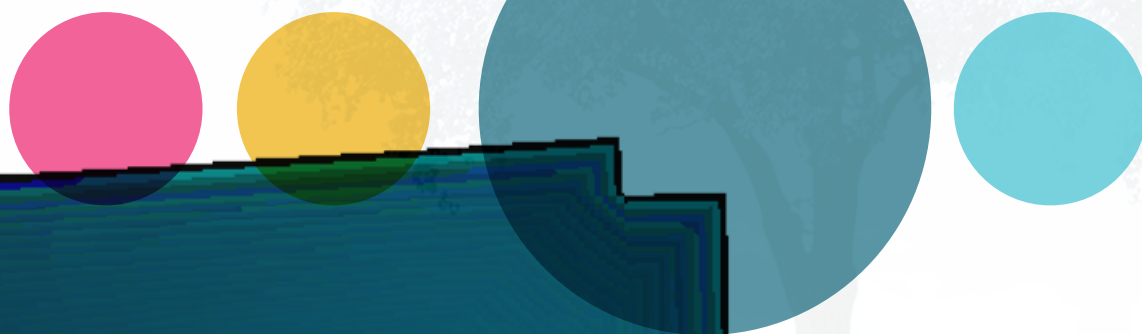


2014  
Informe Integrado

Conecta  
con *todos*



*Telefónica*





# Índice

## 04 Carta del Presidente

## 1 Telefónica en cifras

- 10 Telefónica en el mundo
- 12 Datos relevantes 2014
- 16 Cuadro integrado de indicadores
- 18 Impacto económico en comunidades
- 20 Transparencia fiscal

## 2 Modelo de negocio y estrategia

- 24 Evolución del entorno y macro tendencias
- 26 Visión del modelo de negocio y estrategia
- 28 La gestión de la innovación
- 40 Materialidad
- 42 Posicionamiento público y transparencia

El Informe Anual 2014 de Telefónica se compone del *Informe Integrado*, el *Informe Anual de Gobierno Corporativo / Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros*, el *Informe Financiero* y el *Informe de Sostenibilidad*.

Puede acceder directamente a cada uno de ellos haciendo clic sobre su portada:



Informe Integrado



Informe de Sostenibilidad



Informe Financiero



Informe Anual de Gobierno Corporativo / Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros

## 3 Creamos valor para nuestros grupos de interés

- 48 Para nuestros accionistas
- 50 Para nuestros clientes
- 54 Para nuestros empleados
- 58 Para la sociedad:  
el planeta y la comunidad

## 4 El Gobierno de Telefónica

- 62 Equipo directivo
- 64 Composición del Consejo  
de Administración
- 68 Comisiones del Consejo  
de Administración

## 5 Anexos

- 72 Informe de resultados
- 130 Situación financiera



El Informe Anual 2014 de Telefónica está disponible  
en versión *online*, para *smartphones* y para *tablets*.

# Carta al *accionista*



"El año 2014 supone la culminación de un periodo de intensa transformación hacia una Telco Digital Líder que iniciamos en 2012"

## *Estimados accionistas,*

Es para mí un placer compartir con todos ustedes el balance de la gestión y resultados de Telefónica del año 2014, y hacer un repaso de los principales hitos alcanzados en nuestro proceso de transformación hacia una Telco Digital Líder, en un sector que abre enormes oportunidades para todos.

Hace un año les decía en mi discurso que 2014 sería un año clave para convertir a Telefónica en una Compañía con más crecimiento, más eficiente y mucho más tecnológica. Y para mí es una enorme satisfacción comprobar que hemos avanzado significativamente en esta dirección.

El año 2014 supone la culminación de un periodo de intensa transformación que iniciamos en 2012. Han sido dos años esenciales que nos han permitido asentar unas sólidas bases sobre las que acelerar nuestro crecimiento.

Telefónica es ahora, sin duda alguna, una Compañía muy diferente, una Compañía que crece más. Así, en 2014 nuestros ingresos aceleraron significativamente su ritmo de crecimiento orgánico, hasta alcanzar el 2,6%, más de tres veces el incremento conseguido en 2013. El sólido crecimiento alcanzado en Hispanoamérica, la estabilización del negocio en España, el fuerte impulso de los servicios digitales, que aumentaron casi un 30%, y las iniciativas puestas en marcha para monetizar el crecimiento del tráfico de datos han sido claves para conseguirlo.

La evolución de los ingresos refleja la fuerte tracción en la captación de servicios de alto valor, con un crecimiento de los accesos de televisión de pago de casi un 50%, y de los accesos de contrato móvil y *smartphones*, que crecen un 11% y un 39%, respectivamente. Todo ello ha permitido un cambio de tendencia en el ingreso medio por acceso, que aumenta por primera vez en los últimos años, al mismo tiempo que crece el número de accesos, hasta alcanzar más de 340 millones.

La apuesta por los clientes de mayor valor está apoyada en la importante transformación tecnológica de Telefónica en los últimos años, que ha estado impulsada por un intenso esfuerzo inversor.

De este modo, en 2014 hemos duplicado el alcance de nuestras redes de fibra hasta los 15 millones de unidades inmobiliarias y hemos alcanzado una cobertura de 4G del 60% en Europa, mientras en Latinoamérica este servicio está ya disponible en 10 países. En paralelo, hemos avanzado en la transformación de nuestros sistemas.

Para ello hemos incrementado fuertemente nuestras inversiones hasta casi 9.500 millones de euros, incluyendo el importe dedicado a la compra de espectro. Es decir, hemos invertido en torno al 16% de nuestros ingresos, los niveles más altos registrados en nuestra historia más reciente.

El **crecimiento** orgánico de los **ingresos** en 2014 alcanzó el **2,6%**, tres veces más que el registrado en 2013

La **cobertura de 4G** de Telefónica en Europa alcanza ya el **60%**, y está disponible en **10** países de Latinoamérica

En 2014, la **inversión** ha supuesto el **16%** de los ingresos, los niveles más altos de la historia reciente de Telefónica

En poco más de dos años, la Compañía ha **reducido** su nivel de **deuda** en más de **13.000 millones** de euros

Asimismo, en 2014 hemos puesto en marcha un nuevo modelo operativo para ser más ágiles y que ya está permitiendo capturar mejoras de eficiencia, gracias al foco en la simplificación. Se trata de transformarnos para ganar agilidad en nuestros procesos y tener una capacidad de respuesta acorde a la que exigen nuestros clientes, reforzando la sostenibilidad de nuestro negocio.

Los esfuerzos realizados en 2014 son evidentes, y nos han permitido volver a crecer ligeramente en OIBDA, en términos orgánicos, reflejando el crecimiento de los ingresos y los beneficios de las medidas de eficiencia implementadas. Gracias a ello, el margen OIBDA se situó en el 31% en 2014.

## REFUERZO DE POSICIONAMIENTO EN MERCADOS CLAVE

En 2014 también hemos llevado a cabo una profunda transformación de nuestra cartera de activos, con un claro objetivo: fortalecernos en mercados estratégicos para el crecimiento del Grupo.

Por un lado, hemos liderado la consolidación intra-mercado en Europa, y en 2015 lo hemos hecho de nuevo en Brasil, con adquisiciones que crean valor y tienen un potencial de generar sinergias significativo. Las adquisiciones de E-Plus en Alemania y de GVT en Brasil nos van a permitir crecer más en los dos mayores mercados de Europa y Latinoamérica. Además, con la compra de DTS (Digital+) en España, completada recientemente, damos un paso fundamental para fortalecer nuestra posición como Compañía de vídeo a nivel global.

Así, Brasil se convierte en nuestro principal mercado, tanto por número de accesos, con más de 100 millones de clientes, como por volumen de ingresos.

Por otro lado, hemos decidido salir de otros mercados. Mercados que, bien por su tamaño o por nuestro posicionamiento en ellos, tenían un menor encaje estratégico a medio y largo plazo. De este modo, hemos alcanzado un acuerdo para la venta de las operaciones

de Telefónica en el Reino Unido, lo que nos permitirá incrementar de forma muy notable nuestra flexibilidad financiera.

Así, en poco más de dos años hemos conseguido reforzar nuestro balance de un modo muy significativo, reduciendo el nivel de deuda en más de 13.000 millones de euros hasta finales de 2014 y posicionándonos como la Compañía del sector que más deuda ha recortado durante este periodo. Además, esta reducción de deuda sería muy superior si considerásemos la venta de O2 Reino Unido.

Estos logros los hemos alcanzado gracias al excelente trabajo de todos los profesionales de Telefónica, a los que quiero aprovechar para agradecer su dedicación y compromiso.

Déjenme terminar este breve resumen señalando que, ante la velocidad de los cambios de nuestro entorno, continuaremos manteniendo el impulso transformador de nuestra Compañía. No les quepa ninguna duda de que en este año consolidaremos la aceleración en nuestro crecimiento.

Y lo vamos hacer en un contexto de recuperación económica mundial.

En España, el año 2014 ha marcado un punto de inflexión y en la actualidad se están registrando unas de las tasas de crecimiento del PIB y de empleo más altas de Europa. Se espera que este comportamiento continúe en los próximos años, con un crecimiento económico cercano al 3% para 2015 y 2016. Alemania, otro de nuestros principales mercados, crecerá en torno al 2% en 2015 gracias a la evolución favorable de su demanda interna y, en particular, del consumo privado.

En el caso de Latinoamérica, las perspectivas para el año 2015 para el conjunto de la región son muy positivas. En Brasil, en particular, los logros económicos y sociales obtenidos en el pasado, junto con su enorme tamaño y los recientes cambios en la política económica contribuirán a aumentar el crecimiento económico a medio plazo.

"En Telefónica tenemos la enorme suerte de estar en un sector que ofrece nuevas oportunidades a las personas y tiene el poder de transformar las sociedades, a mejor"

La **rentabilidad** para los accionistas de Telefónica se situó en el **7%** en 2014

Para 2015, es intención de la Compañía proponer un **pago de dividendo** de **0,75 euros** por acción

### ATRACTIVA REMUNERACIÓN AL ACCIONISTA

La estrategia que estamos ejecutando se refleja en una evolución muy positiva de rentabilidad total para los accionistas de Telefónica, que en 2014 se situó en el 7%.

En lo que llevamos de 2015 la acción de la Compañía se ha revalorizado un 9,3%<sup>(1)</sup>, lo que supone una apreciación cercana al 28% desde principios de 2013. Si a este aumento en el precio de la acción le unimos los dividendos distribuidos en este último periodo, supone una rentabilidad total para el accionista de más del 40%.

Para 2015, y dentro de la política de remuneración al accionista anunciada en febrero de este año, es intención de la Compañía proponer un pago de dividendo de 0,75 euros por acción, de los cuales 0,35 euros serán distribuidos en el cuarto trimestre de 2015, bajo la modalidad *scrip dividend*, conforme al acuerdo propuesto a esta Junta General de Accionistas, y los 0,40 euros restantes serán pagados en efectivo en el segundo trimestre de 2016.

Asimismo, el Consejo ha propuesto a la Junta General de Accionistas amortizar autocartera por un total del 1,5% del capital social.

Además, para 2016, es intención de la Compañía proponer una nueva amortización de autocartera del 1,5% y la distribución de un dividendo de 0,75 euros por acción en efectivo, ambos condicionados al cierre de la venta prevista de O2 en el Reino Unido.

Para todo ello, la Compañía propondrá, en su momento, la adopción de los acuerdos societarios oportunos.

La retribución anunciada para 2015 supone una rentabilidad del 5,8% a precios actuales de la acción (12,88 euros a 29/5/2015), lo que implica la mayor rentabilidad entre las grandes compañías de telecomunicaciones.

En definitiva, un año más Telefónica mantiene un firme compromiso de remuneración con sus accionistas, una clara prioridad para nuestra Compañía.

### UNA GRAN OPORTUNIDAD POR DELANTE

En los últimos años el ecosistema digital está viviendo una transformación espectacular. Es la Revolución Digital, la mayor revolución en la historia de la humanidad, que abre nuevas oportunidades para todas las personas y todos los sectores.

En un mundo cada vez más global, la digitalización de la economía es un factor clave para ganar competitividad e impulsar el crecimiento, influyendo en los niveles de bienestar y desarrollo de los países. Y en Telefónica tenemos la enorme suerte de estar en un sector que ofrece nuevas oportunidades para las personas y tiene el poder de transformar las sociedades, a mejor.

Estamos a las puertas de una nueva era de innovación y cambio. Es la era del Internet Industrial, fruto de la convergencia del sistema industrial, las nuevas capacidades de computación y los mayores niveles de conectividad. De hecho, se espera que en los próximos 20 años el Internet Industrial genere 15 billones de dólares adicionales a la economía global.

Las máquinas conectadas entre sí son ya una realidad en el ecosistema digital, y su potencial a futuro es enorme. Estamos viendo ya la proliferación de los *wearables*, de los coches y hogares conectados o las ciudades inteligentes, que, por encima de las consideraciones económicas, está facilitando la vida de las personas.

Este aumento de la conectividad está generando grandes cantidades de información. La gestión y explotación de toda esta información es lo que denominamos Big Data y será de gran utilidad para administraciones públicas o empresas, que contarán con una información fundamental para llevar a cabo su labor en la sociedad.

Y en el centro de toda esta nueva economía están las redes, que permiten una mayor integración de todos los elementos que soportan la producción, distribución y consumo de los nuevos bienes y procesos digitales, erigiéndose como la principal infraestructura para propiciar el crecimiento económico. Por tanto, el sector de las telecomunicaciones es un agente clave para el futuro.

(1) A 29 de mayo de 2015.

La **retribución** anunciada para 2015 supone una **rentabilidad del 5,8%** a precios actuales de la acción

"Con el objetivo de mantenerse a la vanguardia de la tecnología, en 2014 la Compañía aumentó un 13,5% su inversión en innovación, hasta llegar a los 6.974 millones de euros"

En este entorno, la competencia en el ecosistema digital ha cambiado y, por tanto, es imprescindible que la regulación se adapte para reflejar la realidad de la nueva economía digital, teniendo en cuenta toda la cadena de valor de Internet. Se trata de asegurar que las normas del juego apliquen por igual a todos los agentes del ecosistema, garantizando la no discriminación y un *level playing field*, bajo el principio de "mismo servicio, mismas reglas". Esto permitirá a los ciudadanos disfrutar de una mejor protección de sus derechos, y de una experiencia de Internet abierta, transparente y más segura para todos.

### COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD

Para concluir quisiera recordarles que en Telefónica siempre hemos demostrado nuestro firme compromiso con las sociedades en las que estamos presentes.

Por una parte apoyamos a las nuevas generaciones de jóvenes, y nuestro compromiso se refleja en los distintos programas y acciones que estamos impulsando para contribuir a que los jóvenes alcancen sus metas profesionales. A estimular el emprendimiento y a que puedan convertir en realidad sus ideas.

En este sentido, Telefónica Futuro Abierto es un programa de innovación abierta y global que abarca el conjunto de nuestras iniciativas de emprendimiento, innovación, inversión y transformación para apoyar el talento cubriendo todas las etapas de un emprendedor.

Este programa, presente en 17 países, ha comprometido a día de hoy más de 700 millones de euros a través de sus diferentes iniciativas, dirigidas a inversión directa en compañías tecnológicas de nueva creación en las distintas etapas, y ha consolidado casi 7.000 empleos. Con todo ello, Telefónica Futuro Abierto combina la labor de Telefónica I+D con el objetivo de optimizar las futuras inversiones de capital de la Compañía y de transformarla en un actor clave en áreas de crecimiento de nuestro sector.

En paralelo, y con el objetivo de mantenernos a la vanguardia de la tecnología y la innovación, en 2014 la Compañía aumentó un 13,5% su inversión en innovación tecnológica, hasta llegar a los 6.974 millones de euros. Así, Telefónica se posiciona como la operadora europea de

telecomunicaciones que más invierte en I+D, y la tercera en todo el mundo.

Por otro lado, nuestro compromiso con la sociedad se refleja también con especial importancia en diferentes iniciativas en torno a la Educación Digital, una palanca clave para el desarrollo de las personas y de las sociedades en su conjunto.

Telefónica ya es un actor destacado en este ámbito, formando a jóvenes y a profesores, y con espacios virtuales de aprendizaje abiertos y vamos a serlo aún más en el futuro, promoviendo el aprendizaje digital a lo largo de todas las etapas de la formación.

Además, a través de Fundación Telefónica estamos desarrollando otras iniciativas que promueven la cultura y el apoyo a los jóvenes.

Por último, Telefónica impulsa la sostenibilidad corporativa con el objetivo de contribuir a que nuestros procesos de innovación impacten positivamente en el desarrollo de la sociedad, la accesibilidad y la protección del medioambiente; y al mismo tiempo, desarrollar productos y servicios más sostenibles para nuestros clientes.

Señoras y señores accionistas, como han visto, Telefónica no solo es una empresa líder en este nuevo mundo digital, sino que está firmemente comprometida con la sociedad. Estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan SER MÁS.

En mi nombre, y en el del Consejo de Administración quiero agradecerles un año más el apoyo y la confianza que brindan a Telefónica. Sin duda es el mejor estímulo para seguir construyendo la Telco Digital Líder del sector.

