nuestras inversiones.

También nos impusimos reforzar nuestro liderazgo en Latinoamérica. Y lo hemos conseguido.

Hemos creado un gran grupo latinoamericano, con empresas líderes en Brasil, Argentina, Perú, El Salvador y Guatemala, además de gestionar los operadores de Chile y Puerto Rico. Hemos reestructurado nuestros holdings en Brasil y vamos a aumentar nuestras posiciones en operadoras brasileñas rentables en las que ya estábamos presentes. Y hemos entrado en el mercado Mexicano, uno de los mercados más importantes de la zona, con una situación estratégica y un potencial de desarrollo extraordinario.

En este apartado, quisiera hacer una especial mención a las actividades que hemos llevado a cabo en los primeros meses del actual ejercicio para afianzar nuestra posición de liderazgo en Brasil, el mayor mercado de Latinoamérica. Fruto de las excelentes relaciones que mantenemos con Portugal Telecom, hemos alcanzado un acuerdo para agrupar los activos de telefonía móvil de Brasil. La nueva compañía será gestionada de forma conjunta, algo que demuestra que la experiencia de colaboración, que comenzamos en Marruecos, ha sido satisfactoria y es exportable a otros países, poniéndose de manifiesto nuestra capacidad de alcanzar acuerdos en beneficio de nuestros accionistas.

La Joint Venture en Brasil nos ha permitido crear el mayor operador de telefonía móvil de Suramérica, con cerca de 10 millones de clientes. Su proyección será enorme, ya que inicialmente cubre un mercado potencial de 90 millones de habitantes, siendo líderes en 4 de los 5 mercados más ricos de Brasil, pudiendo extenderse a otros territorios.

También hemos formulado una OPA por las acciones que aún no controlamos de nuestra filial Celular CRT, que opera en el estado de Rio Grande do Sul. Y se ha alcanzado un acuerdo con Iberdrola para adquirir las participaciones de dicha compañía en el sector de comunicaciones móviles en Brasil, lo que supone hacernos con el control de TeleLeste Celular, que opera en los estados de Bahía y Sergipe.

Ningún otro operador mundial tiene nuestra presencia en Latinoamérica, que supone un mercado con un altísimo potencial de crecimiento. Telefónica Móviles es la única empresa con presencia en los tres principales mercados latinoamericanos: Brasil, Argentina y México.

En el momento de nuestra salida a Bolsa, también observamos que necesitábamos tener una importante posición en la nueva cadena de valor del negocio de los móviles. Una vez más, hemos cumplido los objetivos, creando empresas de proyección global como Terra Mobile y Movilpago. El anuncio realizado estos días sobre los sistemas de pago a través del móvil, demuestra nuestra flexibilidad para crear las condiciones que permitan el mayor desarrollo de nuestro negocio.

Nuestra OPS nos ha ayudado a reforzar nuestra posición financiera, una de las más sólidas del sector. En el contexto actual, hay pocas empresas de telecomunicaciones que puedan presentar una cobertura de gastos financieros respecto al EBITDA cercana a 7 veces.

Hemos creado, en pocas palabras, un gran operador multiregional, capaz de gestionar en el mundo más de 2.500 millones de minutos al mes, o de atender, durante las 24 horas del día, cerca de medio millón de llamadas en nuestros Centros de Relación con el Cliente.

Y tenemos una moneda de adquisición, nuestras acciones, que utilizaremos de forma prudente, y que nos dota de una gran flexibilidad para abordar nuestro desarrollo corporativo.

Ahora, una vez creado nuestro Grupo, en Telefónica Móviles estamos trabajando para que todos estos factores converjan en una sola dirección: Que las empresas funcionen a través de un modelo de gestión coordinado y

coherente, que facilite a todos el acceso a las mejores prácticas del Grupo. De esta manera podremos continuar nuestra experiencia de éxito tanto en el rol de operador establecido como en el papel de nuevo entrante.

Todos estos factores nos van a permitir ser protagonistas en procesos de consolidación en nuestro sector, lo que provocará el aumento de valor de nuestros activos. Si bien la gestión firme y entusiasta del día a día en cada uno de los mercados en los que estamos presentes, es el objetivo prioritario de nuestros ejecutivos.

