

Nota de prensa  
11/05/2023

## **Telefónica Hispanoamérica avanza en el despliegue de su estrategia regional y reporta un crecimiento de ingresos del 1.6% en el primer trimestre del 2023**

- **Clientes de pospago móvil y fibra óptica al hogar impulsaron las cuentas de Telefónica Hispanoamérica.**
- **Las Unidades Inmobiliarias Pasadas con fibra óptica al hogar de Telefónica llegaron a 17.6 millones, 4 millones más que en el mismo periodo del 2022.**
- **Compañía reafirma apuesta por modelos de compartición de infraestructura que han acelerado el despliegue de conectividad en la región.**

Telefónica Hispanoamérica continúa consolidando un modelo de crecimiento diferencial y sostenible a través de modelos de compartición de infraestructura, enfocado en los servicios digitales y en generar mayor rentabilidad de sus negocios.

En el negocio móvil, los accesos de pospago se incrementaron en 3.6% en el primer trimestre del 2023, alcanzando los 24.9 millones de clientes en toda la región. Cabe señalar un crecimiento de accesos en los principales países, entre los que destacan México (+13%) y Colombia (+7%).

En el negocio fijo, la compañía alcanzó 186 mil conexiones de fibra óptica al hogar en el primer trimestre del año, manteniendo el crecimiento de Unidades Inmobiliarias Conectadas a esta tecnología. Esto se debió principalmente al despliegue de las InfraCos en Chile y Colombia.

Una de las prioridades de Telefónica Hispanoamérica es expandir redes potentes que permitan una mejor conectividad y navegación a sus clientes. Por ello la empresa continuó acelerando el despliegue de fibra óptica al hogar, y a nivel de Unidades Inmobiliarias con esta tecnología se alcanzaron las 17.6 millones de UUll tras desplegar 4 millones en los últimos doce meses, un crecimiento del 26.3%.

### **Exitosos modelos de compartición**

La apuesta de Telefónica por la inclusión digital en Hispanoamérica avanza a paso firme bajo un nuevo modelo de alianzas estratégicas. Este espíritu de cooperación es esencial para acelerar el despliegue de conectividad en los países donde tiene presencia, así como para generar una mayor rentabilidad a sus operaciones locales.

En el caso de Chile, la InfraCo –que alcanzó su objetivo inicial de 3.5 millones de Unidades Inmobiliarias Pasadas con fibra óptica al hogar en el tercer trimestre del 2022– logró expandirla a 3.7 millones de UUll en el 1T23. En Colombia, la InfraCo continúa superando las expectativas iniciales y alcanzó los 2.6 millones de Unidades Inmobiliarias Pasadas con fibra óptica al hogar al cierre del primer trimestre del 2023.

Tanto la InfraCo de Chile y Colombia continúan avanzando para lograr acuerdos mayoristas que contribuyan a generar una mayor competencia en sus mercados y así incrementar su rentabilidad (Direct TV y Entel en Chile, y Liwa en Colombia).

Telefónica considera que es esencial continuar con el desarrollo de nuevos modelos de despliegue de infraestructura digital. Para ello es clave la cooperación y que los operadores puedan compartir infraestructura y expandir la conectividad, así como desarrollar redes neutras mayoristas que permitan que diversas empresas las puedan utilizar.

### **Resultados financieros**

Por el lado de los indicadores financieros, en el 1T23 los ingresos de la compañía alcanzaron los €2,238 millones, un crecimiento de 1.6% en comparación al mismo trimestre del año pasado e impulsados por la venta de terminales (+3.7%) y los ingresos por servicios (+1.2%). Destacan el buen desempeño de Colombia (+9.1%) y Chile (+6.4%).

El OIBDA cayó en 3.9% versus el mismo periodo del 2022 y el margen OIBDA se sitúa en el 18.3% (-1.1 % en comparación al 1T22). Se espera una mejor evolución del OIBDA en el segundo semestre de este año.

### Desempeño por país

- **Chile.** El crecimiento de ingresos se acelera interanualmente hasta el 6.4% a través de la propuesta de valor diferencial en banda ancha fija (95% del total de accesos de este servicio), los proyectos B2B y la actualización de la parrilla comercial en 1T23.
- **Perú.** Los resultados se vieron afectados por el difícil entorno social y económico, así como por el entorno competitivo. Si bien los ingresos descendieron un -8.2% interanual y el OIBDA un -3.3%, las medidas de eficiencia redujeron de forma parcial este impacto. En el contexto de la reciente emergencia por lluvias en la costa norte y centro del Perú, la empresa activó su Plan de Contingencia para garantizar los servicios.
- **Colombia.** Se registró un crecimiento interanual de ingresos y OIBDA del 9.1% y 1.3%, respectivamente, a través del sostenido impulso comercial en accesos de valor, incrementos de tarifas y negocios digitales a pesar del impacto comercial en los gastos operativos. La compañía es la primera empresa en Colombia en lograr por segunda vez la certificación Equipares Gold Seal, al eliminar la discriminación laboral y salarial contra las mujeres.
- **México.** Se registró una fuerte evolución comercial, principalmente en postpago (+13%), que contribuyó al crecimiento de ingresos en un 1.5% a pesar de la disminución en las tarifas de interconexión móvil. El OIBDA tuvo un incremento del 13.4% interanual impactado por el mayor tráfico migrado correspondiente al acuerdo de acceso de capacidad de última milla (100% del tráfico migrado desde 3T22 vs. 61% en 1T22) y por los ahorros asociados al cierre de la red de acceso. La Compañía ocupa el primer lugar del sector en el Monitor de Reputación MERCOSUR ESG en gestión ambiental, social y de gobierno corporativo.
- **Argentina.** Se mantuvo un buen desempeño comercial, principalmente en móvil postpago y fibra óptica al hogar. El crecimiento de los ingresos se aceleró interanualmente hasta el 82.6% en moneda local, mientras que el OIBDA creció un 68.1%. Asimismo, la compañía alcanzó 1 millón de clientes conectados con fibra óptica. En el Mobile World Congress, Movistar Argentina fue reconocida como el proveedor de servicios de internet más rápido del país con el Premio Speedtest de Ookla.

### Acerca de Telefónica Hispam:

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 FTTH- y móvil con redes de 4G y 5G (este último en Chile y México), así como una amplia gama de servicios digitales para más de 110 millones de clientes residenciales y empresariales en la región. Telefónica Hispam ofrece sus servicios en: México, Colombia, Venezuela, Perú, Ecuador, Uruguay, Chile y Argentina.

### Contactos de prensa:

[prensa.hispam@telefonica.com](mailto:prensa.hispam@telefonica.com)

Telefónica Hispanoamérica  
Dirección de Comunicación Corporativa  
email: [prensa.hispam@telefonica.com](mailto:prensa.hispam@telefonica.com)