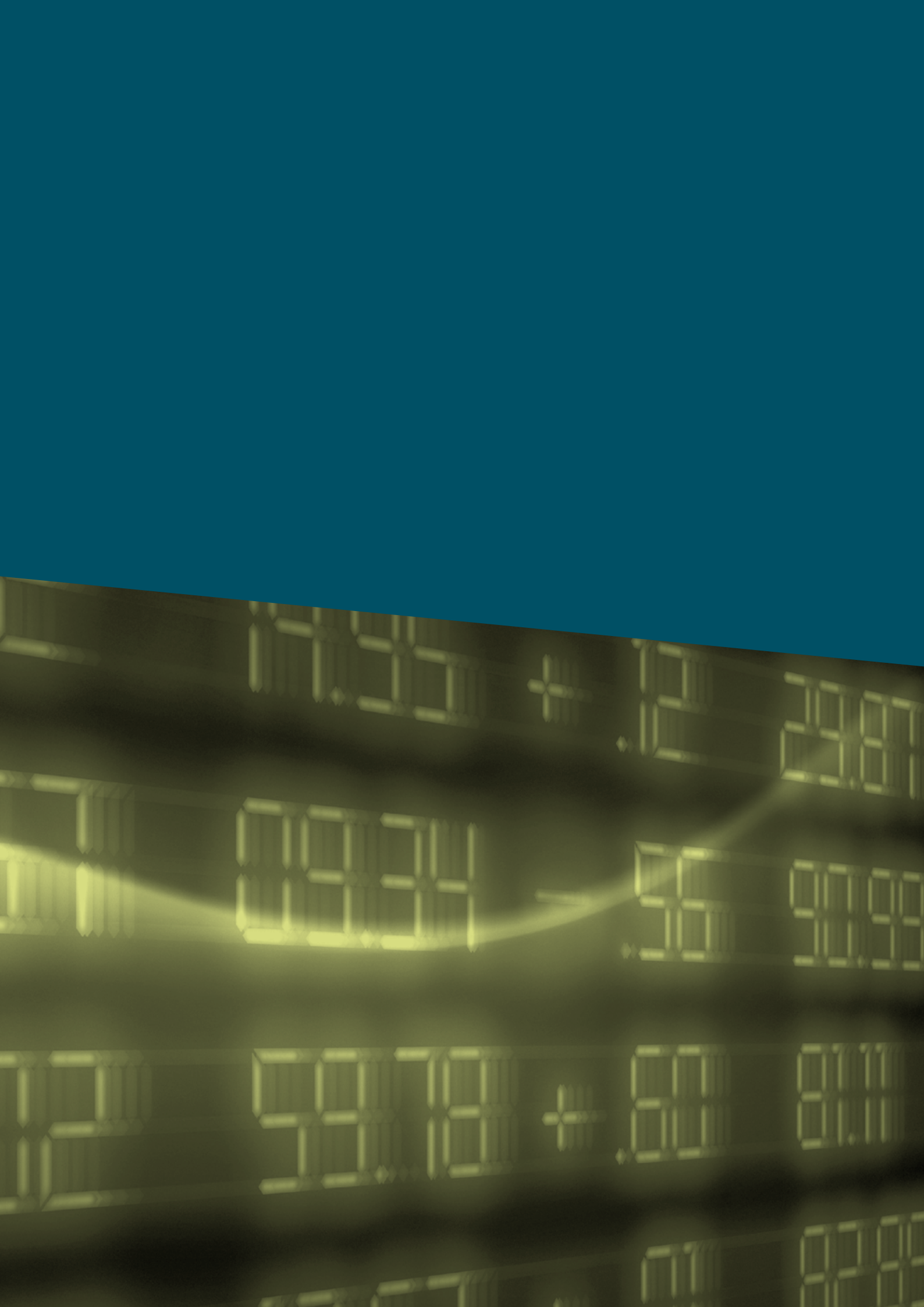
Muchas gracias,



**César Alierta**  
Presidente Ejecutivo

# 1. Telefónica en cifras





# Telefónica *en el mundo*



## ARGENTINA

Ingresos <sup>(*)</sup>	3.219
Inversión <sup>(*)</sup>	676,0
Empleados	17.238
Accesos <sup>(**)</sup>	26.637,6

## BRASIL

Ingresos <sup>(*)</sup>	11.373
Inversión <sup>(*)</sup>	2.933,0
Empleados	20.567
Accesos <sup>(**)</sup>	95.554,5

## CHILE

Ingresos <sup>(*)</sup>	2.087
Inversión <sup>(*)</sup>	429,0
Empleados	4.686
Accesos <sup>(**)</sup>	13.893,8

## COLOMBIA

Ingresos <sup>(*)</sup>	1.689
Inversión <sup>(*)</sup>	496,0
Empleados	3.812
Accesos <sup>(**)</sup>	15.691,6

## ECUADOR

Ingresos <sup>(*)</sup>	493
Inversión <sup>(*)</sup>	102,0
Empleados	1.385
Accesos <sup>(**)</sup>	5.055,6

## MÉXICO

Ingresos <sup>(*)</sup>	1.652
Inversión <sup>(*)</sup>	252,0
Empleados	2.967
Accesos <sup>(**)</sup>	23.224,7

## PERÚ

Ingresos <sup>(*)</sup>	2.539
Inversión <sup>(*)</sup>	421,0
Empleados	9.520
Accesos <sup>(**)</sup>	21.976,8

## URUGUAY

Ingresos <sup>(*)</sup>	236
Inversión <sup>(*)</sup>	31,0
Empleados	601
Accesos <sup>(**)</sup>	1.883,8

## VENEZUELA + CAM

Ingresos <sup>(*)</sup>	1.421
Inversión <sup>(*)</sup>	435,0
Empleados	7.437
Accesos <sup>(**)</sup>	23.239,2

**ESPAÑA**

Ingresos (*)	12.209
Inversión (*)	1.732,0
Empleados	35.006
Accesos (**)	41.202,7

**ALEMANIA**

Ingresos (*)	5.904
Inversión (*)	849,0
Empleados	11.015
Accesos (**)	47.661,5

**REINO UNIDO**

Ingresos (*)	7.021
Inversión (*)	755,0
Empleados	7.904
Accesos (**)	24.726,4

\*Millones de euros.  
\*\* Miles de accesos.

**50.377 M€**

de ingresos conjuntos

**9.448 M€**

de inversión total

**123.700 empleados**

95% de contratos indefinidos

**341 millones**

de accesos

**2ª operadora europea**

por ingresos

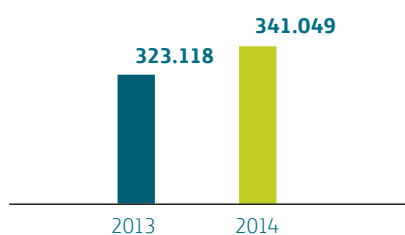
**3ª operadora mundial**

por inversión en I+D

# Datos relevantes 2014

## Accesos totales

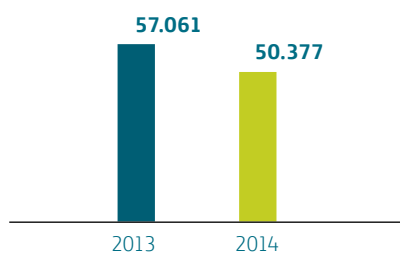
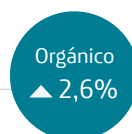
Miles



Los accesos totales de Telefónica crecen un 5,5% interanual tras incorporar los clientes de E-Plus en Telefónica Deutschland y registrar un sólido crecimiento de Telefónica Hispanoamérica, Telefónica Brasil y Telefónica Reino Unido. Excluyendo de la base de 2014 los accesos de E-Plus, así como los de Telefónica República Checa y Telefónica Irlanda de la base de 2013, el crecimiento orgánico se situaría en el 2%. Por servicios destaca la alta actividad comercial con foco en clientes de valor, que se refleja en un sostenido crecimiento del contrato móvil (*smartphones* y LTE), la fibra y la televisión de pago.

## Ingresos

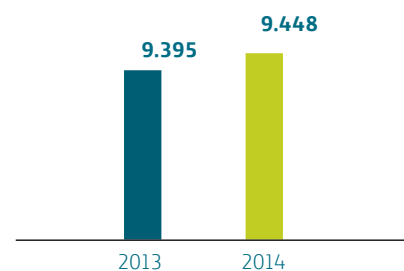
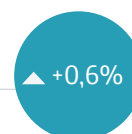
Millones de euros



Los ingresos se reducen interanualmente un 11,7%, afectados por el impacto negativo de los tipos de cambio y los cambios en el perímetro de consolidación. En especial, el cambio a SICAD II en Venezuela ha supuesto un impacto negativo de 2.187 millones de euros en los ingresos del cuarto trimestre. Por servicios, los ingresos de datos móviles continúan siendo una de las principales palancas de crecimiento de la Compañía, al aumentar un 9,9% orgánico en 2014, y representan ya el 41% de los ingresos de servicio móvil, 3 p.p. más que en 2013.

## Inversión

Millones de euros

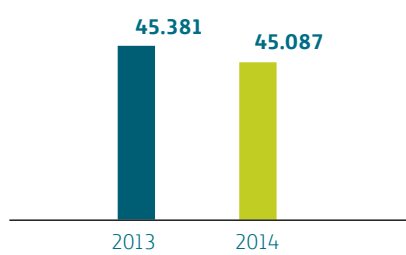


La inversión crece un 0,6% interanual e incluye 1.294 millones de euros de adquisición de espectro. La Compañía ha continuado avanzando en la modernización y diferenciación de las redes, dedicando el 75% de la inversión total en el año, excluyendo espectro, a transformación y crecimiento, 6 p.p. más que en 2013 en términos orgánicos.

**Deuda**

Millones de euros

Ratio deuda/  
OIBDA  
2,74x



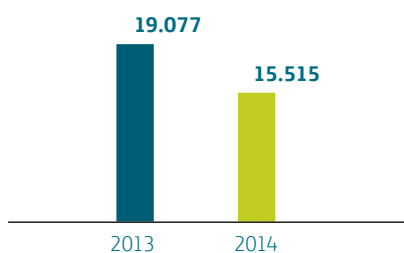
Se reduce en 294 millones de euros respecto a diciembre de 2013. Excluyendo el impacto de la evolución del tipo de cambio en Venezuela, la deuda se reduciría en 2.635 millones de euros. El ratio de endeudamiento (deuda neta sobre OIBDA) a cierre de 2014 se sitúa en 2,74 veces. El ratio considerando el cierre de la venta prevista de O2 UK se situaría en 2,15 veces.

## Datos relevantes 2014

### OIBDA

Millones de euros

Orgánico  
▲ 0,2%

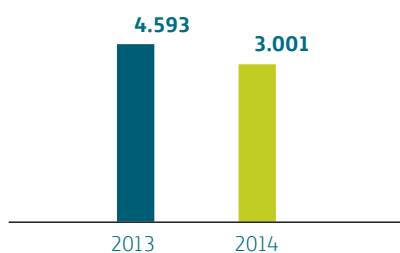


El OIBDA en términos reportados se reduce un 18,7% en 2014, afectado por la evolución de los tipos de cambio, los cambios en el perímetro de consolidación y otros factores no recurrentes. No obstante, aumenta un 0,2% interanual en términos orgánicos, reflejando el crecimiento de los ingresos y los beneficios de las medidas de eficiencia implementadas y pese a los mayores gastos comerciales y de red. Por regiones destaca Telefónica Hispanoamérica, que crece un 16,4% interanual orgánico, 2,1 p.p. más que en 2013, y contribuye con 4,8 p.p. al crecimiento del OIBDA, apalancado en la aceleración del crecimiento de México y Colombia. Si se excluye el impacto negativo de la regulación, el OIBDA crece en términos orgánicos un 1,3% en 2014.

### Beneficio neto

Millones de euros

▼ -34,7%

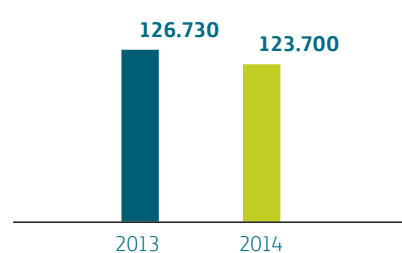


El beneficio neto asciende a 3.001 millones de euros en 2014 (4.462 millones de euros subyacente) y el beneficio neto básico por acción a 0,61 euros (0,93 euros subyacente). Hay que destacar que el beneficio neto está afectado por dotaciones extraordinarias, entre las que destacan el impacto de la adopción del tipo SICAD II en Venezuela (-399 millones de euros), la provisión por gastos de reestructuración (-405 millones de euros) y el ajuste en la valoración de Telco, S.p.A (-257 millones de euros).

### Empleados

Personas

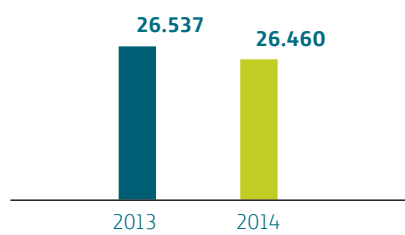
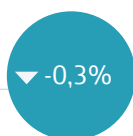
▼ -2,4%



La plantilla total a cierre de 2014 ha caído un 2,4%. Esta cifra está afectada por los movimientos corporativos, que han provocado la salida del perímetro de la Compañía de los negocios en Irlanda, República Checa y Eslovaquia, compensados en gran parte por la incorporación de E-Plus en Alemania.

**Proveedores**

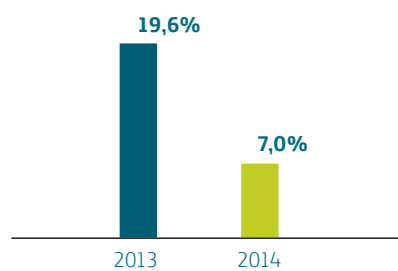
Millones de euros



En 2014, Telefónica ha contratado servicios con 12.442 proveedores distintos, de los que el 83,8% han sido proveedores locales de las distintas comunidades en las que Telefónica está presente. La cifra total de adjudicaciones en euros también está negativamente influida por la evolución del tipo de cambio.

**Rentabilidad total para el accionista**

Porcentaje



La acción de Telefónica ha registrado una revalorización del 0,7% y un retorno total al accionista del 7,0%, una vez incluidos los dividendos distribuidos en 2014, cerrando el año en 11,92 euros por acción.

# Cuadro integrado de indicadores










## Indicadores financieros

Eficiencia económica				2012	2013	2014	Unidades
FINANCIERO	Ingresos	Suma de todos los ingresos provenientes de las ventas de productos y servicios, de las inversiones financieras y no financieras y de la venta de activos tangibles e intangibles		62.356	57.061	50.377	Mill €
MANUFACTURA	Gastos de proveedores	Gastos por compras y otros conceptos a terceros		18.074	17.041	15.182	Mill €
FINANCIERO	Valor añadido	Margen operativo: ingresos - gastos proveedores		44.282	40.020	35.195	Mill €
HUMANO	Remuneración a los empleados	Gastos por remuneraciones a empleados (incluye sueldos, salarios y cotizaciones sociales)		8.569	7.208	7.098	Mill €
FINANCIERO	Beneficio bruto operativo	OIBDA		21.231	19.077	15.515	Mill €
FINANCIERO	Gastos financieros	Importe de los intereses devengados por la financiación ajena		-3.659	-2.866	-2.822	Mill €
FINANCIERO	Retribución de los propietarios	Dividendos a los accionistas pagados en el periodo		3.273	2.182	2.328	Mill €
	Impuesto sobre beneficios	Impuesto sobre el beneficio		-1.461	-1.311	-383	Mill €
SOCIAL	Contribución económica a la comunidad	Aportaciones a la acción social (LBG)		158	129	129	Mill €
	Contribución económica a la Administración Pública	Pagos totales a los entes públicos (impuestos, tasas, IVA, Seguridad Social, etc.)		13.806	14.060	12.057	Mill €
INNOVACIÓN	Inversión I+D+i	Importe total de gastos e inversiones destinados a I+D+i		5.771	6.142	6.974	€
INNOVACIÓN	Inversión total	Capex		9.458	9.395	9.448	€
FINANCIERO	Rentabilidad	Beneficio neto después de impuestos		3.928	4.593	3.001	€
FINANCIERO	Endeudamiento	Deuda neta		51.259	45.381	45.087	€
FINANCIERO	Autocartera	Porcentaje de acciones propias en autocartera		0,64%	0,65%	2,75%	%

## Indicadores ambientales

Eficiencia energética y cambio climático				2012	2013	2014	Unidades
NATURAL	Consumo de energía	Consumo directo total de energía renovable y no renovable en operaciones, oficinas y flotas de vehículos		23.278.963	23.624.920	22.990.841	GJ
NATURAL	Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Suma de emisiones directas e indirectas de GEI medidas en toneladas de CO <sub>2</sub> equivalente		1.859.986	1.881.903	1.731.619	t CO <sub>2</sub> eq
Eco-Eficiencia y gestión de residuos							
NATURAL	Consumo de agua	Consumo total de agua en operaciones y oficinas		5.581.053	4.447.574	4.125.025	m <sup>3</sup>
NATURAL	Residuos gestionados	Residuos gestionados de operaciones, oficinas y clientes enviados a reciclaje, reutilización y vertedero		30.581	30.432	22.766	t
NATURAL	Residuos reutilizados	Residuos reutilizados de operaciones y clientes siguiendo procesos específicos		195	250,81	172	t

## Indicadores sociales

Capital Humano				2012	2013	2014	Unidades
 HUMANO	Empleados	Número de empleados con contrato a final del ejercicio		133.263	126.730	123.700	núm.
 HUMANO	Diversidad de género de los empleados	Número de mujeres con contrato a final del ejercicio		50.507	48.513	47.045	núm.
 HUMANO	Puestos de dirección	Número de directivos con contrato a final del ejercicio		1.234	1.255	1.145	núm.
 HUMANO	Diversidad de género en dirección	Número de mujeres directivas con contrato a final del ejercicio		239	262	236	núm.
 HUMANO	Estabilidad laboral	Número de empleados con contrato indefinido a final del ejercicio		124.134	118.937	117.245	núm.
 HUMANO	Absentismo	(Número de días perdidos por ausencia durante el periodo / Número de días trabajados por el total de empleados durante el mismo periodo) x 200.000		5.569	5.599	5.283	núm.
 HUMANO	Rotación de empleados	Porcentaje de empleados que voluntariamente han salido o entrado del Grupo		n.s	10,75	7,6	%
 INNOVACIÓN	Formación de empleados	Número total de horas de formación recibidas por los empleados durante el ejercicio		3.912.000	2.859.751	3.698.585	núm.
Capital Social							
 MANUFACTURA	Pago a proveedores	Periodo medio de pago a proveedores en días <sup>(1)</sup>		75	60	51	días

(1). Dato correspondiente a España

## Indicadores de Gobierno Corporativo

Buen Gobierno Corporativo				2012	2013	2014	Unidades
 GOBIERNO	Consejeros	Número total de consejeros		18	18	18	núm.
 GOBIERNO	Consejeros independientes	Número de consejeros independientes		7	8	8	núm.
 GOBIERNO	Consejeros en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	Número de consejeros con responsabilidad específica en materias de RSC		5	6	6	núm.
 GOBIERNO	Comisión de estrategia	Número de consejeros con responsabilidad específica sobre la estrategia de la Compañía		5	6	6	núm.
 GOBIERNO	Comité de auditoría	Número de consejeros con responsabilidad específica sobre el control económico y financiero		3	5	5	núm.
 GOBIERNO	Comisión de nombramientos	Número de consejeros con responsabilidad específica en materia de nombramientos		5	5	5	núm.
 GOBIERNO	Reuniones del Consejo	Número de reuniones mantenidas por el Consejo en el ejercicio		14	14	14	núm.
 GOBIERNO	Diversidad de género en el Consejo	Número de mujeres miembros del Consejo		2	2	2	núm.

# Impacto económico en comunidades

En Telefónica tenemos vocación de ser un motor de desarrollo económico, social y tecnológico de las comunidades en las que estamos presentes.

## Contribución al progreso local

■ Ingresos ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de euros

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
<b>España 2014</b>			
Ingresos	12.209	1,2%	Empleados 35.006
Pagos	2.936,9 2.646,4 3.074,0 1.732,0		Proveedores locales 1.706
			% compras locales 91,5%
			Accesos (miles) 41.202,7
<b>Alemania 2014</b>			
Ingresos	5.904	0,2%	Empleados 11.015
Pagos	2.128,6 841,8 677,6 849,0		Proveedores locales 492
			% compras locales 60,97%
			Accesos (miles) 47.661,5
<b>Reino Unido 2014</b>			
Ingresos	7.021	0,4%	Empleados 7.904
Pagos	3.466,9 592,2 507,9 755,0		Proveedores locales 350
			% compras locales 67,9%
			Accesos (miles) 24.726,4
<b>Argentina 2014</b>			
Ingresos	3.219	0,9%	Empleados 17.238
Pagos	748,6 668,5 977,2 676,0		Proveedores locales 1.057
			% compras locales 86,8%
			Accesos (miles) 26.637,6
<b>Brasil 2014</b>			
Ingresos	11.373	0,7%	Empleados 20.567
Pagos	2.648,0 1.108,9 5.009,6 2.933,0		Proveedores locales 2.030
			% compras locales 99,8%
			Accesos (miles) 95.554,5
<b>Chile 2014</b>			
Ingresos	2.087	1,0%	Empleados 4.686
Pagos	651,8 217,9 220,2 429,0		Proveedores locales 660
			% compras locales 74,5%
			Accesos (miles) 13.893,8

## Contribución al progreso local

■ Ingresos ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de euros

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
<b>Colombia 2014</b>			
Ingresos	1.689	0,6%	Empleados 3.812
Pagos	444,0 131,0 346,6 496,0		Proveedores locales 502
			% compras locales 74,9%
			Accesos (miles) 15.691,6
<b>Ecuador 2014</b>			
Ingresos	493	0,7%	Empleados 1.385
Pagos	121,5 53,8 81,3 102,0		Proveedores locales 297
			% compras locales 70,4%
			Accesos (miles) 5.055,6
<b>México 2014</b>			
Ingresos	1.652	0,2%	Empleados 2.967
Pagos	644,5 156,6 129,4 252,0		Proveedores locales 538
			% compras locales 89,2%
			Accesos (miles) 23.224,7
<b>Perú 2014</b>			
Ingresos	2.539	1,6%	Empleados 9.520
Pagos	663,3 368,4 587,7 421,0		Proveedores locales 1.051
			% compras locales 73,9%
			Accesos (miles) 21.976,8
<b>Uruguay 2014</b>			
Ingresos	236	0,6%	Empleados 601
Pagos	67,5 20,0 39,8 31,0		Proveedores locales 279
			% compras locales 33,0%
			Accesos (miles) 1.883,8
<b>Venezuela+Centroamérica 2014</b>			
Ingresos	1.421	0,3%	Empleados 7.437
Pagos	383,5 136,8 307,8 435,0		Proveedores locales 1.239
			% compras locales 90,2%
			Accesos (miles) 23.239,2

# Transparencia *fiscal*

El actual entorno económico ha puesto en el centro del debate la aportación tributaria de las grandes multinacionales ('fair share'). En Telefónica, el valor de nuestra contribución tributaria es una prioridad y una cuestión de prestigio. La contribución tributaria total ascendió a 12.057 millones de euros.