Entorno

La dimensión global de Telefónica Móviles nos obliga a enfrentarnos a un panorama macroeconómico no exento de incertidumbres sobre las tasas de crecimiento económico de algunas regiones.

No obstante, nuestra experiencia, y la del Grupo Telefónica en general, en la gestión de diferentes escenarios macroeconómicos, especialmente en Latinoamérica, es un aval para el futuro. Ya hemos demostrado en diferentes ocasiones que sabemos gestionar los riesgos derivados de la diversificación geográfica.

En la denominada zona Euro, se están produciendo niveles de inflación por encima de las previsiones, aunque la aportación de nuestra empresa ha ido en la dirección contraria, con una política comercial de constante reducción de precios, que hemos situado en la mitad de los de hace cuatro años. En cualquier caso, el Euro –para el que ya se ha culminado el proceso de adaptación interna- tendrá efectos beneficiosos para todas las economías participantes.

Para terminar con los riesgos externos al negocio, me gustaría mencionar la necesidad de reducir las incertidumbres existentes en la actualidad sobre la fiscalidad de los operadores móviles en España. Las tasas aplicables deberían recuperar su función de cubrir exclusivamente los costes administrativos de las actividades que generan, convirtiéndose, por tanto, en magnitudes razonablemente predecibles. El carácter estratégico del sector y su influencia en la competitividad del país, aconsejan la adopción de medidas que no penalicen el desarrollo del mismo.

Resultados

Disponen todos ustedes del Informe Anual, en el que pueden seguir de forma detallada la evolución de nuestras cuentas en el año 2000. Sin embargo, no

podría realizarse un balance de la gestión del ejercicio sin efectuar un repaso de las principales magnitudes operativas y financieras.

Para no extenderme demasiado, les destacaré aquellas cuestiones que considero más relevantes.

En el año 2000 hemos logrado un fuerte crecimiento de nuestra base de clientes, en torno al 52%, hasta alcanzar 21,8 millones de clientes, manteniendo nuestra rentabilidad. El número de clientes gestionados, incluyendo los clientes de las operadoras de Chile y Puerto Rico, fue de más de 23,2 millones.

A pesar de estas cifras, estamos llevando a cabo una política de crecimiento selectivo, que no impide que nuestro parque de clientes gestionados sea ya superior a los 25,3 millones.

En paralelo, estamos llevando a cabo medidas que nos permitan aumentar la fidelidad de nuestros clientes, especialmente en España, nuestro mercado más maduro.

Además, la calidad de nuestros clientes y la sólida posición en los segmentos de empresa en la práctica totalidad de los países donde estamos presentes, nos permite obtener diferenciales positivos entre las cuotas de tráfico y las de parque.

En un período marcado por una creciente competencia, hemos mantenido una cuota de mercado del 56% en España, con un récord de suscripciones netas de 4,62 millones de nuevos clientes en un año. Ningún otro operador mantiene esta posición de liderazgo en los grandes países europeos, porque somos los más eficientes del sector.

Esta es nuestra fortaleza en el mercado español. Pero tenemos una posición fuerte en la mayor parte de los mercados que gestionamos. Somos líderes en Brasil y en Perú y somos el segundo operador en Argentina, subiendo dos puestos en un año.

Nuestra estrategia de crecimiento rentable ha permitido incrementar nuestra base de clientes gestionados en Latinoamérica hasta más de 9 millones de usuarios. Y como en España, hemos mejorado la rentabilidad de todas nuestras operaciones.

Siguiendo con nuestro compromiso de innovación constante, hemos lanzado los servicios de mensajes cortos y e-moción en la mayoría de los países latinoamericanos, donde esperamos ver pronto los ritmos de crecimiento

registrados en España, que ha experimentado un crecimiento del 322% en el tráfico de mensajes cortos.

Nuestro proveedor de acceso a Internet, e-moción, que lanzamos en junio, alcanzó en el último mes del año más de 6,8 millones de páginas vistas. La configuración totalmente abierta de este servicio y el creciente número de proveedores de contenidos y aplicaciones listados en su menú, más de 160 en la actualidad, son las claves que están determinando su éxito.

