

11/03/2010

El programa, bautizado como *bravo!*, plantea el cumplimiento de distintos objetivos de negocio y sostenibilidad para acelerar el proceso de transformación de la Compañía

TELEFONICA LANZA UN PROGRAMA ESTRATÉGICO A TRES AÑOS PARA CONVERTIRSE EN LA MEJOR COMPAÑÍA GLOBAL DE COMUNICACIONES DEL MUNDO DIGITAL

- Los cuatro pilares de la transformación serán el foco en el cliente, una oferta integral como proveedor de servicio, nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente y una cultura común que genere confianza en las sociedades en las que opera la Compañía
- César Alierta: “La crisis nos ha permitido identificar todavía mejor dónde se encuentra el fuerte potencial de crecimiento del sector y vamos a capturarlo para maximizar el valor para nuestros accionistas”

Madrid, 11 de marzo de 2010.- El presidente de Telefónica, César Alierta, ha anunciado hoy en Madrid el lanzamiento de un nuevo programa estratégico que liderará a lo largo de los próximos tres años y que está destinado a acelerar el proceso de transformación necesario para asegurar, de manera eficiente y sostenible, la captura del potencial de crecimiento del sector. El programa, denominado *bravo!*, persigue convertir a Telefónica en la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital.

“*bravo!* nos va a permitir hacer seguimiento de los proyectos y de la consecución de objetivos a medio y largo plazo, y será clave para aprovechar al máximo las oportunidades únicas que nos ofrece nuestra escala”, ha asegurado César Alierta en la 5ª Cumbre de Directivos de Telefónica, celebrada hoy en Madrid, donde el presidente ha compartido con sus 1.200 principales directivos las expectativas de crecimiento de la Compañía. “Creo que las empresas de telecomunicaciones tenemos un papel fundamental que jugar en el futuro del sector TIC y estoy convencido de que para aquellos que seamos capaces de anticiparnos a las tendencias de la industria habrá muchas oportunidades de crecimiento, y para asegurar que las aprovechamos al máximo, lanzamos hoy el programa *bravo!*”, explicó.

En este sentido, los operadores globales emergen como los mejor posicionados en la nueva cadena de valor por tratarse de quienes mejor pueden formular nuevas propuestas, y para ello tanto la escala como una base de clientes global es clave. Telefónica, con presencia en 25 países y más de 265 millones de clientes, es la compañía mejor posicionada para explotar las oportunidades de negocio que ofrecen los servicios y la conectividad digital desde plataformas avanzadas, esenciales para ofrecer servicios de calidad y para acceder a nuevas fuentes de crecimiento y modelos de negocio.

Las personas, los hogares y los negocios son cada vez más digitales y esta mayor implicación está llamada a impulsar la demanda de nuevas aplicaciones y servicios desde diferentes sectores -financiero, entretenimiento, educación o salud-, y a través de alianzas con terceros. La demanda de conectividad seguirá creciendo, y se espera que en 2020 haya una penetración estimada de PCs de más del 50% de los hogares en el mundo y entre 4.800 y 5.300 millones de usuarios móviles. Los expertos apuntan, igualmente, a que el porcentaje del gasto del consumidor en comunicaciones se verá incrementado en un 20% durante el periodo comprendido entre 2010 y 2015 hasta alcanzar el 4,2% del gasto total.

Y con el fin de capturar el crecimiento futuro del sector, el programa *bravo!* anunciado hoy fija las prioridades estratégicas para alcanzar este objetivo, así como las iniciativas clave para conseguirlas a través del alineamiento operativo de las tres regiones de Telefónica y con carácter transversal. Y para todo ello, el programa *bravo!* se apoya en cuatro pilares fundamentales: el cliente, la oferta, las plataformas y la cultura.

“En 2012 Telefónica espera contar con más de 320 millones de clientes, un 30% del mercado en las regiones donde operamos” – explicó César Alierta ante los directivos de la Compañía. En palabras del presidente y en relación al primero de los pilares del programa, el cliente, el objetivo pasa por convertir a Telefónica en la primera compañía por índice de satisfacción del cliente en todos sus mercados. En relación a la oferta, las expectativas a 2012 fueron marcadas en la VII Conferencia de Inversores, crecer entre el 1 y el 4% anual en los próximos cuatro años. Todo ello desde plataformas que permitan alcanzar los objetivos de forma competitiva y eficiente y desde una cultura común que permita a la Compañía crear relaciones de confianza sostenibles en el largo plazo.

Telefónica, líder por rentabilidad del dividendo

César Alierta recordó en su discurso el perfil de liderazgo internacional de Telefónica, segunda compañía de telecomunicaciones del mundo por valor de empresa, al tiempo que reiteró los objetivos financieros comprometidos por la compañía a 2012. “Somos una compañía de crecimiento –explicó- y nuestra prioridad sigue siendo maximizar el valor para nuestros accionistas. En la actualidad, Telefónica es la compañía número uno en términos de rentabilidad por dividendo esperado para 2010 (8,2%) de entre las 50 mayores compañías del mundo por capitalización bursátil”. Telefónica se comprometió el pasado mes de octubre a repartir un dividendo de 1,75 euros por acción en 2012 en el marco de una política de remuneración creciente desde 1,40 euros por acción en 2010.

Por otra parte, Julio Linares, consejero delegado de Telefónica, hizo balance del ejercicio 2009 en su presentación “un ejercicio difícil y exigente en el que hemos cumplido con nuestros compromisos y objetivos”, para pasar a destacar el nuevo entorno de cambio acelerado por la crisis donde la innovación, el mercado y los distintos jugadores del sector marcarán el futuro próximo. Un futuro, en opinión de Linares, “en el que los clientes disfrutarán de más dispositivos y todos conectados, donde el dominio de los smartphones será determinante y donde la demanda de comunicaciones seguirá creciendo. Un nuevo mercado que acentuará la dinámica competitiva del sector”.

La Cumbre contó también con la participación de los miembros del Comité Ejecutivo, que analizaron cada uno de los pilares del programa *bravo!* y las perspectivas a futuro de la Compañía.