Transparencia ante todo. Con este objetivo, hemos desarrollado unos principios de actuación en materia de cumplimiento tributario en base a los cuales nos comprometemos a actuar con honestidad y respeto por la ley en la gestión de los [asuntos fiscales](#).

Además, el Consejo de Administración aprobó, en 2010, nuestra adhesión al Código de Buenas Prácticas Tributarias elaborado por el Foro de Grandes Empresas junto con la Administración Tributaria española, con el fin de evitar la utilización de estructuras de carácter opaco con finalidades tributarias.

En esta línea, no utilizamos estructuras societarias con la finalidad de encubrir o reducir la transparencia de nuestras actividades frente a las autoridades fiscales o a cualquier otro interesado. Tampoco estamos presentes en ninguna de las jurisdicciones recogidas en el listado de paraísos fiscales, reglamentariamente establecido por España de acuerdo con la disposición adicional 1ª de la Ley 36/2006 de Medidas para la Prevención del Fraude Fiscal en su redacción actualizada por la Disposición Final 2 de la Ley 26/2014 de 27 de noviembre.

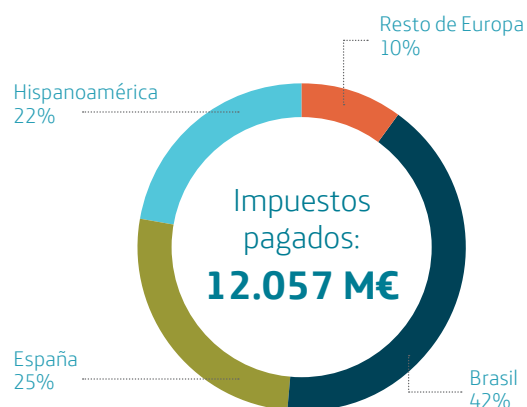
## IMPUESTOS EN 2014

En 2014, nuestra contribución tributaria total ha ascendido a 12.057 millones de euros. Brasil y España han sido las jurisdicciones que más han contribuido al pago de tributos. Esto indica que, de cada 100 euros de nuestra cifra de negocio, 23,9 euros se han destinado al pago de impuestos, de los que 7,1 euros han sido impuestos soportados y 16,9 impuestos recaudados.

En base a la metodología de valor distribuido, elaborada por el CTT de PwC, de cada 100 euros de valor distribuido por Telefónica en el ejercicio 2014, 50 euros se han destinado al pago de impuestos. Según la metodología CTT de PwC, el valor distribuido de una empresa se compone de la suma de los siguientes elementos: valor para el accionista (por ejemplo: dividendos, reservas, etc.), sueldos y salarios (netos de impuestos recaudados a los empleados), intereses netos e impuestos (soportados y recaudados).

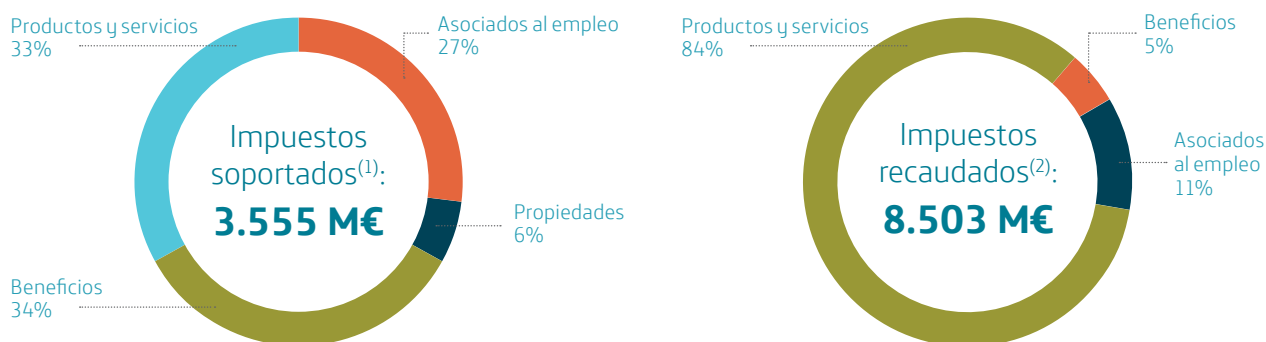
## CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

### Distribución de los impuestos pagados por zonas geográficas



Brasil y España han sido las jurisdicciones que más han contribuido en 2014 al pago de impuestos. De cada 100 euros de la cifra de negocio de Telefónica, 23,9 se han destinado a tributos

## Desglose de la contribución tributaria total en el mundo



## Desglose de la contribución tributaria global de Telefónica

En miles de euros

País	Impuestos soportados <sup>(1)</sup>	Impuestos recaudados <sup>(2)</sup>	Contribución total <sup>(3)</sup>
Brasil	1.087.052	3.922.561	5.009.613
España	944.386	2.129.657	3.074.043
Argentina	383.429	593.779	977.208
Alemania	172.131	505.419	677.550
Perú	292.773	294.968	587.741
Reino Unido	82.107	424.839	506.946
Colombia	167.771	178.792	346.563
Centroamérica	185.302	122.519	307.821
Chile	55.040	165.121	220.161
México	28.094	101.292	129.386
Ecuador	65.455	15.823	81.278
Irlanda	29.218	16.707	45.925
Uruguay	23.537	16.311	39.848
República Checa	1.502	1.035	2.537
Otros	36.913	13.780	50.724
<b>TOTAL</b>	<b>3.554.710</b>	<b>8.502.603</b>	<b>12.057.344</b>

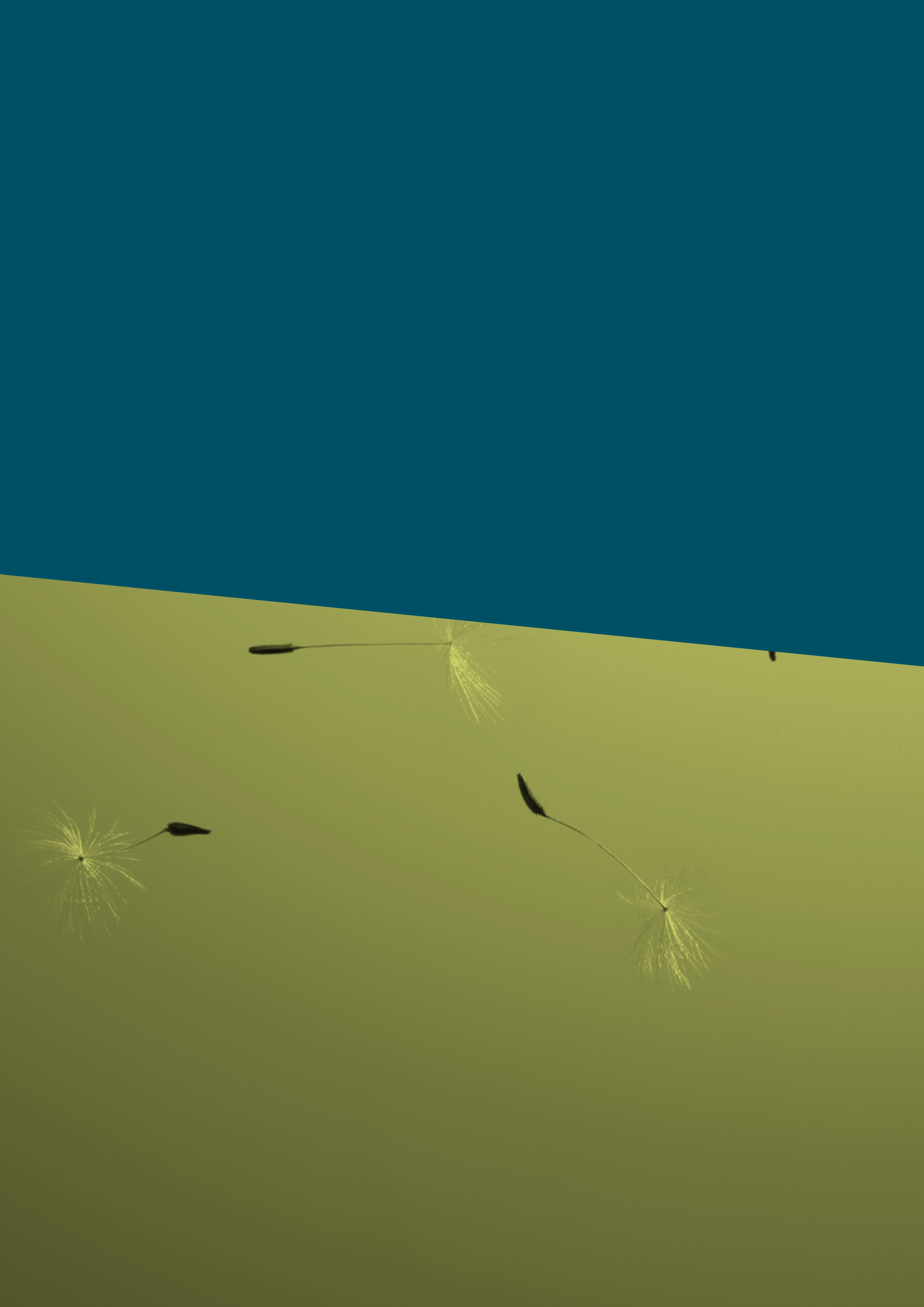
(1) Impuestos soportados: aquellos impuestos pagados por Telefónica a las administraciones de los distintos estados en los que opera y que han supuesto un coste efectivo para la Compañía.

(2) Impuestos recaudados: aquellos impuestos gestionados por Telefónica que han sido ingresados por cuenta de otros contribuyentes como consecuencia de la actividad económica de la Compañía; es decir, son ingresos tributarios que se obtienen gracias al valor económico generado por la misma.

(3) Contribución total: la CT mide el impacto total que representa el pago de impuestos a las diferentes administraciones de un modo directo o indirecto como consecuencia de la actividad económica de la Compañía.

## 2. Modelo de negocio y estrategia







# Evolución del entorno *y macro tendencias*

La era de la digitalización abre una gran oportunidad de crecimiento a las operadoras de telecomunicaciones, situadas en el epicentro de la revolución tecnológica. La visión de Telefónica: que nuestros clientes disfruten plenamente de la conectividad. Pero alcanzar ese éxito requiere transformaciones profundas.

El mundo es cada vez más global, abierto y digital, y también lo es la vida de las personas. Los principales impulsores de esta revolución productiva y social son el crecimiento de la conectividad y el talento de millones de personas aplicado a la tecnología. Pese a su magnitud, los cambios no han hecho más que empezar. En la próxima década, la conectividad aumentará aún más su relevancia al formar parte de cualquier solución ante los nuevos retos.

Se observan tres principales tendencias que se refuerzan unas a otras: más movilidad, más ancho de banda y más servicios en la nube. Estas tendencias abren paso a nuevas olas tecnológicas. El Internet de las Cosas es la conexión del mundo digital con el mundo real. Hay estimaciones que anticipan más de 50.000 millones de dispositivos conectados a las redes en 2020. Tantos sensores conectados generarán enormes volúmenes de datos que hay que transferir y procesar para producir conocimiento y acciones.

El desarrollo del negocio de la conectividad tiene mucho recorrido y tiende a crear un ecosistema a su alrededor

El Big Data es la disciplina dedicada a los datos masivos y cambiará, por ejemplo, la forma de gestionar los hogares, el tráfico o la producción industrial.

En este sentido, puede hablarse de que la digitalización está en un proceso de transformación, pasando de los 'bits' a los 'átomos', donde nuevos avances como la nanotecnología, la robótica o la impresión en 3D refuerzan la oportunidad de crecimiento de los operadores, que aúnan presencia local y competencias digitales.

## La conectividad ante los retos del futuro



Individuo

- **Mayor esperanza de vida**  
eHealth, robótica, entretenimiento y comunicación social
- **Crecimiento individual**  
Teleformación, privacidad y seguridad en redes
- **Poder empoderador de la tecnología TIC**  
Conectividad ubicua, potente y accesible



Economía  
Global

- **Economía interconectada**  
Oportunidades globales y nuevas soluciones (Cloud, M2M, Big Data)
- **Importancia de las finanzas públicas**  
Eficiencia digital de la administración y transparencia
- **Economías emergentes**  
Movilidad social y reducción de la brecha digital



Entorno

- **Cambio climático**  
Sensores y analítica. Reducción de transporte y consumos
- **Presión sobre los recursos**  
Monitorización y administración para una gestión sostenible
- **Urbanización**  
Smart Cities, M2M

(Fuente: KPMG Future State 2030 y Telefónica)



En Telefónica  
capturamos  
la oportunidad  
digital para  
nuestros clientes.

# Visión del modelo *de negocio y estrategia*

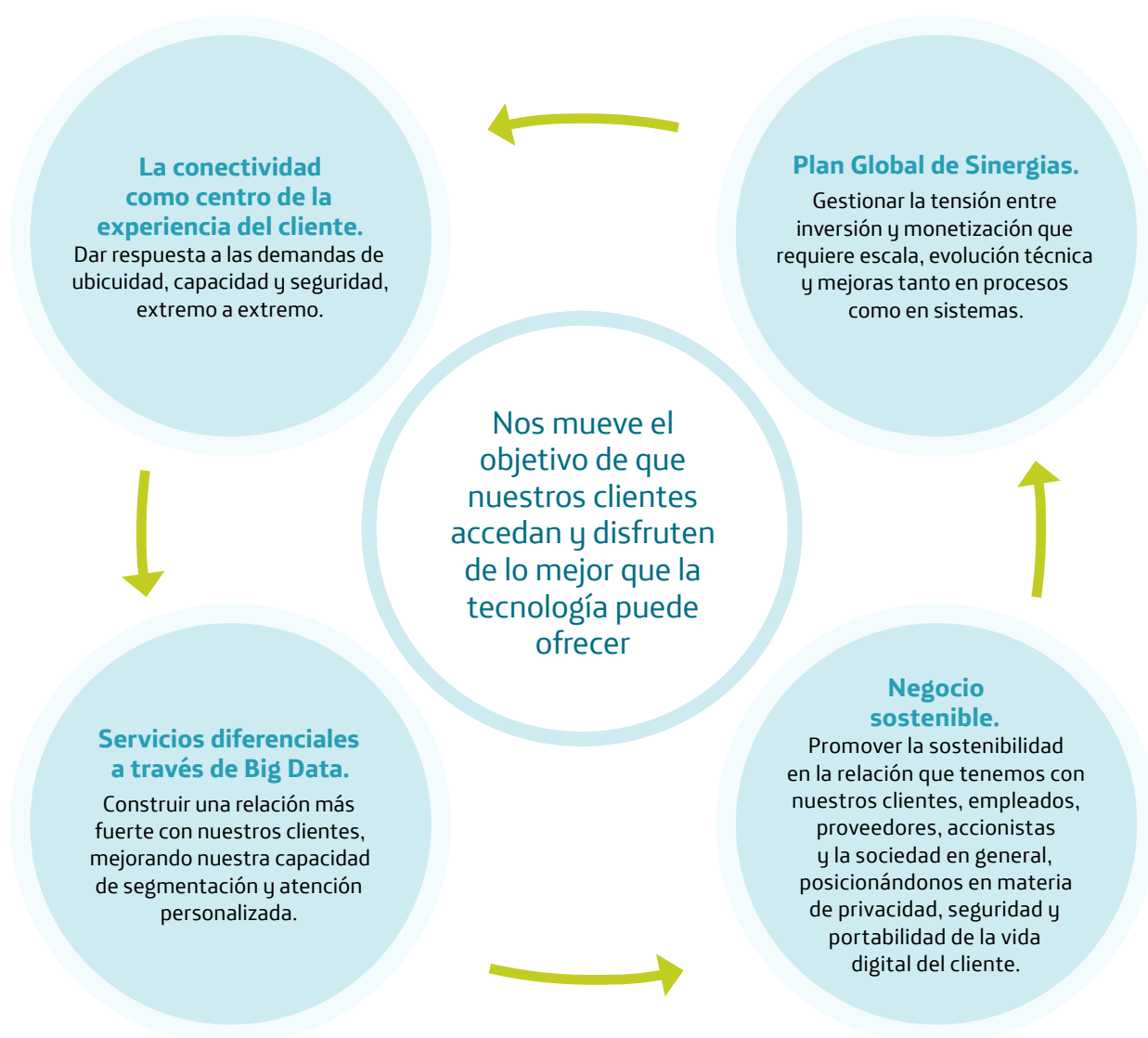
En Telefónica definimos nuestra visión de Telco Digital ya en 2011. La combinación de conectividad y servicios digitales nos convierte en referente en innovación y en modelo operativo.

En Telefónica hemos definido el concepto de Telco Digital para englobar todos los esfuerzos que estamos realizando en esa dirección. Nos mueve el objetivo de que nuestros clientes accedan y disfruten de lo mejor que la tecnología puede ofrecer.

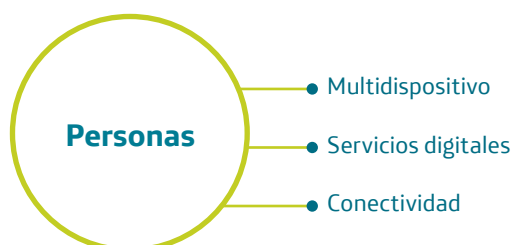
El siguiente reto es monetizar todo ese esfuerzo innovador a través de una propuesta de servicios que convenza a los clientes. El papel de Telefónica es ya clave en el desarrollo digital de las sociedades y economías en las que estamos presentes. Tenemos la convicción de que hay aún mucho recorrido en el desarrollo del negocio de la conectividad, el cual, en la actualidad, cuenta con importantes barreras de entrada por ser intensivo en capital y, por su naturaleza, tiende a crear a su

alrededor un ecosistema. Nuestro modelo de negocio será más robusto, sostenible y rentable a medida que nuestros servicios se convierten en *mission critical* para nuestros clientes.

Nuestra estrategia pasa por poner en juego nuestras capacidades, orientarlas al cliente y seguir la transformación para reforzar y rentabilizar más nuestro posicionamiento en las nuevas cadenas de valor. Partiendo del liderazgo en la conectividad como tecnología y como forma de relación con clientes y socios, Telefónica aspira a ser el referente en el sector en este punto de inflexión tecnológico y competitivo. Esta estrategia se centra en cuatro ejes conceptuales:



## Tecnología digital para personas y empresas



# La gestión de la innovación

En Telefónica apostamos tanto por la innovación clásica de I+D como por la innovación abierta.

## I+D+i en Telefónica

Telefónica es la operadora europea de telecomunicaciones que más invierte en I+D, y la tercera en todo el mundo. Así lo reconoce el último informe publicado por la Comisión Europea, realizado sobre los datos de 2013.

### LÍNEAS DE AVANCE

Estamos convencidos de que solo las apuestas ligadas a la innovación consiguen viabilidad empresarial sostenida, capacidad competitiva y un posicionamiento ventajoso para evolucionar, anticiparse y conseguir la satisfacción de sus clientes.

Durante 2014, desde Telefónica hemos presentado 27 nuevas solicitudes de patentes y modelos de utilidad a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Nuestro objetivo es proteger nuestra actividad innovadora en aquellos mercados en los que operamos: Europa y América. Esta política nos ha situado como la empresa española de telecomunicaciones líder en el *ranking* de solicitudes de patentes internacionales (según

la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y continuamos siendo un año más la referencia en innovación privada en España.

