

Nota de prensa
04/11/2021

Telefónica Hispanoamérica mantiene su ritmo de crecimiento impulsada por el postpago, la fibra y su nuevo modelo operativo

- La compañía concluye el tercer trimestre de 2021 con ingresos por 2.124 millones de euros y OIBDA por 872 millones de euros. Mejorando su tendencia interanual por cuarto trimestre consecutivo.
- Telefónica reduce su exposición en la región con más deuda en moneda local y la disminución del CapEx sobre ingresos (8,6% en 9M 21, -0,6 p.p. interanual).
- La compañía reúne 109 millones de accesos al cierre de septiembre. Se destaca el crecimiento de la fibra con 11.7 millones de hogares o unidades inmobiliarias (UUII) pasadas¹ (+22% interanual) y 4.1M de conectados.

Cifras en euros

Telefónica Hispanoamérica concluyó el tercer trimestre de 2021 con un crecimiento positivo de sus principales indicadores operativos y financieros, que reflejan el comportamiento de sus negocios de postpago (contrato) y fibra, así como la maximización de las eficiencias y sinergias asociadas con su nuevo modelo operativo.

La región cerró el tercer trimestre del año con ingresos reportados por 2.124 millones de euros (+11,6% frente al mismo periodo de 2020). Así mismo, el OIBDA llegó a los 872 millones de euros y muestra un fuerte avance en su comportamiento interanual con crecimientos en todos los países de la región. Precisamente, los ingresos del servicio y el OIBDA mejoraron su tendencia interanual por cuarto trimestre consecutivo.

Desde el punto de vista de los clientes, Telefónica Hispanoamérica terminó septiembre con 109 millones de accesos (+2,8% en comparación al mismo periodo de 2020). Destacan los 93,1 millones de accesos móviles (+3.9% interanual), de los cuales 65,1 millones son prepago y 23,5 millones son postpago.

Por otro lado, los accesos de banda ancha fija superaron los 5,7 millones (+5,4% interanual), de los que 4,08 millones son atendidos con FTTH1; y los de TV de pago alcanzaron los 2,86 millones de accesos (+0,5% interanual) con 811 mil con IPTV (+61.8% interanual).

Crecimiento operativo, sólido y eficiente

En el tercer trimestre de 2021, los accesos de postpago (contrato) mantuvieron su crecimiento: +9% interanual. En este segmento se destacan las operaciones de Chile, Colombia, México y Perú que crecieron interanualmente 21%, 13%, 11% y 10%, respectivamente. En prepago, los accesos que realizan recargas frecuentemente se incrementaron 5% interanual.

Por su parte, el negocio fijo evidencia la transformación que se está experimentando en las operaciones hacia la fibra óptica. Telefónica Hispanoamérica ya reúne 11,7M de UUII pasadas con acceso FTTH y cable (+1,8M en 9M 21) y 4,1M conectados (+0,7M en 9M 21).

¹ Incluye los accesos de cable en Perú.

Esta transformación se consolidará con el despliegue de las InfraCos de Chile y Colombia. En Chile, la previsión es llegar 1,5M UUII más al cierre de 2022, y en Colombia se esperan desplegar 3,1M UUII adicionales en los próximos 3 años.

Más deuda local, menos exposición

En línea con el propósito de reducir su exposición en la región, Telefónica Hispanoamérica elevó su volumen de deuda en moneda local en las principales operaciones, alcanzando niveles de endeudamiento similares al Grupo Telefónica. Igualmente, redujo su CapEx sobre Ingresos (8,6% en 9M 21, -0,6 p.p. interanual).

Esta última mejora es resultado de una menor inversión en tecnologías legadas y gracias a la implantación de modelos alternativos de inversión, cuyos resultados serán aún más evidentes con las InfraCos de Chile y Colombia.

El OIBDA reportado del 3T 21 y 9M 21 se ve impactado por las plusvalías relacionadas con la venta del 60% de la InfraCo Chile (+409M€) y por el registro de -24M€ asociado a mayores gastos en Argentina y Perú.