Como ejemplo de nuestra capacidad de crecimiento como nuevos entrantes, en Marruecos, donde lanzamos el servicio a finales de marzo del año 2000, capturamos el 28% del mercado en sólo ocho meses de operaciones.

Con todo ello, los ingresos consolidados proforma han ascendido a 7.401 millones de euros, casi un 35% superiores a los de 1999. Y nuestro EBITDA ascendió a 2.451 millones de euros, un 36% por encima de los de 1999. Por último, nuestro beneficio neto registró un crecimiento del 20,1%, hasta alcanzar la cifra de 590,6 millones de euros. Estamos, pues, hablando de una significativa mejora de la rentabilidad, derivada exclusivamente del crecimiento orgánico de nuestros negocios.

Uno de los puntos fuertes de Telefónica Móviles es la creciente diversificación de nuestro negocio, tanto desde el punto de vista geográfico, como de la maduración de las distintas operaciones. Y en ello tienen un importante papel nuestras operadoras en Latinoamérica.

En un año, nuestras filiales latinoamericanas han aumentado en tres puntos su peso en los ingresos por operaciones y en el EBITDA del Grupo Telefónica Móviles. Ya suponen el 35% de los ingresos y el 28% del EBITDA. Nuestros negocios internacionales crecen rápido y por la senda de la rentabilidad.

Hemos crecido más en clientes, en ingresos, en EBITDA y en margen de EBITDA de lo que nos habíamos propuesto para el año 2000. Y puedo decirles que entonces nos marcamos unos objetivos muy ambiciosos para presentarnos ante los mercados.

El volumen de inversiones en el año 2000, excluyendo las correspondientes a las licencias UMTS en Europa, creció un 6,5% respecto a 1999, hasta los 1.931 millones de euros, como resultado del mayor tamaño de las operaciones de nuestras filiales en sus respectivos mercados. La inversión asociada a la adjudicación de licencias UMTS ascendió a 6.617 millones de euros, teniendo en cuenta la participación económica de Telefónica Móviles en los diferentes consorcios.

Y todo ello, desde una sólida posición crediticia bien reconocida, ya que nuestra deuda neta proporcional es del orden de los 6.500 millones de euros, tan sólo una quinta parte de la capitalización bursátil.

Los datos económicos del primer trimestre de 2001 han sido también mejores de lo que esperábamos, a pesar de la situación que viven algunos países latinoamericanos que impacta temporalmente en los resultados. Pero también en este ámbito, como antes he señalado, contamos con la experiencia de Telefónica, que ha sabido gestionar con éxito diversas situaciones similares en el pasado.

Bolsa

Con estas credenciales realizamos nuestra Oferta Pública de Suscripción en noviembre.

Entonces nos convertimos en la cuarta empresa española por capitalización bursátil e inmediatamente nos incorporamos al índice selectivo IBEX 35. Desde ese momento, hemos sido la décima empresa del mercado español por volumen de contratación, aunque el porcentaje cotizado no alcance el 10% de las acciones emitidas.

Ahora ustedes se preguntarán cómo una compañía con estas fortalezas, con una sólida posición financiera y con esta capacidad de generar negocios y, lo que es más importante, hacerlos rentables, ha tenido el comportamiento en Bolsa que todos conocen.

Desde nuestra salida a Bolsa se ha producido una corrección muy significativa en los valores de telecomunicaciones en los mercados bursátiles. Hemos tenido una evolución muy similar a la de las grandes operadoras de telefonía móvil que cotizan en los mercados, independientemente de que hayan tenido mucha o poca exposición al UMTS y de su nivel de endeudamiento.

Esto no es un consuelo, sino la constatación de que algunas veces los sentimientos del mercado prevalecen frente a los fundamentos del negocio.

Yo estoy convencido de que los inversores empezarán a diferenciar unos valores de otros, cuando se valore nuestra estrategia de crecimiento.