### Centros de Excelencia

La apuesta por la innovación interna de Telefónica se articula a través de Telefónica I+D con una red de centros de excelencia tecnológica ubicados en Barcelona, Granada, Huesca, Madrid, Valladolid, São Paulo y Londres.

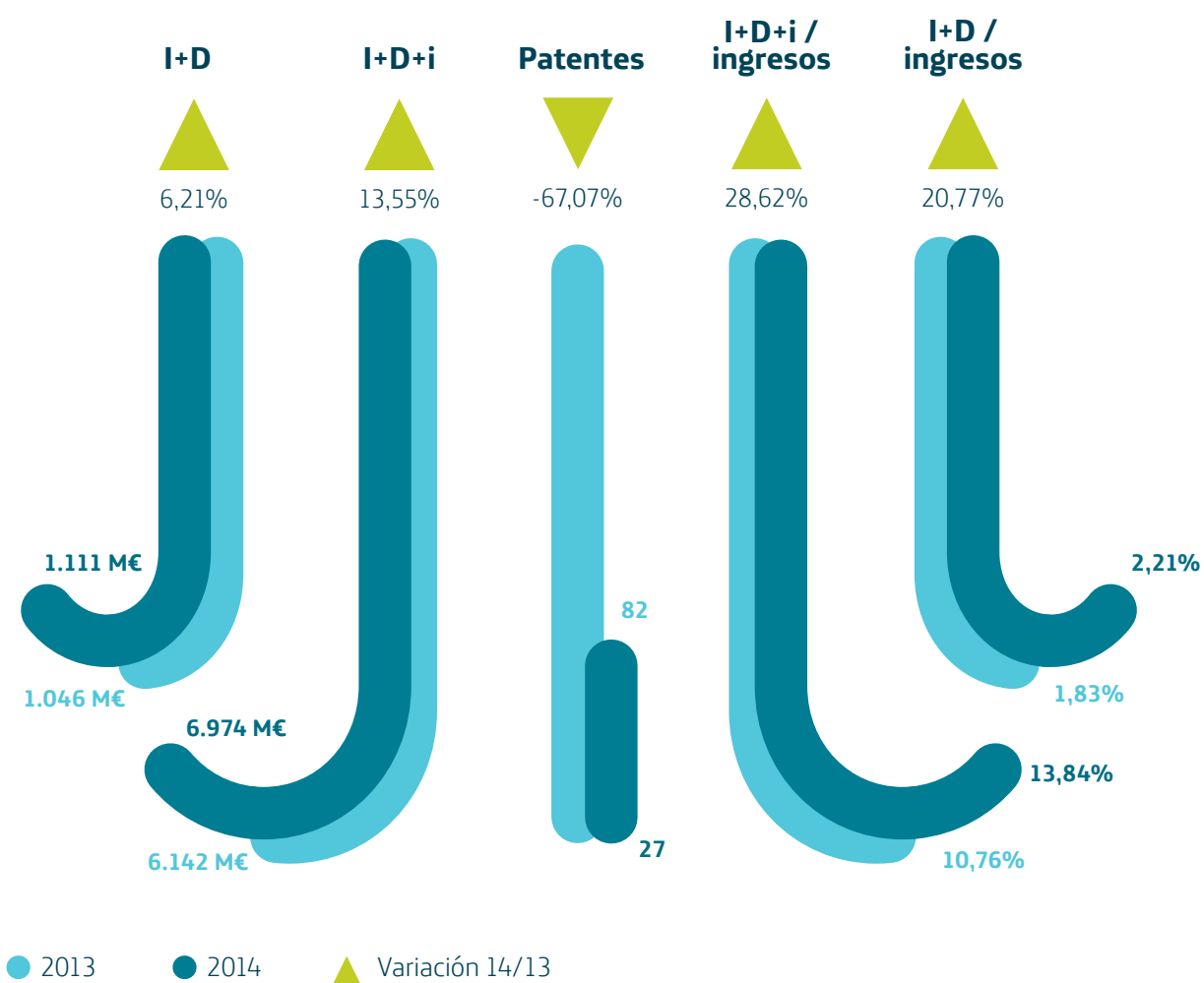
En noviembre de 2014, inauguramos un nuevo centro de esta red en Chile. En este caso ha sido el resultado de una iniciativa público-privada en colaboración con Corfo y la Universidad del Desarrollo. El centro lidera el desarrollo de nuevas tecnologías enfocadas en el mundo digital y el Internet de las Cosas. En principio, aplicables para *smart cities* y *smart industries* (agricultura y minería). Desde este centro se trabajará sobre plataformas abiertas y modelos colaborativos de trabajo e investigación, aprovechando los resultados de los otros centros de I+D de Telefónica en el mundo.

## Telefónica apuesta por la inversión en I+D





Nuestro esfuerzo por la I+D está avalado por las cifras





Telefónica trabaja junto con Sigfox en las redes **5G**

Telefónica I+D colabora con más de **50** universidades



## LOGROS DE 2014

En Telefónica queremos convertirnos en la compañía de telefonía digital líder. Con este objetivo, nuestra actividad innovadora se centra en servicios de comunicación, mejora de nuestra redes, identificación, Media Services, IoT, Big Data y Cloud, entre otros.



### Servicios de Comunicación

**TU Go.** Se continuó en la evolución del servicio **TU Go**, que permite utilizar un número móvil en cualquier dispositivo conectado.

Para ello, se ofreció una app a los clientes que usan dispositivos Windows Phone para hacer el servicio accesible sin necesidad de instalar ningún software adicional.

**Tecnología wearable.** TU Go incorporó la integración con Android Wear que permite recibir e interactuar directamente con relojes inteligentes. También se incorporaron al producto nuevas capacidades como la posibilidad de realizar llamadas usando la conexión de datos 3G y 4G.

■ **Firefox Hello.** Se culminó el desarrollo de la versión 2.0 de este sistema operativo. La integración de las capacidades de comunicación, datos, texto y vídeo sobre WebRTC en Firefox OS lo convierte en el primer sistema operativo. Esto ha posibilitado que Firefox Hello sea posible en cualquier navegador web de escritorio.

■ **Awazza.** Este producto permite a los usuarios acceder a Internet de una manera más rápida desde su móvil y ofrece al cliente el manejo de la seguridad, el control de acceso y el bloqueo de publicidad. Presente en España, México y Reino Unido y con casi 17.000 usuarios registrados en 2014, se ha trabajado en madurar el producto tecnológicamente así como en sus funcionalidades de cara a posibilitar su futuro lanzamiento.



### Mejora de la red

Se ha hecho un esfuerzo en la mejora de la virtualización de las redes, es decir, que un mismo equipo se pueda utilizar para diferentes propósitos en función del software que se instale en el mismo.

**Laboratorio de referencia NFV.** Telefónica se ha convertido en un referente mundial al liderar el laboratorio que implementa la arquitectura de virtualización de red de referencia propuesta en el marco del NFV ISG de ETSI.



#### Innovación en identificación

- Se ha trabajado en el desarrollo tecnológico del servicio Mobile Connect, que permite utilizar el número de teléfono y la SIM como elemento de identificación en cualquier servicio de Internet.
- En el marco de la GSMA se ha trabajado en madurar la tecnología haciendo viable el lanzamiento de los primeros pilotos multioperador del producto en 2015.



#### Vídeo

- Se han comercializado novedades tecnológicas como el servicio de grabación en red o como las retransmisiones multipantalla, que suponen un claro salto tecnológico respecto a las propuestas de los competidores.
- Se ha investigado sobre servicios de vídeo basados en las capacidades de distribución de la red móvil LTE sobre los interfaces MBMS, así como en las capacidades de distribución en vivo mediante tecnologías *multicast*.



#### Internet de las Cosas

Dentro del Internet de las Cosas, Telefónica I+D ha diseñado una solución tecnológica avanzada para la gestión integral de ciudades y municipios, que las transforma en ciudades inteligentes y totalmente conectadas. En España, Valencia es el primer municipio que va a contar con la tecnología de esta plataforma.

- **Smart Cities.** Para construir esta plataforma se han utilizado componentes desarrollados en el proyecto europeo FI-WARE. Este proyecto, cuyo desarrollo tecnológico coordina Telefónica I+D, pone a disposición de desarrolladores y emprendedores módulos tecnológicos para que construyan sus propias aplicaciones y dinamicen el ecosistema. Las especificaciones de la plataforma son públicas y están libres de *royalties*.
- **Thinking Things.** Se ha producido el lanzamiento de un conjunto de dispositivos modulares de bajo coste que integran distintos sensores y que, a través de una conexión a la nube, permiten explotar todas las posibilidades del Internet de las Cosas. Se trata de una solución *plug and play* para que los usuarios puedan emplear Thinking Things sin necesidad de tener conocimiento alguno de programación ni habilitar ninguna infraestructura adicional.
- **#Reto IoT.** Se ha lanzado el reto a través de Telefónica Open Future, con el que se pretende involucrar a la comunidad de desarrolladores.
- **Click&Pizza.** Es un servicio desarrollado por Telefónica I+D en colaboración con Telepizza. Un nuevo concepto de servicio de pedidos de reparto de pizza a domicilio, que se ejecuta con un solo click. Se trata de una de las primeras soluciones basadas en Thinking Things.

Telefónica I+D ha sido reconocida como pionera mundial en aplicar las metodologías 'Lean Startup' en sus procesos de innovación



#### Big Data

Mediante el análisis de grandes paquetes de datos anónimos es posible ofrecer información detallada sobre los usuarios y sus preferencias, lo que abre un abanico de posibilidades para que las empresas turísticas puedan mejorar los servicios que ofrecen y la gestión de sus negocios, entre los que destacan:

- **Smart Tourism.** Se ha desarrollado una metodología nueva para analizar y conocer el sector turístico.
- **Mejora de la experiencia de los clientes en las tiendas.** Se emplean técnicas de *business intelligence* del mundo digital tanto en las *flagships* de Telefónica como en tiendas de terceros, en los que se ha buscado utilizar técnicas analíticas para que tengan un mayor conocimiento del comportamiento de sus clientes, las zonas calientes y sus recorridos.
- **Patrones de conducción.** El análisis de los datos permitirá la evolución del producto Insurance Telematics en 2015 con posibles aplicaciones en los seguros para los usuarios, y tener un mejor conocimiento y gestión sobre la siniestralidad.
- **Data Transparency Lab.** Se trata de un foro de trabajo que busca la colaboración entre tecnólogos, reguladores y defensores de la privacidad para que la industria desarrolle herramientas útiles y una mejor regulación.




Destacan los trabajos científicos desarrollados por Telefónica I+D en esta área.


- Predicción de la propagación de enfermedades basada en los patrones de uso del móvil.
- Aplicación en epidemias como la reciente del ébola.
- Análisis predictivo del crimen en grandes ciudades a partir de datos anonimizados.



#### Innovación en la nube

Telefónica adquirió la empresa **eyeOS** para reforzar su posición en los servicios Cloud. La Compañía desarrolla escritorios virtualizados a los que se accede desde un navegador web y que constituyen una plataforma ideal para entornos como la Administración o la pequeña y mediana industria.








### Patent Awards

En la última edición, junto con el reconocimiento explícito a cada uno de los inventores del Grupo, se han entregado premios a los proyectos más relevantes e innovadores de 2014. Entre los que destacan:

- **TU Go**
- **Awazza**
- **Latch**, un servicio de seguridad para el usuario que le da el control para apagar sus servicios *online* cuando no está conectado a ellos, reduciendo así el tiempo de exposición a ciberataques.
- **Virtualización de red**, que simplifica el equipamiento instalado en casa del cliente reduciendo los costes y las molestias a los usuarios.



### Reconocimientos

Telefónica I+D fue reconocida como pionera mundial en aplicar las metodologías 'Lean Startup' en sus procesos de innovación. Esta metodología, que viene aplicándose desde finales del año 2011, implica un contacto continuo con el cliente desde el minuto cero, lo que permite validar lo antes posible la utilidad de los productos y servicios que se están desarrollando, tal y como se especifica en un informe realizado por [Susana Jurado Apruzzese](#) y [María Olano Mata](#). Globalmente, el uso de estas tecnologías supone ser más eficaces en la innovación y ser capaces de probar nuevas ideas en productos que estén alineados con las necesidades del cliente.

Toda la actividad en I+D+i confluye en un solo objetivo: seguir transformando a Telefónica en una Telco Digital líder. Este gran reto no es posible abordarlo en solitario. Por ello, ser capaces de canalizar las comunidades constituye un factor clave del éxito.

Algunos de los proyectos en marcha son:

- Colaboración con otras operadoras e instituciones europeas para participar en proyectos impulsados por la Unión Europea.
- Colaboración con universidades y centros de investigación españoles y extranjeros. Esto nos ha permitido generar una de las redes de innovación más relevantes del sector TIC mundial. Solo Telefónica I+D colabora con más de 50 universidades.
- Organización de concursos y *hackathons* abiertos en todo el mundo. Entre otros, destacan los relacionados con Firefox OS y FI-WARE.

Además, el laboratorio de Experiencia de Usuario de Telefónica I+D trabaja para conocer y entender al cliente y para definir con él los nuevos servicios y el diseño de los productos.

Hemos detectado retos tecnológicos que han de ser resueltos en los próximos años y que dirigirán las actividades de innovación en el futuro más reciente. Entre ellos caben destacar:

- **Las limitaciones que las redes móviles actuales suponen para el desarrollo del Internet de las Cosas.** Para desarrollar plenamente este concepto deberían crearse nuevas redes que permitieran independizar las comunicaciones de la fuente de alimentación. Para abordar este reto, Telefónica ha entrado en el accionariado de Sigfox, empresa generadora de este tipo de tecnología o los trabajos para la definición de las futuras redes 5G.
- Estas buenas perspectivas llevarán consigo la **necesidad de proyectos a largo plazo** para ser abordados ya que es necesario un esfuerzo continuado para vencer las dificultades tecnológicas que estos plantean. En este sentido, la elección de los socios tecnológicos se adivina como clave; de ello depende el éxito de este tipo de aventuras.

### BIG DATA SOCIAL

Big Data es un término que hace referencia a las cantidades ingentes de datos que se están captando constantemente debido a la digitalización de la ciencia (astronomía, física, medicina...) y las infraestructuras (*smart cities*, transacciones financieras...), así como al uso masivo de los teléfonos móviles y otros dispositivos conectados. A partir de este proceso nace lo que se denomina **Big Data Social**, donde los datos generados se aprovechan para fines sociales, como actuar en caso de catástrofes naturales, combatir la expansión de epidemias, mejorar el control de la criminalidad, aumentar la productividad agrícola u optimizar los diagnósticos médicos, entre otros.

Estos datos agregados permiten establecer patrones de comportamiento (sociales, de movilidad...) y modelos predictivos, gracias a técnicas de inteligencia artificial, descubrimiento de patrones y aprendizaje por ordenador (*machine learning*). El trabajo de los investigadores ofrece información valiosa a las instituciones públicas y privadas para facilitar la toma de decisiones y orientar sus actuaciones.

Nuestros investigadores analizan la gran cantidad de datos anónimos y encriptados que se recopilan a partir de los registros del tráfico en las antenas de telefonía móvil, manteniendo siempre el anonimato y privacidad de esos datos.

Este trabajo se ha desarrollado principalmente en el continente latinoamericano—dada la gran presencia de Telefónica en esta región— para mejorar la toma de decisiones que afectan a las comunidades de bajos ingresos; pero es aplicable a cualquier otra zona del mundo y a cualquier otro tipo de población con diferentes recursos. Y es que solo en Latinoamérica más de 170 millones de clientes utilizan cada día nuestras redes telefónicas. Este tráfico genera grandes cantidades de datos de los que se deducen, por ejemplo, patrones de movilidad de poblaciones enteras, y en Telefónica creemos que esta rica información debe revertir absolutamente en la mejora de la calidad de vida de la población latinoamericana.

# La innovación abierta en Telefónica

**Open Future** es el programa global de emprendimiento e inversión de Telefónica que pretende atraer talento, productos y servicios innovadores a la Compañía para integrarlos en su propuesta de valor a clientes.

Engloba distintas iniciativas de éxito probado, como los fondos de inversión Telefónica Ventures y Amérigo, la aceleradora de *startups* Wayra y las iniciativas Think Big y Talentum (que apoyan al talento más joven).

Open Future ofrece un modelo integral de apoyo al talento único en el mercado que va desde las etapas más tempranas, donde el proyecto es tan solo una idea, hasta las etapas más avanzadas, donde se necesita un socio financiero que apoye el crecimiento y expansión de la *startup*.

Por otro lado, tanto Telefónica como sus socios pueden encontrar en Open Future la ventana a la innovación externa y a productos digitales determinantes para las industrias del futuro.

Los objetivos que persigue Telefónica con este proyecto son varios:

- ⇒ A través de las alianzas con sus socios puede llegar a más gente, hacer que sus iniciativas sean más globales, que generen más impacto y multiplicar la entrada de talento. Con todo ello, las decisiones de inversión serán más acertadas, atrayendo a los mejores proyectos y, de esta manera, pudiendo ofrecer lo mejor del mundo digital a sus clientes.
- ⇒ Por otro lado, Telefónica tiene la firme convicción de que la innovación tecnológica y el impulso del talento son la mejor arma para impulsar el crecimiento económico y el empleo en todos los mercados. De este crecimiento se benefician todos los agentes que operan en ese mercado, entre ellos también Telefónica.

Actualmente, en Telefónica desarrollamos estas actividades en 17 países, con 500 compañías invertidas y un total de inversión comprometida entre Telefónica y sus socios que alcanza los 300 millones de euros.

## Objetivos del programa Open Future



Animar\_

*Think Big, Talentum y Open Future*

Creamos y despertamos ecosistemas de emprendimiento que dinamicen la economía local, atrayendo y apoyando al talento.



Acelerar\_

*Crowdworking y Wayra*

Promovemos el crecimiento de ese talento con herramientas de aceleración de sus negocios. Esto permite identificar productos innovadores que mejoren la propuesta de valor a clientes de Telefónica y sus socios.



Invertir\_

*Amérigo y Telefónica Ventures*

Proporcionamos la inversión necesaria a aquellos proyectos con mayor potencial, para que puedan escalar su negocio y consolidar su internacionalización.

*talentum*



*openfuture.org*



Telefónica  
Ventures



## Proyectos de Innovación Sostenible apoyados por Telefónica

A través de la innovación abierta desarrollada en el programa Open Future, Telefónica apoya diversos proyectos de innovación sostenible en áreas como la discapacidad y dependencia, la educación, la salud, las finanzas y el medio ambiente.



[Plataforma](#) que ayuda a la predicción, detección y diagnóstico de posibles trastornos neurológicos a través de un análisis de algoritmos capaz de crear un mapa 3D del cerebro.



[Mirubee](#) está pensado para que cualquiera pueda conocer y controlar el consumo de los equipos electrónicos que tiene en casa.



[Acámica](#) es una plataforma de educación online, que ofrece una forma dinámica de aprender a través de lo que se denomina microaprendizaje ramificado.



[Akademia](#) es un servicio web que permite gestionar todos los procesos escolares que se pueden dar en un colegio, de manera centralizada y online, facilitando así la comunicación e interacción entre alumnos, padres y profesores.



[Cursa.me](#) es una plataforma que conecta profesores, padres, alumnos y directivos de una misma institución que permite y facilita la mejor interacción y potencia el proceso de enseñanza-aprendizaje y la calidad educativa.



"[School Control](#)" es una plataforma de comunicación escolar donde los profesores, los alumnos y las familias pueden consultar información del colegio y seguir detalladamente el desempeño académico del alumno.



[Educabilia](#) es una plataforma donde los estudiantes pueden encontrar los mejores cursos, clases y talleres, tanto offline como online, que son ofertados en su ciudad.





