

Telefónica invirtió en Latinoamérica 1.500 millones de euros durante el primer semestre

La base de clientes de Telefónica en Latinoamérica acelera su crecimiento gracias al éxito del esfuerzo comercial en el negocio de la telefonía móvil y la transformación del negocio tradicional, con un aumento del peso de los servicios de Internet, Banda Ancha y TV de pago.

Telefónica ha invertido en Latinoamérica 1.499 millones de euros entre los meses de enero y junio de 2008. La cifra supone un crecimiento interanual del 32,5%, lo que ratifica el compromiso de la Compañía con la expansión y el desarrollo de las telecomunicaciones en la Región. El Grupo Telefónica ha destinado la mayor parte de la inversión realizada durante el primer semestre del año en Latinoamérica a cubrir la actividad comercial en el negocio fijo, tanto en Banda Ancha como en televisión de pago, mientras que en el negocio móvil continúa con la expansión de la cobertura y capacidad de las redes GSM y las inversiones para el despliegue en 3G.

Latinoamérica ha sido la región donde más se ha invertido durante el primer semestre del año, y a la vez donde más ha aumentado la inversión año a año. La inversión en la región supone algo más del 43% del total.

CAPEX POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)	enero - junio		
	2008	2007	% Var
Telefónica España	1.051	1.030	2,0
Telefónica Latinoamérica	1.499	1.131	32,5
Telefónica Europa	836	965	(11,1)
Otras sociedades y eliminaciones	44	84	(47,5)
Total Grupo	3.430	3.208	7,5

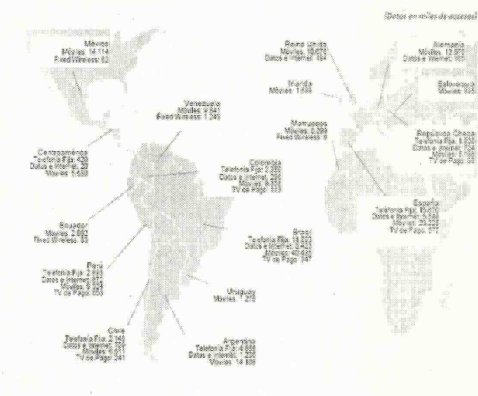
Crece los clientes en Latinoamérica hasta los 148 millones de accesos

Gracias al éxito de las políticas comerciales puestas en marcha para capturar el crecimiento en el negocio de la telefonía móvil y el avance en la transformación de los negocios fijos, con el aumento del peso de los servicios de Internet, banda ancha y televisión, Latinoamérica ya representa más del 60% de los 245,1 millones de accesos del Grupo Telefónica en todo el mundo.

Así, a cierre de junio de 2008, los clientes totales de

Telefónica en Latinoamérica crecen el 21,4% (respecto a junio de 2007) y se sitúan en 147,9 millones de accesos, muy cerca ya del objetivo marcado de superar los 150 millones de clientes en la región a finales de año. Una tendencia que se consigue gracias a que crecen todos los negocios de Telefónica en la Región. De hecho, a cierre del primer semestre del año, crecen los accesos de telefonía móvil (+27,1%), fija (+1,9%), banda ancha (+26,1%) y TV de pago (+69,3%), lo que permite sumar más de 26 millones de nuevos usuarios en Latino-

Tamaño de Mercado



américa desde junio de 2007. Cabe destacar las tasas de ganancia neta de clientes en el negocio móvil y en Banda Ancha durante el primer semestre del año, y que suponen 8,9 millones de clientes móviles y casi medio millón de usuarios de ADSL (489.981) en el acumulado del año.

Colombia:

* Telefónica en Colombia supera ya los 12,1 millones de clientes, impulsado por la expansión de los accesos de banda ancha y TV de pago y por el significativo crecimiento del parque móvil (+22,9%

interanual).

* En línea con su estrategia regional, Telefónica ha destinado a los servicios en expansión y la transformación de las operaciones fijas en Colombia una inversión de 147 millones de euros durante el primer semestre del año, más del doble del capex invertido durante el primer semestre de 2007 en el país.