Telefónica Móviles ha presentado en el año 2000 unos resultados que están por encima de las previsiones que apuntamos en nuestra OPS. Lo mismo ha ocurrido con las cifras relativas al primer trimestre de este año pero, sin embargo, nuestra cotización se mantiene por debajo del precio de la oferta de

suscripción, que entonces muchos consideraban bajo frente a transacciones comparables.

Nos hemos sometido al juicio del mercado con todas sus consecuencias. Pero estoy confiado en que, cuando los mercados comprueben que alcanzamos nuestros objetivos, el precio de la acción tenderá a aproximarse a cifras que se correspondan con el descuento de los flujos de caja de nuestros planes de negocio.

Para mantener con todos ustedes canales de comunicación fluidos y útiles, hemos creado la Oficina del Accionista, BURSA, que será un instrumento permanente de servicio y apoyo al accionista.

Conclusión. Liderazgo y crecimiento

Espero que los datos que les he comentado en mi intervención les hayan servido para afianzar la idea de que la telefonía móvil es un sector cuyo potencial, a pesar de los sentimientos actuales, superará las previsiones más optimistas. Y de que Telefónica Móviles es una empresa líder en este sector.

De aquí en adelante, creo que hay dos conceptos que marcarán nuestro horizonte: Crecimiento y Liderazgo.

Nuestro potencial de futuro no sólo vendrá por el crecimiento del número de conexiones y clientes -que será más relevante en las operaciones fuera de España- sino también por el creciente uso del móvil por parte de los clientes actuales.

Piensen que en el mercado español nuestros clientes todavía no han alcanzado una media de un mensaje corto por día. Y hablan poco más de tres minutos al día a través del móvil.

¿No les parece que estas cifras reflejan una gran capacidad de crecimiento en nuestra compañía?. Y estas son sólo las cifras de España.

Esta capacidad de crecimiento se complementará con una serie de factores que ayudarán de forma decisiva a cristalizar el potencial de Telefónica Móviles. Entre otros aspectos, me gustaría destacar los siguientes:

- Una plantilla de más de 10.000 profesionales, joven, motivada y excelentemente capacitada.
- Más de 20.000 puntos de venta en todo el mundo.

- Una red formada por 19.000 estaciones base, que han gestionado volúmenes de tráfico crecientes manteniendo los niveles de calidad. En el caso del mercado español, la media de llamadas concluidas con éxito está dos puntos por encima de la media de los principales operadores europeos.
- Un decidido enfoque comercial y de aproximación al mercado, que se plasma en el hecho de ser uno de los principales anunciantes en cada uno de los países en los que estamos presentes, totalizando una inversión superior a los 350 millones de euros (cerca de 58.000 millones de pesetas). En la mayoría de los mercados donde operamos, tenemos un posicionamiento superior al de nuestros competidores.
- Un balance extraordinariamente sólido, siendo una pieza clave para nuestro política de expansión.
- Una capacidad de generación de EBITDA que se ha demostrado como una de las más altas del sector.
- Claro liderazgo en la innovación y la oferta de nuevos productos y servicios en los mercados en los que operamos.
- Una base sólida y diversificada de clientes.
- La pertenencia al Grupo Telefónica, que nos ofrece un acceso privilegiado a recursos y capacidades de gestión.
- Una estructura organizativa orientada a la mejora de márgenes, que impulsa la integración de los niveles jerárquicos de la organización.
- Un Consejo de Administración, compuesto por profesionales de reconocido prestigio, que supone una inestimable ayuda en la toma de decisiones y que, además, se ha dotado de un Reglamento y un sistema de Comités para asegurar las mejores prácticas de gobierno societario, en interés de todos los accionistas.
- Y, por último, Contamos con el apoyo de más de un millón de ahorradores e inversores nacionales y extranjeros, que confían en el desarrollo y engrandecimiento de nuestra empresa.

Estas son las bases para confirmar a Telefónica Móviles, en un mercado tan competitivo como el nuestro, como una de las empresas líderes en todo el mundo.

Nos hemos dimensionado para ser cada vez más competitivos y nos hemos organizado para ganar.

Muchas gracias por su atención.