Qranio es una plataforma online de aprendizaje, con la premisa de desafiar los conocimientos de los usuarios a cambio de diversos premios físicos.



Plataforma para compartir vehículo en una comunidad donde se va generando confianza.



ProRadis desarrolla soluciones de software especializado a medida en la gestión y operación de clínicas de radiología, mejorando así la accesibilidad de estos laboratorios a un público más mayoritario.



TedCas es un sistema que implementa el uso de la tecnología Kinect de Xbox para gestionar las aplicaciones informáticas dentro de un quirófano, a través de interfaces de control gestual y por voz, sin afectar a la integridad de la esterilización del equipo médico.



Ikenga: Esta app ayuda a las personas a definir y alcanzar sus metas financieras, como alcanzar la libertad financiera, ahorrar para montar un negocio, reducir las deudas, etc... de una manera fácil y divertida.



Mercado online de productos de granja locales, que fomenta el consume de cercanía.



TrashOut es un proyecto ambiental que tiene como objetivo localizar vertederos ilegales alrededor del mundo.



Plataforma que comercializa ropa de bebés usada, fomentando la reutilización y economía circular.





Plataforma donde se donan acciones, no dinero, es decir se difunden hábitos positivos por el medio ambiente que cada uno hace para sumar entre todos. Dirigido a empresas y sus empleados, estos pueden compartir lo que están haciendo por el medio ambiente, como usar videoconferencia o ir en bicicleta al trabajo. De esta forma se pueden generar competiciones y además motivar y crear equipo.



Software que convierte las *smart glasses* en una herramienta para que personas con discapacidad visual puedan descubrir lo que tienen a su alrededor.



Herramienta de seguimiento rápida y sencilla que facilita a los enfermos con diabetes la autogestión de la enfermedad y la conexión con el equipo de salud.



Marketplace para personas con discapacidad auditiva, que facilita la conexión en tiempo real con intérpretes y profesionales de lengua de signos a través de *smartphone*.



Aplicación basada en pictogramas que facilita la comunicación a personas que, como consecuencia de cualquier discapacidad, accidente, trastorno o problema neurológico, no pueden comunicarse.



Aplicación que permite a personas con movilidad reducida notificar a los ayuntamientos tramos de las ciudades que no son accesibles.



[Scienceful.com](http://Scienceful.com) es una plataforma de aprendizaje online la cual ofrece a los estudiantes de la ESO y bachillerato diferentes materiales y contenidos que les ayuden a preparar los exámenes.



El proyecto [Future Techies](#) ha sido creado para alcanzar la inclusión digital para todas las personas, explorando tecnologías del siglo XXI al alcance de todos a través de nuevos puntos de vista innovadores.





Sistema que permite a personas con problemas de movilidad y lenguaje controlar el ordenador a través del movimiento de los ojos con total precisión.



Sistema de navegación móvil en interiores para personas con discapacidad visual o cognitiva.



Plataforma web y aplicación móvil para ayudar a los familiares y pacientes con enfermedad renal crónica a convivir mejor con su enfermedad. Conecta a los pacientes con sus proveedores de salud.



Servicio que provee a personas con una enfermedad crónica de las herramientas móviles específicas a su patología en forma de dispositivos médicos biosensores, que les permiten el control y seguimiento activo de su enfermedad.



Solución dirigida a personas con discapacidad auditiva que permite que el lenguaje de signos sea interpretado y reproducido en voz y viceversa.



Aplicación que utiliza las *smart glasses* y dispositivos móviles con el fin de ayudar a personas con discapacidad visual a obtener en tiempo real puntos de interés en su entorno más cercano.



Tecnología capaz de crear hogares inteligentes y robots al servicio de personas dependientes y sus familiares.



Servicio basado en el conocimiento del usuario con discapacidad que ayuda a las empresas a diseñar sus productos de manera que lleguen al mayor número de personas posible.



Aplicación que facilita redes de contactos y servicios útiles a familias con personas afectadas por daño cerebral.

Telefónica  
**OPEN  
FUTURE**



## Innovación *sostenible*

En Telefónica, entendemos la Innovación Sostenible como la creación y apoyo a nuevas ideas innovadoras (productos, servicios y modelos) que cubren necesidades sociales actuales, como el cambio demográfico, la crisis financiera, la degradación medioambiental o la pobreza, a la vez que crean nuevas relaciones o colaboraciones entre los distintos agentes e instituciones.

Para desarrollar el proceso de Innovación Sostenible, en Telefónica contamos con actores como:

- ⇒ **El área de Comercial Digital (CCDO)**, donde se desarrollan todos los procesos de I+D+i del Grupo.
- ⇒ **Telefónica Open Future (TOF)**, la plataforma que integra todas las iniciativas de emprendimiento y financiación del Grupo.

⇒ **Fundación Telefónica**, canalizadora de la acción social y cultural de Telefónica en Europa y Latinoamérica.

El marco regulatorio presente en Europa y Latinoamérica pretende construir una economía digital y que promueva la e-Sociedad, lo que crea un entorno favorable para la Innovación Sostenible. Todas las acciones en esta línea tienen que estar unificadas tanto dentro de la empresa, con acciones coordinadas entre el CCDO, TOF y la Fundación, como a nivel externo, con alianzas sostenibles con actores como la industria, gobiernos y organismos multilaterales.

Ser una Telco Digital implica acercar las ventajas de la tecnología a las personas y conseguir que el acceso a los servicios por parte de todos nuestros clientes constituya una meta permanente.



Telefónica Accesible es nuestra apuesta por desarrollar soluciones que facilitan la vida de las personas, favoreciendo la eliminación de las barreras de diversa índole que les puedan afectar.

Nuestro enfoque de gestión supone incorporar el concepto de 'Diseño para Todos' en los distintos eslabones de la cadena de valor de la Compañía.

El 'Diseño para Todos' persigue conseguir que los entornos, productos, servicios y sistemas puedan ser utilizados por el mayor número de personas posible. Es un modelo basado en la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad.

La innovación y la tecnología están en el centro de la agenda social, ya que las características de nuestro entorno apuntan retos importantes en los que la innovación y el empleo de tecnología juegan un papel clave dando respuesta a cuestiones tan relevantes como el envejecimiento progresivo de la población, la necesidad de desacoplar el crecimiento económico y el nivel de consumo de recursos, la preservación del medio ambiente, el crecimiento del desempleo o el incremento en la desigualdad al acceso de los recursos entre la población.

Conscientes del potencial impacto social de nuestras capacidades para ofrecer soluciones a estos retos de futuro, en Telefónica llevamos años desarrollando una amplia gama de productos y servicios sostenibles e innovadores con el objeto de reducir la brecha digital en las regiones en las que operamos.

En Telefónica llevamos años desarrollando una amplia gama de productos y servicios sostenibles para reducir la brecha digital en las regiones en las que operamos

Para ello nos hemos enfocado en desarrollar productos y servicios y modelos de negocio innovadores y sostenibles en áreas como la discapacidad y dependencia, la educación, la salud, las finanzas, el emprendimiento o poblaciones remotas o empobrecidas.

La innovación tecnológica ante el reto medioambiental despliega su potencial a través de la introducción de la tecnología digital en los sectores económicos generando ahorros energéticos muy relevantes. El carácter transversal y facilitador de la tecnología posibilita y permite la obtención de grandes mejoras de la eficiencia en sectores de actividad, capacitándolos así para un mejor y más eficiente empleo de los recursos y, en consecuencia, para una reducción de las necesidades energéticas y de las emisiones de gases de efecto invernadero. Asimismo, puede inducir cambios sociales que fomenten hábitos y costumbres energéticamente eficientes y medioambientalmente respetuosos.

# Materialidad

El proceso de análisis de materialidad que realizamos anualmente nos permite identificar aquellos asuntos de especial importancia en función del impacto que estos tienen en la estrategia de la Compañía y de su relevancia para nuestros grupos de interés, lo que favorece el establecimiento de prioridades y líneas de actuación.

En Telefónica llevamos a cabo, todos los años, un proceso de análisis de materialidad para identificar aquellos asuntos que merecen recibir una atención especial para la sostenibilidad de la Compañía.

Entre otros aspectos, nos hemos basado en el análisis de materialidad diseñado por el Global e-Sustainability Initiative (GeSI), en noviembre de 2014, específico para toda la cadena de valor del hipersector de las TIC. Como se puede observar en [este enlace](#), el análisis del GeSI preselecciona 55 asuntos potencialmente materiales divididos en ocho categorías: inclusión digital, empleados, cambio climático, cadena de suministro, clientes, privacidad, gobernanza e impacto en las comunidades.

En Telefónica hemos implicado a todos los grupos de interés que se relacionan con la Compañía para que nos ayuden a preseleccionar esos 55 puntos materiales con impactos clave en nuestra actividad. Los *stakeholders* que han colaborado en el proyecto son: Alcatel-Lucent, Amdocs, AT&T, Bell, Bkash, Bolo Phi, Bosch, BSR, BT, Calvert, Deutsche Telekom, Ericsson, ETNO, Everything Everywhere, Forum for the Future, GeSI, Green Electronics Council, Greenpeace, GSMA, HP, Huawei, Institute for Public and Environmental Affairs (IPE), Institute of Contemporary

Observation (ICO), ITU, KPN, Nokia, OTE, SACOM, SAM Robeco, SASB, Seagate Technology, Skyworks Solutions Inc., Solving the e-Waste Problem (StEP), Sony Mobile, Sprint, Swisscom, TDC Group, Telecom Italia, Telefónica, Telenor, TeliaSonera, Telstra, The Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), The Energy and Resources Institute (TERI), The Sustainability Consortium, United Nations University, Verizon, VimpelCom, Vodafone, World Resources Forum y WWF.

Los resultados del análisis externo e interno nos permiten establecer el nivel de importancia total de los aspectos materiales para Telefónica –bajo estas líneas–, así como subagruparlos en función de su ámbito –económicos, ambientales o sociales– y representarlos gráficamente en las matrices que se pueden ver en la página de la derecha.

Todos estos aspectos son materiales dentro de la organización y respecto al alcance de la información fuera de la Compañía puede consultar el capítulo '[Estructura y perímetro de consolidación](#)' del Informe de Sostenibilidad. Para conocer las variaciones en relevancia material según los lugares, puede seleccionar las distintas tablas de materialidad por países en la versión web de este Informe.

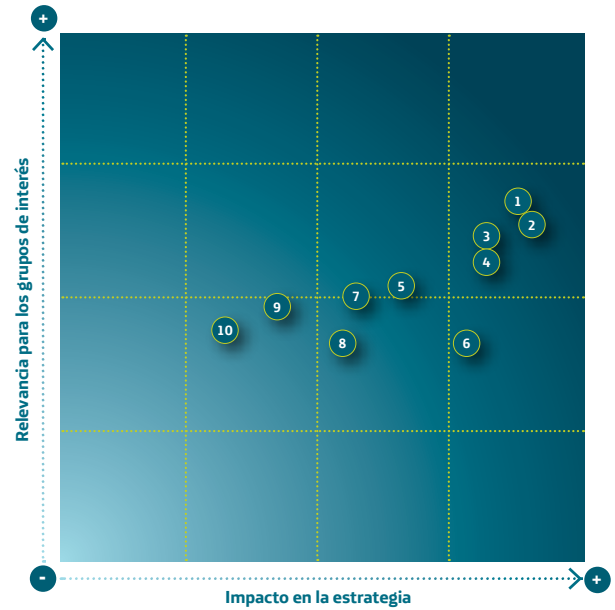
## Principales asuntos materiales para Telefónica

El exhaustivo trabajo de análisis arrojó información clave para una Compañía en la que la interconexión entre factores medioambientales, sociales y económicos es cada vez más intensa, concluyendo que los aspectos más importantes son:



## Matriz de asuntos económicos

1. Calidad del servicio
2. Seguridad en datos
3. Prácticas éticas en los negocios
4. Transparencia
5. Contribuciones fiscales
6. Políticas públicas y relaciones con los organismos públicos
7. Impactos en las comunidades
8. Impactos en los estilos de vida de los clientes
9. Innovación
10. Gobierno corporativo



## Matriz de asuntos sociales

1. Privacidad
2. Ciberseguridad en red
3. Estándares laborales en la cadena de suministro
4. Libertad de expresión
5. Protección de menores
6. Seguridad, salud y bienestar en empleados
7. Accesibilidad
8. Minerales en conflicto
9. Adquisición y desarrollo del talento
10. Diversidad

## Matriz de asuntos ambientales

1. Consumo de energía
2. Servicios Green y Smart
3. Emisiones de carbono
4. Reúso y reciclaje de dispositivos
5. Residuos RAEE
6. Campos electromagnéticos en red
7. Despliegue responsable de red
8. Compartición de infraestructuras
9. Sistemas de gestión ambiental
10. Medio ambiente y cambio climático
11. Campos electromagnéticos en dispositivos
12. Adaptación al cambio climático
13. Agua
14. Gases fluorados
15. Energía renovable
16. Papel



# Posicionamiento público *y transparencia*

Ha llegado la hora de asumir un mundo global, hiperconectado e inteligente, donde la frontera entre la economía real y la digital se difumina a pasos agigantados. En Telefónica trabajamos para construir la sociedad digital entre todos.



Estamos inmersos en un mundo global, hiperconectado e inteligente, en el cual las fronteras geográficas se están difuminando, afectando incluso a nuestra manera de trabajar, a nuestro ocio y hasta a la manera de relacionarnos con las personas, y muy próximamente con los objetos, a través del Internet de las Cosas (IoT). En Telefónica, por un lado, nos estamos transformando en una Telco Digital, liderando este cambio industrial allí donde estamos presentes y, por otro lado, estamos contribuyendo activamente a la construcción sostenible y segura de esta nueva sociedad digital con el fin de ofrecer todas las posibilidades de la tecnología a nuestros clientes y usuarios.

## UN NUEVO ENTORNO DIGITAL

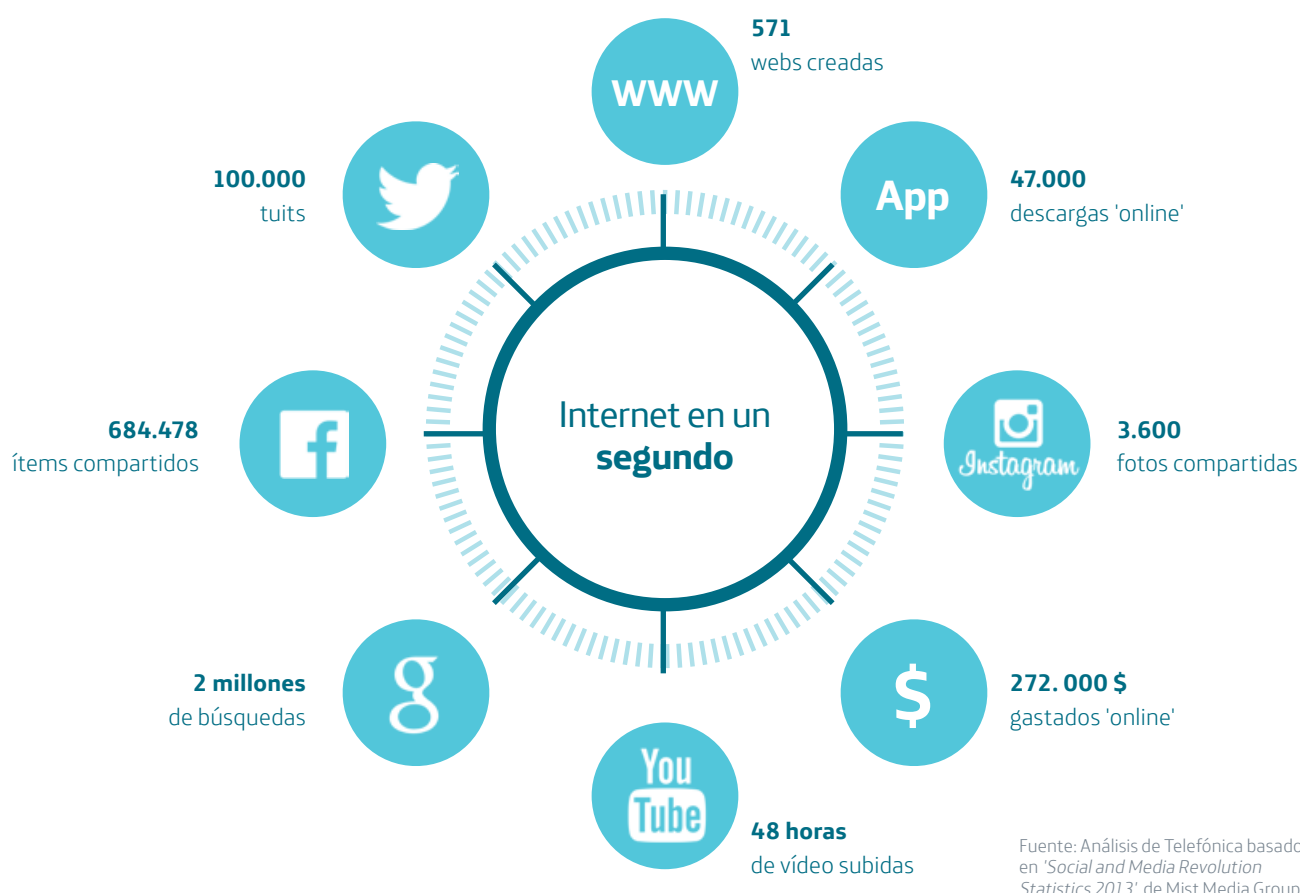
Hoy ya no hay distinción entre economía digital y economía real: toda la economía es digital. Este proceso de **digitalización de la economía** tendrá un impacto muy importante en el crecimiento del PIB y también en el empleo. Ningún país puede permitirse el lujo de perder el tren de esta revolución, porque supondría quedar rezagado económicamente; además de quedar relegado en la batalla de la innovación. De acuerdo con varios estudios internacionales, un incremento de 10 puntos en la digitalización de la economía da lugar a un incremento de un 0,76% en el PIB per cápita<sup>(1)</sup>. Nadie puede ignorar esta tremenda oportunidad y debemos aprovecharla.

En este nuevo entorno, las telecomunicaciones juegan un papel absolutamente esencial en la digitalización de la economía, ya que, sin la conectividad, los servicios ofrecidos y la innovación tecnológica que generan, dicha digitalización sería impensable.

El avance de la conectividad en el ámbito global alcanzará próximamente un hito destacable: el número de conexiones móviles superará por primera vez al número de personas. Sin embargo, la penetración de *smartphones* y de la banda ancha móvil, principales impulsores del crecimiento a futuro, tiene un gran recorrido por delante. De hecho, el Internet de las Cosas tiene un potencial enorme. En el año 2000, había 200 millones de "cosas conectadas", y esta cifra ha aumentado hasta 10.000 millones en la actualidad. Pero se estima que el 99% de los objetos físicos están aún sin conectar y se espera que en 2020 haya más de 50.000 millones de "cosas conectadas".

Esta explosión de la conectividad y el imparable desarrollo de nuevos servicios digitales implican inexorablemente cambios disruptivos en el modelo productivo con el desarrollo del Big Data, el Cloud Computing o incluso las impresoras en 3D, que posibilitan la reinención y transformación en múltiples sectores además de la aparición de nuevos modelos de negocio innovadores. Los servicios financieros, de seguridad, de salud, de

(1). 'Using a Digitization Index to measure the Economic and Social Impact of Digital Agendas' (pág. 23). R. Katz. Columbia Institute of Teleinformation. 21 de marzo de 2013.



En Telefónica queremos poner al alcance de nuestros clientes de una manera abierta y segura todas las posibilidades que la tecnología ofrece

Las tecnologías en desarrollo, la reducción de los ciclos tecnológicos y la velocidad de los cambios que todo ello provoca nos indican que debemos estar preparados para transformaciones aún más profundas y radicales. La Revolución Digital apenas ha comenzado. Estamos viendo solo "la punta del iceberg" de lo que nos espera en un futuro no muy lejano.