Desempeño por país

- **Chile.** La operación reportó un crecimiento comercial de los segmentos de mayor valor, fundamentalmente en FTTH con ganancia neta de 96 mil en promedio por trimestre, en los últimos 4 trimestres. Lo anterior, unido al logro de sinergias operativas, permite presentar crecimiento simultáneo de ingresos y OIBDA por tercer trimestre consecutivo. El OIBDA-CapEx se incrementa 11,8% en 9M 21. La empresa ha sido la primera del sector a recibir el sello "Sello Iguala Conciliación" por sus compromisos y logros en la diversidad.
- **Perú.** La compañía sigue reportando un crecimiento comercial en los principales segmentos pese al difícil entorno macroeconómico y social, y a un escenario competitivo desafiante. Los ingresos y el OIBDA crecen 12,2% y 6,5% respectivamente en 3T 21. El OIBDA-CapEx cae 16,5% en 9M 21. La empresa ha conectado a cerca de 13 mil localidades rurales con "Internet para Todos" (2,2M personas) y ha recibido el "Gran Premio Igualitario 2021" de Scotiabank por el proyecto "Mujeres en Redes".
- **Colombia.** La operación reporta destacados resultados financieros a pesar del endurecimiento de las campañas comerciales, sobre todo en el negocio móvil tras la entrada de WOM al mercado. Se destaca el crecimiento positivo en contrato, prepago, banda ancha y TV de pago. Los ingresos crecen 8,5% interanual en 3T 21 y el OIBDA-CapEx se incrementa 20,1% en 9M 21. La compañía ha lanzado el "Comunidad Health Tech", el primer ecosistema de salud digital en el país, y recibió el "Premio Andesco a la Sostenibilidad" en las categorías Mejor Empresa Grande y Mejor Entorno Social.
- **México.** La operación reporta un crecimiento de su OIBDA tanto secuencial como interanual (+112,9%) en el 3T 21 relacionado con las medidas de eficiencia adoptadas y el buen comportamiento de los ingresos y accesos de contrato tras alcanzar una cifra récord de ganancia neta. Igualmente, continúa la exitosa migración a la red de AT&T con 52% del tráfico ya migrado sobre su red en el 3T 21. Movistar México ha sido seleccionada como la empresa más responsable en el país en el ranking Expansión de 2021.
- **Argentina.** Los ingresos crecen 35,8% interanual en 3T 21 en moneda local impulsados por los accesos de FTTH, prepago y contrato y por la actualización de tarifas realizada en el año. El OIBDA-CapEx crece 10,2% en 9M 21 en moneda local, a pesar del impacto de los mayores gastos comerciales. La compañía anunció una alianza con terceros para llevar fibra a 250 mil hogares y reducir la exclusión digital y lanzó la campaña "Conectemos con responsabilidad".

Telefónica Hispanoamérica
Dirección de Comunicación Corporativa
email: PrensaHispanoamerica@telefonica.com

Acerca de Telefónica Hispanoamérica:

Telefónica es uno de los mayores proveedores de servicios de telecomunicaciones en Hispanoamérica. La empresa, que opera bajo la marca comercial Movistar, ofrece servicios de conectividad de banda ancha fija -con soluciones de FFTH- y móvil con redes de 4G, así como una amplia gama de servicios digitales para más de 109 millones de clientes residenciales y empresariales en la región.

Telefónica Hispanoamérica ofrece sus servicios en: México, Centroamérica, Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador, Uruguay, Chile y Argentina.

Contactos de prensa:

Fernando Cárdenas (Telefónica Hispanoamérica)

Teléfono +51 943853405

fernando.cardenas@telefonica.com / Prensa.Hispanoamerica@telefonica.com

Telefónica Hispanoamérica
Dirección de Comunicación Corporativa
email: PrensaHispanoamerica@telefonica.com