



Telefónica reafirma foco en Brasil tras ventas en América Latina

■ “Es un activo fundamental”, dijo el presidente de la filial.

Telefónica Brasil “sigue siendo un activo fundamental” para el gigante español de las telecomunicaciones. Con esa frase, el presidente de la filial, Christian Gebara, abordó las recientes versiones de que la matriz estaría evaluando vender un 20% de su participación en ese mercado, como parte de su plan de desinversión en

América Latina que la ha llevado a salir de Argentina, Perú, Colombia, Uruguay y Ecuador.

Según el ejecutivo, la marca Vivo –como se conoce a Telefónica en Brasil–, “contribuye significativamente a los resultados del grupo, en términos de crecimiento y, especialmente, de generación de caja”. Además, afirmó la importancia del país para la empresa, “junto con España, Alemania y el Reino Unido”, considerando que representa un 23% de los ingresos totales.

Las declaraciones se dieron luego de

que Telefónica Brasil diera a conocer sus resultados para el segundo trimestre y para los primeros seis meses del año. En el detalle, la firma reportó ganancia neta por 2.403 millones de reales (US\$ 406 millones) entre enero y junio, que se traduce en un alza de 13,5% interanual. Los ingresos, en tanto, subieron 6,7% hasta los 29.035 millones de reales. Entre abril y junio, la empresa registró un beneficio de 1.340 millones de reales y un alza de 8,8% en el Ebitda a 5.930 millones de reales.