#### EL MANIFIESTO DIGITAL DE TELEFÓNICA

En Telefónica, como **Telco Digital**, estamos dispuestos a encabezar e impulsar este proceso de transformación digital, asegurando un entorno seguro y amigable para nuestros clientes. La tecnología pone a nuestro alcance posibilidades inimaginables y puede mejorar nuestra vida de mil formas. Por ello, queremos ser protagonistas en este nuevo ecosistema y poner al alcance de nuestros clientes lo mejor que ofrece la tecnología para que todos puedan disfrutar de este mundo fascinante. Es por ello que creemos que la experiencia en este nuevo mundo digital por parte de todos los ciudadanos, y en especial de nuestros clientes, debe ser mejor. Debe ser más segura y más abierta.

En el año 2013, publicamos, en varios idiomas, nuestro **Manifiesto Digital**, para defender una experiencia abierta y segura para todos en Internet (ver informe anual 2013).

educación, de publicidad, en las administraciones públicas o de contenidos son algunos de los sectores que están incrementando su eficiencia y eficacia, abriendo nuevas oportunidades de negocio en este nuevo mundo digital. En Telefónica, queremos ofrecer todas las posibilidades de la tecnología a nuestros clientes de una manera abierta y segura.

Conceptos como **el Internet Industrial**, que conjuga el sistema industrial global con el poder de la computación avanzada, los sensores de bajo coste y los nuevos niveles de conectividad que hacen posible la banda ancha e Internet también están abriendo camino hacia un nuevo modelo industrial.



Telefónica ha presentado la esencia y las recomendaciones del Manifiesto Digital en diversos foros internacionales clave, tanto a escala global como regional

En este Manifiesto Digital se destacan los retos a los que nos enfrentamos en la actualidad y en el futuro próximo, proponiendo diez recomendaciones esenciales de políticas públicas, a través de las cuales se aseguraría el éxito de la transformación de las telecomunicaciones y de nuestra sociedad en su conjunto, garantizando una experiencia en Internet abierta y segura para todos los usuarios.

Para ello, Telefónica ha presentado la esencia y las recomendaciones del Manifiesto Digital en diversos foros internacionales clave, tanto a escala global como regional y nacional, allí donde está presente. También se han celebrado reuniones específicas con delegaciones y administraciones nacionales, con el fin de compartir con ellas la visión de esta Compañía sobre el nuevo entorno digital y las acciones que deben llevarse a cabo para asegurar un mejor futuro para toda la sociedad. Telefónica quiere aportar lo mejor del entorno digital a sus clientes de una forma abierta y segura para ellos.

Para apoyar estas acciones divulgativas, se han llevado a cabo varias iniciativas en el entorno de la comunicación digital. En marzo de 2014 se ha lanzado una página web dedicada al [Manifiesto Digital](#), en la cual se destacan las iniciativas más relevantes por parte de esta Compañía en torno a los retos identificados para construir una sociedad digital abierta y segura, a través de la presentación de casos prácticos y vídeos de apoyo. Igualmente, se ha elaborado un [vídeo específico](#) con los principales mensajes del Manifiesto en diferentes idiomas.

El posicionamiento público de la Compañía se difunde asimismo a través del blog de [Public Policy](#), en el cual miembros de la Compañía contribuyen activamente a los debates de políticas públicas relativas al nuevo entorno digital –blog apoyado por los canales de redes sociales– y, en especial, a través de la cuenta de Twitter [@tefpublicpolicy](#).

Se está avanzando rápidamente en la construcción del nuevo entorno digital, pero, a día de hoy, son aún numerosos los retos y las acciones necesarias para diseñar un futuro digital de éxito para la sociedad. Dichos retos pueden aunarse en torno a tres ejes: el acceso al entorno digital, la apertura y la confianza digital. Telefónica va a seguir trabajando sobre estos conceptos en los próximos meses, con el fin de contribuir y asegurar la mejor de las experiencias para sus clientes en el nuevo entorno digital.

Hoy, la privacidad y la seguridad de nuestros clientes siguen siendo puntos fundamentales de nuestro posicionamiento público. Telefónica ha escuchado a sus clientes y, respondiendo a sus peticiones, sigue defendiendo una experiencia abierta en Internet, donde la portabilidad de



**En Telefónica apostamos por la neutralidad digital: un 'level playing field' para todas las empresas que participan en el ecosistema digital**



la vida digital de los ciudadanos, la capacidad de poder mover datos, aplicaciones y contenidos entre plataformas, para no limitar la experiencia digital de los ciudadanos, así como la capacidad de asegurar la posibilidad de elección de nuestros clientes se han convertido en ejes de nuestra defensa para asegurar una mejor experiencia en Internet.

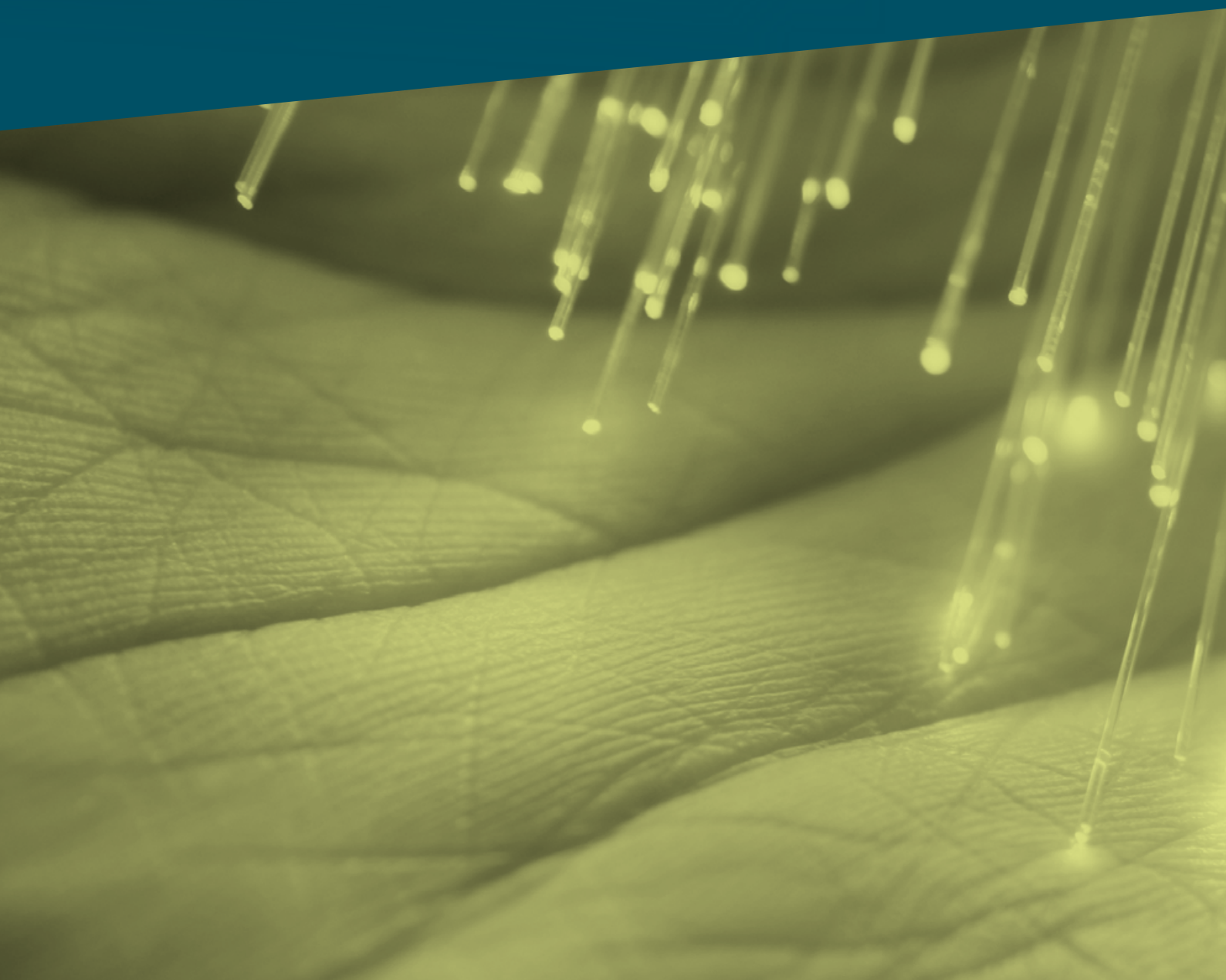
En términos de políticas públicas, estos retos se traducen en la **necesidad de adaptar las reglas al nuevo entorno digital**, con el fin de que el ecosistema digital se construya adecuadamente y de manera sostenible y abierta, respetando la innovación, la rápida evolución de este sector y el carácter transnacional y global de los nuevos negocios en el entorno digital.

Igualmente, Telefónica defiende que el desarrollo equilibrado de esta revolución digital requiere que se apueste por un equilibrio a lo largo de toda la cadena de valor de Internet y un **level playing field** entre todos los agentes que participan en ella. Las desigualdades actuales en la aplicaciones de

normativas sectoriales, sean de privacidad, de seguridad o de protección de los consumidores, van en detrimento de la experiencia de los usuarios y del desarrollo de la innovación así como de la inversión. El concepto de "mismo servicio - mismas reglas" debe extenderse y aplicarse a lo largo de toda la cadena de valor. Telefónica apuesta por la neutralidad digital, un *level playing field* para todas las empresas que participan en el ecosistema digital, que también garantizará una mejor experiencia de Internet para todos los ciudadanos, al abrir las posibilidades de la tecnología a todo el mundo. Asimismo se garantizará la portabilidad de vida digital entre plataformas y la interoperabilidad de las redes y de los ecosistemas.

Telefónica está y seguirá trabajando en esta línea para dar la máxima satisfacción a sus clientes y ofrecerles la mejor experiencia digital, en un nuevo entorno lleno de posibilidades, gracias a la tecnología.

### 3. Creamos valor para nuestros grupos de interés



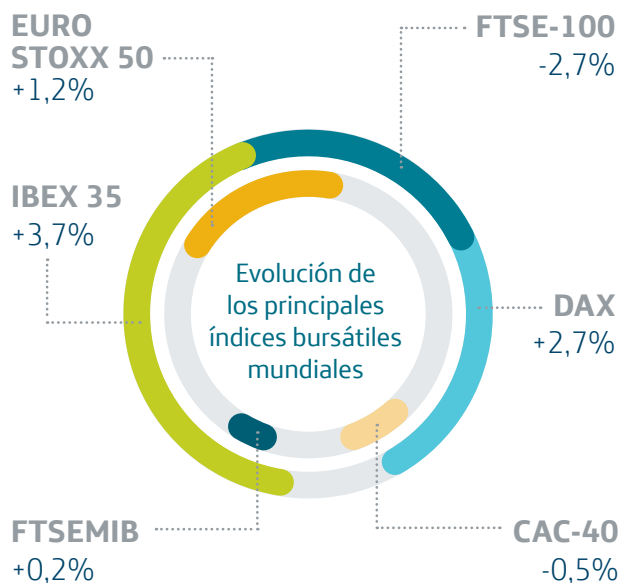


# Para nuestros *accionistas*

La mayoría de las bolsas mundiales han cerrado 2014 con ganancias. Ha sido un año positivo para los principales índices bursátiles, y especialmente para el sector europeo de las telecomunicaciones.

El estímulo de estas subidas ha llegado de la gradual recuperación del ciclo económico en EE.UU. y de las expectativas de los inversores en que los bancos centrales (Reserva Federal de EE.UU. y Banco Central Europeo) iban a mantener o iniciar nuevos planes de estímulo económico. Lo que, en definitiva, significa inyectar dinero nuevo en la economía.

El principal índice del mercado español, el Ibex 35, cerró 2014 con una revalorización del 3,7%, por encima del 2,2% que alcanzó el DAX alemán o de las pérdidas de medio punto que registró el CAC 40 francés. La positiva evolución del mercado continuo español es el reflejo de la mejora de las expectativas macroeconómicas del país y de la recuperación de la confianza de los inversores internacionales. Una prueba de esta confianza ha sido el comportamiento de la prima de riesgo, que cerró en 104,8 puntos básicos y una rentabilidad del 1,5%, frente a los 128,3 puntos básicos y la rentabilidad del 4,1% que había marcado al cierre de 2013.



Acción emitida por la Compañía Telefónica el 17 de enero de 1927.

Telefónica ha terminado el año entre las diez primeras compañías de telecomunicaciones por capitalización bursátil: **55.514** millones de euros a cierre de 2014



**7,0%**  
Retorno total  
al accionista

#### EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES

El sector europeo de telecomunicaciones ha registrado una rentabilidad del 7,5%, lo que le ha permitido batir en 3,1 puntos porcentuales al índice que recoge la evolución de las principales compañías del continente, el DJ Stoxx 600, que cerró con una subida del 4,4%.

El impulso de la inversión en valores bursátiles tecnológicos ha estado apoyado en:

- ⇒ Intensa actividad de operaciones corporativas de consolidación en distintos mercados.
- ⇒ Mejoras fundamentales del negocio, propiciadas por la mejora macroeconómica: los principales efectos positivos derivados de la transformación tecnológica que han permitido monetizar la comercialización de fibra y datos móviles.
- ⇒ Las expectativas de un escenario regulatorio más favorable a las inversiones por parte de la nueva Comisión Europea.
- ⇒ Alta rentabilidad por dividendo.
- ⇒ Valoración atractiva.

En este contexto, la acción de Telefónica registró una revalorización del 0,7%, hasta los 11,92 euros. Esto, unido a la política de distribución de dividendo de la Compañía, ha generado un retorno total al accionista del 7,0%.

Esta evolución se explica por la buena ejecución de la estrategia de transformación aplicada por Telefónica para convertirse en Compañía Telco Digital, la mejora del posicionamiento competitivo gracias a la consolidación realizada en los principales mercados y la mejora progresiva en las tendencias de los resultados que ha compensado el efecto negativo de las divisas, fundamentalmente en Latinoamérica.

Telefónica ha terminado el año entre las diez primeras compañías del sector global de telecomunicaciones por

capitalización bursátil, 55.514 millones de euros, a cierre de 2014. El volumen medio de negociación diaria en el mercado continuo español ha sido de 33,6 millones de acciones.

El resto de compañías del sector europeo ha tenido una evolución dispar. Los movimientos corporativos de fusiones y adquisiciones han beneficiado a algunas de las empresas que iniciaron el año con niveles de valoración inferiores a los estándares del sector.

De acuerdo a la información obtenida de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores (Iberclear), de abril de 2015, el número de accionistas de Telefónica, según registros individualizados a favor tanto de personas físicas como de personas jurídicas, ascendía a 1.339.248.

#### OFICINA DEL ACCIONISTA

Desde la Oficina del Accionista, Telefónica asegura una comunicación transparente y fluida con sus accionistas particulares, facilitando la misma información en tiempo y forma que a los accionistas institucionales. A cierre de 2014, más de 200.000 accionistas se encuentran registrados en el Servicio de Atención al Accionista que reciben la Tarjeta Accionista que les identifica como tales. La Compañía distribuye entre todos ellos la revista trimestral *Acción Telefónica*, una publicación con referencias financieras y reportajes de actualidad, así como información de las campañas exclusivas a las que se puede acceder. A lo largo de 2014 se han enviado cerca de 600.000 ejemplares al domicilio de los accionistas.

La Oficina del Accionista de Telefónica cuenta con un teléfono de información gratuito (900 111 004) desde el que se han atendido durante 2014 un total de 52.958 llamadas, con una media mensual de 4.413. En el periodo coincidente con la Junta General de Accionistas se incrementaron hasta llegar a las 16.632 llamadas mensuales. Además, la Oficina del Accionista ha atendido 2.121 consultas recibidas a través del correo electrónico ([accion.telefonica@telefonica.com](mailto:accion.telefonica@telefonica.com)) y también del correo postal.

# Para nuestros clientes

En Telefónica sabemos que la conectividad está en el centro de la experiencia digital de los consumidores. Por ello, buscamos ofrecer las mejores soluciones digitales para que saquen más provecho de ella.

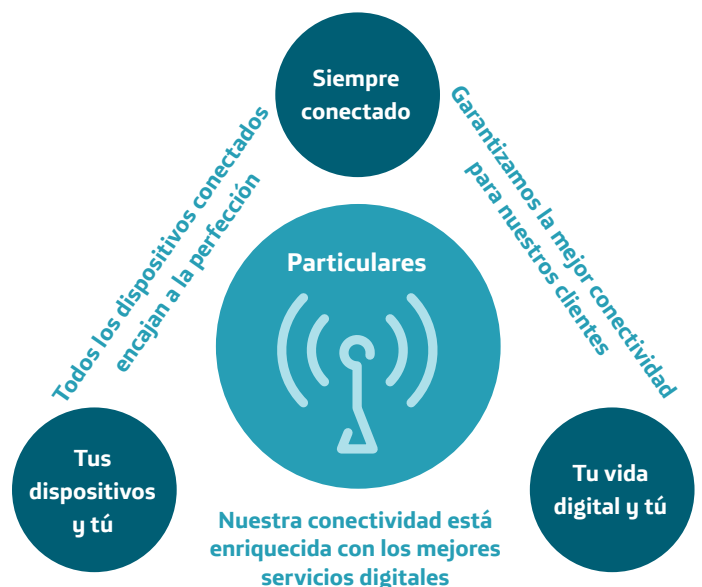


La creciente importancia de la nube como centro operativo y de conexión entre terminales y servicios se ha convertido en una potente oportunidad para nuestra Compañía. Esto nos permite ser los proveedores de una conectividad omnipresente y, al mismo tiempo, ofrecer paquetes de servicios de TIC y vídeo. Nuestros objetivos en este entorno son:

- ⇒ Ser el socio de confianza de nuestros clientes en esta nueva era digital, tanto para los particulares como para las empresas.
- ⇒ Generar crecimiento sostenible de los ingresos de Telefónica a corto, medio y largo plazo. Por ello impulsamos iniciativas en cinco áreas clave para Telefónica:
  - Consumidores residencial: conectividad y nuevos servicios digitales.
  - Servicios de vídeo.
  - Servicios de comunicación y nuevos servicios digitales para empresas: corporaciones, pymes, multinacionales y administraciones públicas.
  - Nuevos Servicios de Comunicación & Innovación. Nuestra apuesta por la innovación busca que nuestra Compañía y nuestros clientes estén a la vanguardia de la próxima generación de servicios de comunicación y servicios digitales.