* A cierre de junio de 2008, los clientes de banda ancha de Telefónica en Colombia se sitúan en 293.964 accesos, más del doble de los que tenía a finales de junio de 2007, con una ganancia neta superior a

los 93.000 clientes en lo que va de año. Mientras tanto, los clientes de TV de pago de Telefónica Colombia se han multiplicado casi por cuatro en los últimos doce meses y ya superan los 112.000 accesos, con una ganancia neta de 39.685 clientes en el 1S2008.

* Los clientes móviles de Telefónica en Colombia aceleran su crecimiento respecto al primer trimestre del año y se sitúan ya en 9,4 millones (+22,9% interanual). Durante el primer semestre de 2008 se han producido un 54% más de altas (2,7M aprox.) que en el mismo periodo de 2007.

Promigas presentó su Informe de Responsabilidad Social 2007 Compromiso continuo con el desarrollo integral del país y el progreso de la Costa Caribe colombiana

En concordancia con nuestro compromiso de contribuir a aumentar el bienestar de las familias más necesitadas en las regiones en las que operamos, les presentamos los resultados de nuestra gestión en Responsabilidad Social.

Fundación Promigas

A través de la Fundación Promigas, la compañía desarrolla su gestión social haciendo especial énfasis en la educación por considerar un elemento fundamental de inclusión, equidad y movilidad social. Consciente de la importancia de trabajar en la primera infancia y en los primeros años de vida escolar, ha capitalizado sus esfuerzos para que los niños reciban una educación de calidad en un ambiente favorable para su desarrollo integral.

En el año, la Fundación Promigas ejecutó programas en 500 sedes educativas de colegios oficiales de la Costa Caribe, en los que se educan niños de escasos recursos. Los proyectos se adelantaron consultando la realidad de las escuelas y las posibilidades del entorno, con una duración entre uno y dos años para obtener las transformaciones esperadas. Algunas de las intervenciones profundizaron en aspectos como fortalecimiento de la capacidad de gestión institucional, mejora

Los indicadores de gestión interna consignados en este informe evidencian el compromiso de Promigas con la sociedad colombiana, y en especial con esta zona del país, en el marco de una gestión ética y socialmente responsable.

miento del proceso enseñanza-aprendizaje y la gestión curricular, promoción de hábitos saludables en los escolares, implementación de un currículo bilingüe e intercultural en centros etnoeducativos y gestión de redes académicas que promuevan el diálogo de saberes entre los maestros.

La evaluación expost, del impacto de estos programas, realizada por una firma especializada, ratificó, entre otros, que los niños beneficiados con los programas de la Fundación Promigas tienen una mayor posibilidad de continuar con sus estudios y mejorar sus ingresos a futuro.

Entre otras ejecutorias de la Fundación Promigas cabe subrayar la participación, junto a otras entidades de reconocida trayectoria, en la evaluación del Plan Nacional de Educación y en la construcción del Plan Decenal impulsados por el Ministerio de Educación Nacional, así como el apoyo a la gestión de las secretarías de educación con tecnologías que les ayuden a cualificar sus procesos de pla-

Programas Sociales de Especial Interés

El convenio de cooperación con el municipio de Manaure, departamento de La Guajira, permitió que alrededor de 900 niños pertenecientes a 24 comunidades indígenas se beneficiaran con un programa de atención pediátrica integral. Con esto, se posibilitó la movilización de la oferta del Estado y su proyección a estas poblaciones.

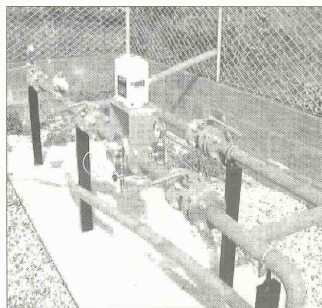
Mediante convenio con el ICBF, se sigue promoviendo el desarrollo integral de 1.116 niños menores de 6 años, residentes en Riohacha, Mingueo y Palomino.