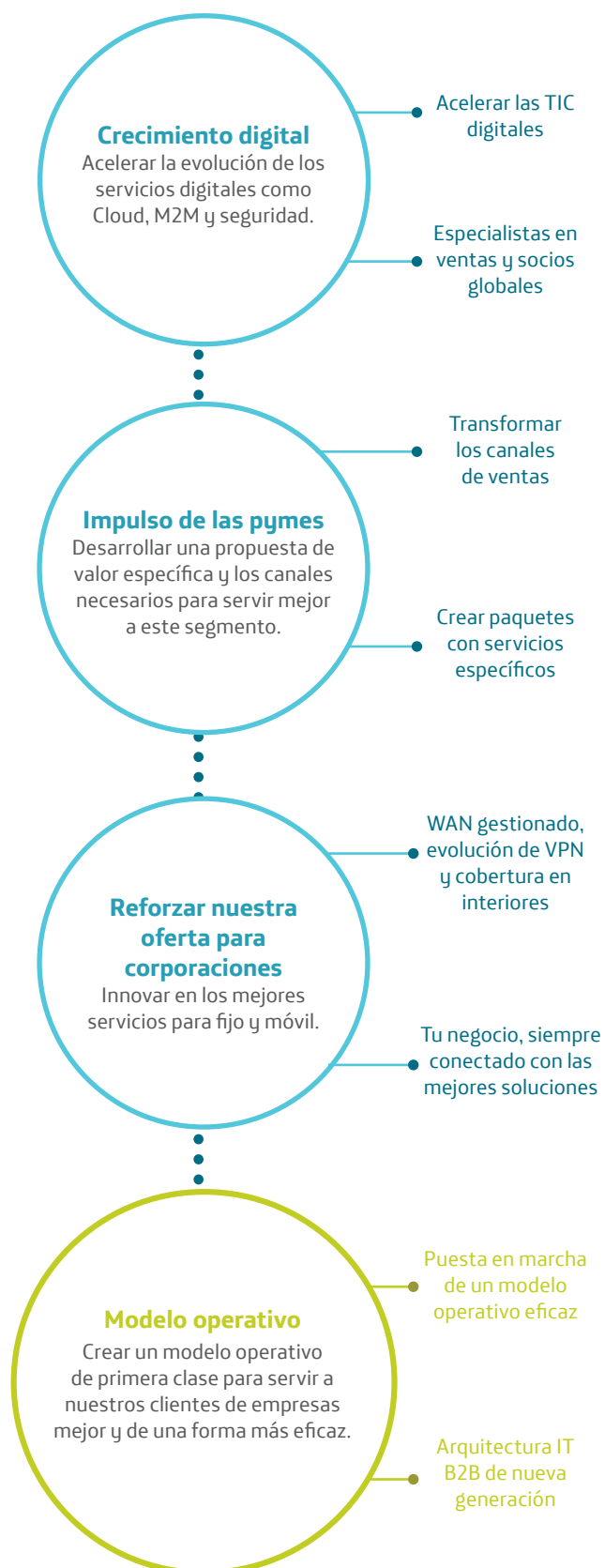
## Consumidores residencial

Nuestro 'approach'



- Buscamos conocer mejor a nuestros clientes para poder ofrecerles una oferta cada vez más personalizada y diferenciada.

## Prioridades de la empresa global



### PARQUE DE CLIENTES

En 2014, el número total de accesos ha crecido un 6%, hasta los 341 millones. Este incremento ha sido posible tras la incorporación de la Compañía E-Plus en Telefónica Deutschland, así como por el sólido crecimiento que Telefónica ha conseguido en Hispanoamérica, Brasil y Reino Unido.

Excluyendo de la base de 2014 los accesos de E-Plus, los de Telefónica República Checa y los de Telefónica Irlanda de la base de 2013, el crecimiento orgánico se situaría en el 2%.



El esfuerzo comercial de Telefónica enfocado en clientes de alto valor está dando sus frutos. Esto se refleja especialmente en la actividad registrada en el último trimestre de 2014, en el que hemos registrado un crecimiento sostenido de contratos de *smartphones* ligados a los servicios de televisión, además de un incremento en la contratación de fibra y televisión de pago.

El *churn* (la tasa total de clientes con contrato que se han dado de baja) se sitúa en el 2,9%, prácticamente estable en su comparativa interanual, ya que apenas supone un incremento de 0,1 p.p.

Por líneas de negocio:

#### ■ Móviles

**274,5 millones.**

8% más que en 2013.

*Smartphones*: 90,4 millones.

39% más que en 2013.

Penetración del 35% (8 p.p. más que el último año).

#### ■ Banda Ancha Minorista

**17,7 millones de accesos.**

1% crecimiento orgánico interanual.

138.000 nuevos accesos netos en 2014.

#### ■ Fibra

**1,8 millones de accesos.**

2,1 veces más que en 2013.

#### ■ Televisión de pago

**5,1 millones de accesos.**

48% más que en 2013.

1,6 millones (ganancia neta anual) de accesos.

6 veces más nuevos accesos netos que en 2013.

## HITOS DE 2014



Consumidor



### Siempre conectado

- Lanzamiento de tarifas e iniciativas para aumentar la penetración de datos en prepago.
- Lanzamiento de servicios para la compra de datos adicionales después de la franquicia.



### Tu vida digital y tú

- Acuerdos globales con compañías de la industria tecnológica y banca (Napster, McAfee, Evernote). Lanzamiento de Yaap Shopping y Yaap Money.



Vídeo

- Lanzamiento de nuevos contenidos en España (Movistar Series, Energía...)
- Plan de alta definición para Latinoamérica
- Lanzamiento de Telefónica Studios, con productos como 'Torrente V', 'Relatos salvajes'...



Ganancia neta de TV en 2014:  
**1,6 millones**



Empresa Global



### Servicios digitales

- Nuevos servicios de seguridad y despliegue de nuevos SOC's en Latinoamérica.
- Lanzamiento de Data Center Virtuales en Latinoamérica y Data Center Brasil disponible para los clientes.
- Despliegue de la plataforma Smart M2M y desarrollo de soluciones verticales para la gestión de flotas, eficiencia energética y ciudades inteligentes, entre otras.



### Impulso a las pymes

- Lanzamiento de una oferta integrada de conectividad y servicios TIC en España, Alemania y Reino Unido.



Servicios de Comunicaciones e Innovación en Productos

Nueva generación de servicios de comunicación:

- TU Go: teléfono vía WIFI desde el propio número de teléfono y desde todos los dispositivos en Argentina.
- Lanzamiento del nuevo producto Firefox Hello.



Inteligencia de Negocios y Big Data

- Implantación de plataformas BI a nivel global.
- Aceleración de Smart Steps en Reino Unido, España y Brasil.
- Nuevo producto de monetización externa en Reino Unido.

## ★ RETOS PARA 2015



Consumidor



### Siempre conectado

- Aumentar la penetración de datos en prepago especialmente en Latinoamérica.
- Reforzar los servicios para la compra de datos adicionales después de la franquicia.
- Ofrecer opciones para los clientes de conectar múltiples dispositivos.




### Tus dispositivos y tú

- Incrementar *smartphones* y 4G.
- Incluir *tablets* en nuestra oferta.




### Tu vida digital y tú

- Cerrar nuevos acuerdos estratégicos para ofrecer servicios digitales adicionales.




Vídeo

- Incrementar la cartera de clientes de alto valor
- Masificar los multidispositivos
- Aumentar la oferta de contenidos diferenciales en España




Empresa Global




### Servicios digitales

- Ejecutar Plan Global Cloud para empresas.
- Acelerar las soluciones verticales de M2M.
- Reforzar el portfolio de productos y servicios de seguridad.



### Impulso a las pymes

- Lanzar oferta integrada de conectividad y servicios TICs en Latinoamérica.
- Reforzar los canales de venta en todo nuestro *footprint*.



Servicios de Comunicaciones e Innovación en Productos

- Hacer crecer la base de usuarios de TU Go y lanzar en el resto de Latinoamérica.
- Hacer crecer los usuarios de Firefox Hello.



Inteligencia de Negocios y Big Data

- Mejorar los proyectos de BI e implementar proyectos de Advanced Analytics.
- Expandir Smart Steps.
- Lanzar plan de talento para contratar nuevas capacidades.

# Para nuestros *empleados*

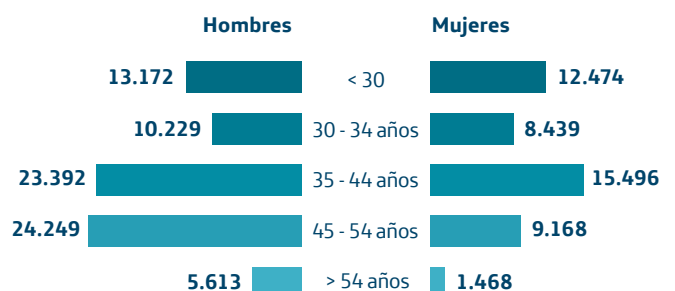
La maximización de resultados en la transformación digital pasa por contar con el mejor equipo de profesionales. Para ello, es imprescindible una buena gestión que consiga una profunda implicación de los equipos y la comprensión de que cada rol es relevante en la consecución de objetivos.

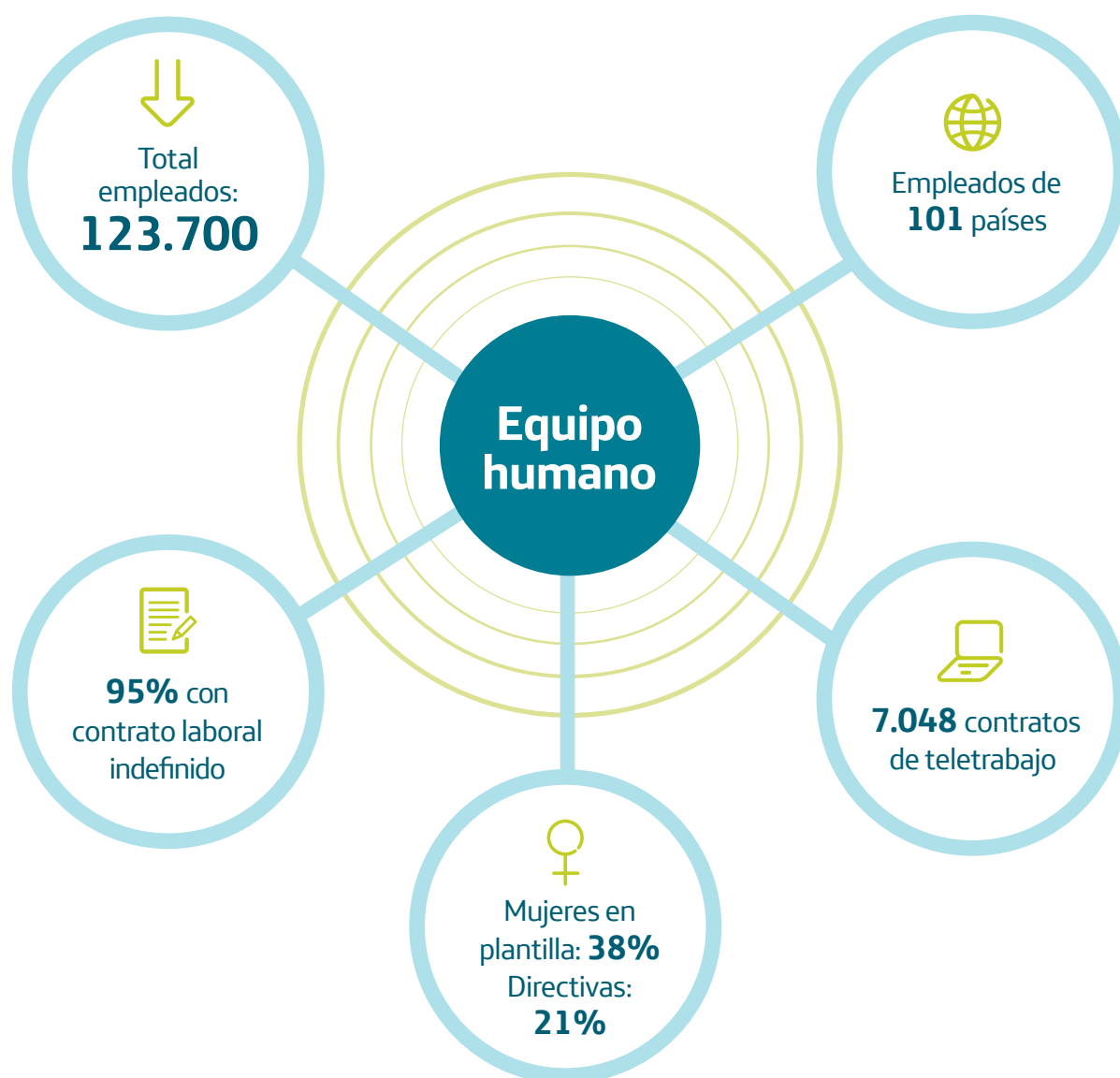


En Telefónica tenemos claro que la clave de nuestra transformación y liderazgo pasa por tener el mejor equipo de profesionales. Además de incorporar los mejores perfiles, hemos desarrollado una forma de gestión que permita maximizar sus competencias y nuestros resultados. Eso se consigue implicando al equipo en la transformación digital de la Compañía, compartiendo principios sobre cómo hacer las cosas y entendiendo que cada uno desempeña un rol relevante para conseguir el objetivo de toda la organización: conseguir el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

## Edad de la plantilla

Número de empleados





Con este fin, la gestión de personas en Telefónica se asienta en cuatro pilares fundamentales que apoyan el programa de transformación estratégico **Be More**:

### 1. DISPONER DEL MEJOR EQUIPO HUMANO

A finales de 2014, el Grupo Telefónica contaba con 123.700 empleados y una media de edad de 39 años, de los que menos del 1% eran directivos. La plantilla ha disminuido (incluyendo E-Plus) un 2,4% con respecto al año anterior debido al impulso de la simplificación y de la eficiencia en la organización. El objetivo es mantener así la capacidad de innovación de Telefónica dado el entorno de dificultades que atraviesa el sector.

En el equipo de trabajadores del Grupo Telefónica, contamos con 101 nacionalidades. Latinoamérica sigue representando el mayor porcentaje de la plantilla.

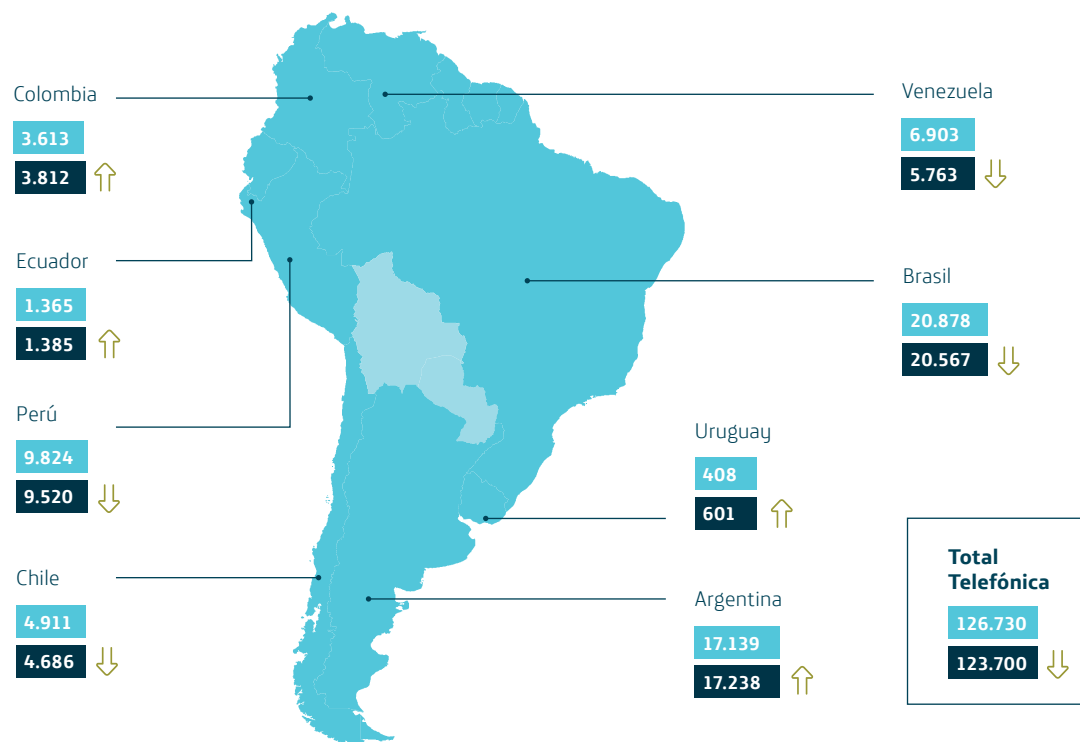
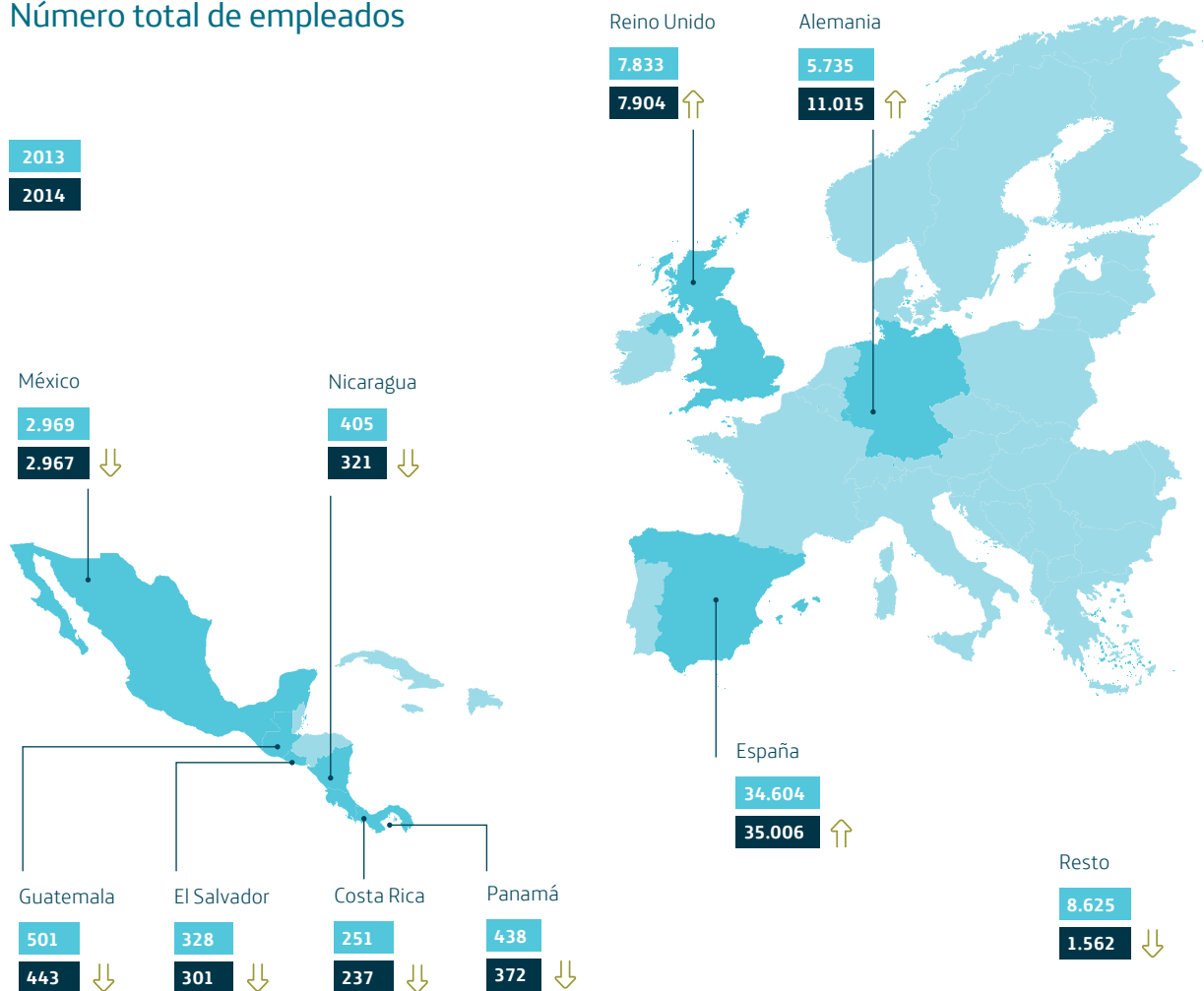
El país con más empleados es España, con 35.006, seguido de Brasil, con 20.567, Argentina, con 17.238, y Alemania, con 11.015 (incluye E-Plus).

El 95% del personal tiene contratos laborales indefinidos, lo que demuestra nuestra apuesta por las políticas de trabajo sostenibles.

La presencia de mujeres en plantilla se sitúa en un 38%. Por su parte, el número de directivas se mantiene en 2014 en el 21% del total, cifra que, en los últimos cuatro años, se ha visto incrementada en más de 1,5 puntos porcentuales.

En línea con nuestro compromiso con la conciliación de nuestros trabajadores, estamos fomentando la formalización de contratos de teletrabajo, que ascienden ya a 7.048 en 2014.