La inversión en los programas de la gestión social fue la siguiente:

Nuestra Inversión en Gestión Social	
\$M	
Desarrollo Educativo	1.198
Desarrollo Empresarial	361
Otros Programas	707
Total	2.266

neación e inversión educativa. En el periodo, logramos con el Sistema Interactivo de Consulta de la Infraestructura Educativa, Sicied, desarrollado por la Fundación Promigas

y la Cámara de Comercio de Barranquilla, fuera acogido por el Ministerio de Educación Nacional como herramienta de gestión en 70 municipios del país.



Actualmente, y gracias a la gestión de las compañías distribuidoras del portafolio de Promigas, 1.627.846 hogares disfrutan del servicio y los beneficios del gas natural domiciliario, 86% pertenecientes a los estratos menos favorecidos.

Desarrollo Empresarial

En la línea de desarrollo empresarial se fortalecieron 406 fiampiempresas, de las cuales 134 corresponden al departamento de La Guajira, 200 al Magdalena y 72 al Atlántico.

La evaluación externa realizada a las fiampiempresas acompañadas por la fundación durante los últimos dos años, evidenció que se han alcanzado impactos positivos en la sostenibilidad de los negocios y en la calidad de vida de las familias. La tasa de asistencia escolar aumentó en la población en edad de estudiar, los ingresos de los hogares se incrementaron en 28% y las necesidades básicas insatisfechas se redujeron en 19%, logrando una trayectoria en este indicador por encima de sus localidades. De otra parte, más del 50% de los fiampiempresarios han mejorado su vivienda.

Integración y Desarrollo Humano

Todos los programas de desarrollo y bienestar dirigidos al capital humano son prioridad en la gestión de Promigas, en aras de garantizar la coherencia entre su filosofía corporativa y los objetivos corporativos, con el desempeño de la organización y los resultados obtenidos.

Con el propósito de propiciar el desarrollo integral de su gente, Promigas, además de las acciones que realiza para fortalecer su dimensión intelectual, programa actividades orientadas a enriquecer sus dimensiones social, física y afectiva. Es por ello que genera espacios de esparcimiento e integración, posibilitadores de la recreación humana reflejada en diversión, descanso y refuerzo de la sana convivencia dentro de la organización y a nivel familiar.



José Sergio Gabrielli, presidente de Petrobras.

Petrobras anuncia memorando de entendimiento con ConocoPhillips

El presidente de Petrobras, José Sergio Gabrielli y el presidente de ConocoPhillips, James Mulva, firmaron un memorando de entendimiento durante el Congreso Mundial de Petróleo, que se realiza en Madrid. El acuerdo busca identificar oportunidades de cooperación en las áreas de etanol, exploración y producción, refinación y comercialización de derivados de petróleo.

El acuerdo prevé un estu-

dio para el desarrollo de un modelo de negocios con el objetivo de fortalecer las dos compañías en sus posiciones comerciales y la creación de una cadena de valor de producción de etanol (caña de azúcar) destinado al mercado internacional. Las empresas también pretenden cooperar para la comercialización de petróleo, refinación, logística y distribución.

Conoco es la tercera ma-

yor empresa integrada de energía de los Estados Unidos en cuanto a valor de mercado, reservas de petróleo, gas natural y producción. Es, además, la cuarta mayor empresa en refinación.

Del mundo con una capacidad de refinar 2,7 millones de barriles por día, más allá de poseer la sexta mayor reserva entre las empresas no gubernamentales con 10,6 billones de barriles y una producción de 2,3 millones de

barriles de petróleo por día. Tiene operaciones en 40 países con cerca de 22 mil empleados en todo el mundo. Mientras que Petrobras está presente en 27 países y es la que mayores hallazgos petroleros en aguas profundas ha logrado en los últimos años. La última noticia de Petrobras afirma que el petróleo encontrado en Tupi es comerciable y viable lo que destaca los grandes descubrimientos de los meses anteriores.