## Número total de empleados



## 2. DISEÑAR UNA ORGANIZACIÓN MÁS SIMPLE

En Telefónica hemos unificado todos los centros corporativos existentes en la Compañía. La nueva estructura y modelo de gobierno puesto en marcha facilitó la reducción del tiempo que lleva la toma de decisiones en los proyectos e iniciativas globales, así como el acercamiento de las distintas operaciones locales a los centros de decisión de la Compañía.

## 3. BE MORE: CULTURA DE COMPAÑÍA ADECUADA

En 2014 hemos seguido centrando nuestro esfuerzo en transmitir a toda la organización la necesidad de transformación y asegurar así el compromiso y alineamiento de los empleados hacia el programa global de transformación Be More. Gracias a ello, más del 78% de nuestros empleados conoce el programa de transformación y cree que el mismo está impulsando la transformación de la Compañía. Por su parte, el nivel de compromiso se incrementó un año más alcanzando el 79% (+1 p.p.).

## 4. PROMOCIÓN DEL TALENTO

En Telefónica seguimos impulsando la transformación de la Compañía con el objetivo de avanzar en el reto de consolidarnos como una Telco Digital y por ello estamos poniendo el foco en atraer y desarrollar los líderes y perfiles necesarios y mantener altos niveles de compromiso y energía en todo el equipo, así como en asentar la globalización de la gestión de la Compañía a través de tres *hubs* mundiales de coordinación: Madrid, Londres y São Paulo.



## BEST PRACTICE RECONOCIMIENTO EXTERNO

- En 2014 Telefónica ha vuelto a ocupar puestos destacados en las listas de mejores lugares para trabajar, que elabora el instituto Great Place to Work® (GPTW), referente internacional con más de 25 años de experiencia en el análisis y evaluación de entornos laborales. Para realizar sus *rankings*, el instituto realiza encuestas de clima laboral entre empleados y analiza las prácticas y políticas de gestión de personas de las compañías.
- Estar por cuarto año consecutivo entre las 20 mejores empresas multinacionales del mundo para trabajar (puesto 14) es, sin lugar a duda, un privilegio, pero también supone un reto para Telefónica: demostrar día a día que somos merecedores de este galardón.



- Adicionalmente, Telefónica figura dentro de las primeras 15 compañías a nivel global en el *ranking* 'Best Companies for Leadership' de la revista *Fortune*. Este año han participado en este estudio 2.100 organizaciones en 115 países.

## Tiempo de formación de los empleados

Datos para 2014	Total	España	Reino Unido	Alemania	Brasil	Latam
Número de horas de formación	3.519.877	2.255.150	89.631	180.707	209.879	727.573

# Para la sociedad: *el planeta y la comunidad*

En Telefónica entendemos la sostenibilidad corporativa como un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social.

La estrategia de sostenibilidad en Telefónica está inmersa en todo el modelo de negocio, ya que es una fuente de competitividad y progreso al tener la capacidad de crear valor en todos los capitales no financieros de la Compañía: en los mercados porque reduce la prima de riesgo; de cara a los clientes porque aumenta el valor de marca y la diferenciación; ayuda a fidelizar a los empleados porque garantiza un proyecto estable de compañía; y de cara a la sociedad, afianza la legitimidad para operar y permite el desarrollo sostenible de las comunidades donde operamos, que es donde obtenemos nuestros recursos y se generan nuestros ingresos.

## GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN TELEFÓNICA

Nuestra visión es que la tecnología debe estar al alcance de todos, para que podamos hacer más, vivir mejor y ser más. Esto significa que la Compañía está decidida a contribuir a que el uso de la tecnología y la innovación tecnológica impacten positivamente en el desarrollo de la sociedad, el bienestar, la comunicación, la accesibilidad y la protección del medio ambiente.

Nuestros clientes quieren productos más sencillos, de calidad, que les simplifiquen la vida; y valoran sobre todo que seamos transparentes e íntegros en nuestro trato con ellos. Valoran además la innovación y la seguridad que ofrecemos en los servicios que prestamos y cómo recogemos y tratamos sus datos personales. Nuestros inversores nos exigen que llevemos a cabo una estrategia de sostenibilidad que garantice nuestra rentabilidad a largo plazo. Y, finalmente, las sociedades en las que operamos nos piden, no solo que actuemos como una empresa responsable, sino también que contribuyamos al desarrollo social y económico de las comunidades de las que formamos parte.

Para poder dar respuesta a las expectativas en materia de RSC de nuestros principales *stakeholders*, los objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental van incorporándose a los objetivos y procesos de negocio de la Compañía de manera continuada.

## LÍNEAS DE AVANCE EN 2014

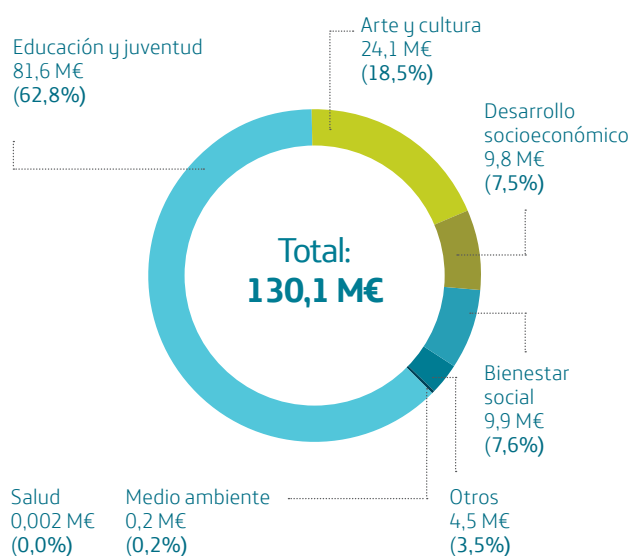
### Impacto económico

Hemos desarrollado unos Principios de Actuación en materia de cumplimiento tributario en base a los cuales nos comprometemos a actuar con la mayor transparencia en la gestión de los asuntos fiscales. Estos principios son públicos y pueden consultarse en nuestra web.

En relación con el código ético, en 2014 hemos desarrollado un curso *online* obligatorio para todos los empleados y que en solo siete meses había alcanzado al 42,5% de la plantilla. En relación con nuestra cadena de suministro, Telefónica mantiene el firme compromiso de apoyar a los proveedores locales, lo que ha supuesto que, en 2014, el 85% del volumen de compra se adjudicara a proveedores locales. En los próximos años tenemos el compromiso de extender la implantación del proceso de evaluación de EcoVadis, en la cadena de suministro, entre nuestras filiales de Latinoamérica.

Finalmente, en materia de privacidad, la Política de Privacidad de Telefónica aprobada por el Consejo de Administración ha establecido las bases de actuación que deben seguir las empresas del grupo en la protección de la privacidad de todas aquellas personas que nos confían su información a través del uso de nuestros productos y servicios. Telefónica, como parte de su política de privacidad y libertad de expresión, está desarrollando en 2015 los mecanismos de comunicación con sus *stakeholders*.

## Contribución a acciones sociales en 2014



### Impacto social

En 2014 ha destacado la consecución de la certificación de seguridad y salud laboral según el estándar OHSAS 18001 para el total de las 36 empresas del Grupo Telefónica. Nuestra apuesta por el empleo joven se ha manifestado en la contratación de 9.047 jóvenes menores de 30 años en el conjunto del grupo, un 3,5% más que en 2013.

En relación con el buen uso de Internet por parte de los menores en 2014, hemos lanzado en Movistar el portal interactivo Familia Digital, que recoge buenas prácticas y permite intercambiar experiencias a los padres y profesores. En 2015, nos hemos propuesto el reto de convertir el portal Familia Digital en el portal de referencia en el mercado hispanohablante.

Por último, destacamos los proyectos de innovación sostenible desarrollados por el Grupo, como el Reto Ability, desarrollado por Telefónica Open Future para buscar proyectos de innovación para la accesibilidad.

### Impacto ambiental

El año pasado nos mantuvimos entre el Top 5 de empresas líderes del sector con una puntuación de 98A en el Carbon Disclosure Project.

Hemos desarrollado el Plan de Eficiencia Global para reducir nuestro gasto en energía en 50 millones de euros en 2017. Estos 50 millones suponen reducir 350 GWh nuestro consumo energético y evitar la emisión de 100.000 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Telefónica contribuye a la economía circular con el reciclaje y reutilización del 99% de los residuos de su red y clientes.

Toda la información sobre los avances en materia de Sostenibilidad durante 2014 puede encontrarse en el [Informe de Sostenibilidad](#) que complementa este Informe.



### Evaluaciones externas



Miembro del  
Europe Index



FTSE4Good  
Miembro



98 puntos Top 5



8º de 124



Leader Award  
Global 800



Miembro del RobecoSam  
Sustainability Yearbook



Rating Prime



Euronext 120

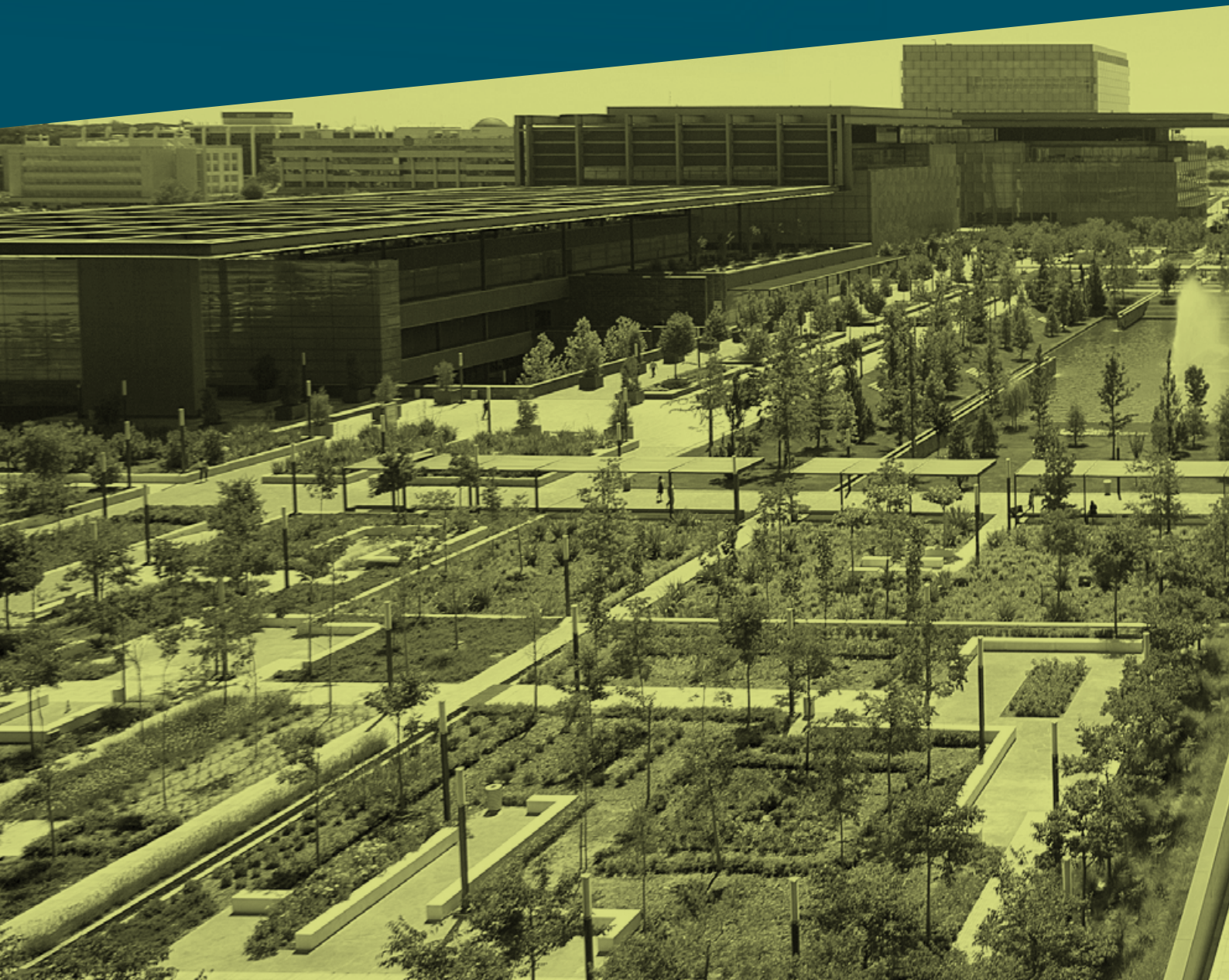


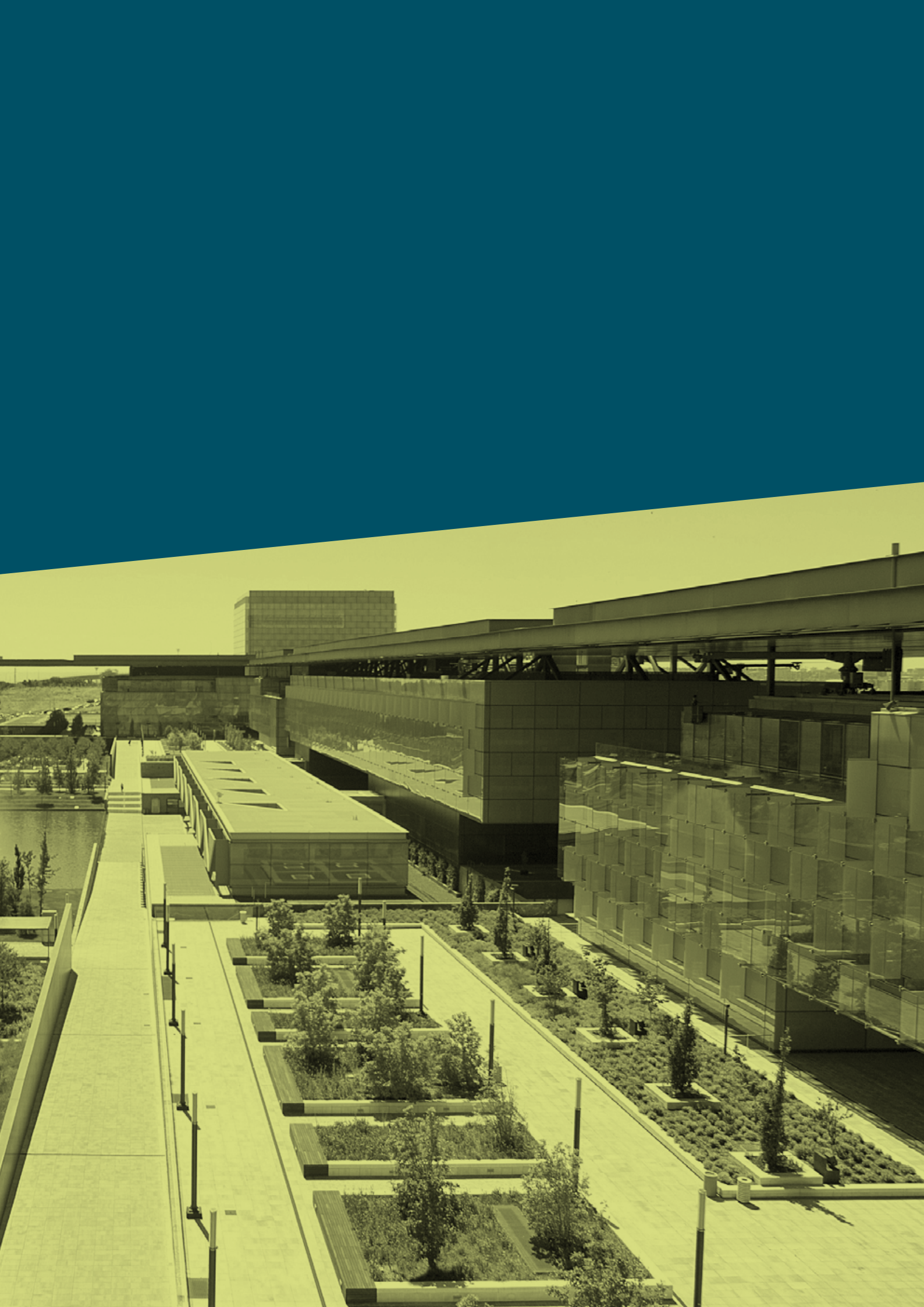
Excellence  
Register



Rating A (upgrade)

## 4. El Gobierno de Telefónica





# Equipo *directivo*

Telefónica está liderada por un conjunto de profesionales comprometidos con un nuevo modelo operativo. El objetivo: seguir siendo una Telco Digital de referencia líder en eficiencia.

Comunicación y  
Marketing Institucional  
**Marisa Navas**



Estrategia  
**Santiago Fernández  
Valbuena**



Finanzas y  
Desarrollo Corporativo  
**Ángel Vilá**



Presidente  
Ejecutivo  
**César Alierta**



Consejero Delegado  
**José María  
Álvarez-Pallete**



Chief of Staff  
**María García-Legaz**



Secretario General  
y del Consejo  
**Ramiro Sánchez  
de Lerín**



Asuntos Públicos  
y Regulación  
**Carlos López Blanco**

Telefónica ha puesto en marcha una nueva organización orientada al cliente. El esquema da más visibilidad a las operadoras locales, acercándolas al centro de decisión corporativo. También simplifica el organigrama global y

refuerza las áreas transversales para mejorar la flexibilidad y la agilidad en la toma de decisiones. La organización gira en torno a un equipo directivo que tiene como principal visión definir la estrategia y monitorizar la evolución de los negocios.

Control  
y Planificación  
**Laura Abasolo**



Chief Global  
Resources Officer  
**Guillermo Ansaldo**



Telefónica Reino Unido  
**Ronan Dunne**



Telefónica España  
**Luis Miguel Gilpérez**



Telefónica Deutschland  
**Thorsten Dirks**



Telefónica Hispanoamérica\*  
**Eduardo Caride**



Telefónica Brasil  
**Amos Genish**



Chief Commercial  
Digital Officer  
**Eduardo Navarro**

\* Todos los países de Latinoamérica en los que Telefónica está presente, excepto Brasil.



# Composición del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Telefónica responde a las necesidades de una Compañía internacional que opera de forma global para transformar en realidad las posibilidades que nos ofrece el nuevo mundo digital.

Con el apoyo de sus Comisiones, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. desempeña su actividad conforme a unas normas de Gobierno Corporativo recogidas, principalmente, en los Estatutos Sociales, en el Reglamento de la Junta General de Accionistas y en el Reglamento del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración es el órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, con competencia exclusiva, entre otras decisiones, sobre las políticas y estrategias generales de la Sociedad, lo que incluye las relacionadas con Gobierno Corporativo, Responsabilidad Corporativa, retribuciones de los Consejeros y Altos Directivos, y remuneración al accionista; así como las inversiones estratégicas.

Como refuerzo al Gobierno Corporativo de la Compañía, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. dispone de ocho Comisiones, a las que encomienda el examen y seguimiento de áreas de especial relevancia.

Asimismo, conforme a su Reglamento, el Consejo de Administración encomienda la gestión ordinaria de los negocios a los órganos ejecutivos y al equipo de dirección de Telefónica, S.A.

Existe [información más detallada](#) sobre esta materia recogida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo y en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros, disponibles en la web corporativa.

## Composición del Consejo de Administración y sus Comisiones

	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno	Asuntos Institucionales	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Innovación	Estrategia
D. César Alierta Izuel (Presidente)	●							
D. Isidro Fainé Casas (Vicepresidente)	●							
D. José María Abril Pérez (Vicepresidente)	●						●	
D. Julio Linares López (Vicepresidente)				●			●	●
D. José María Álvarez-Pallete López (Consejero Delegado)	●							
D.ª Eva Castillo Sanz					●	●		●
D. Carlos Colomer Casellas	●	●	●			●	●	
D. José Fernando de Almansa Moreno-Barreda				●	●			●
D. Francisco Javier de Paz Mancho	●			●	●	●		
D. Peter Erskine	●		●				●	●
D. Santiago Fernández Valbuena								
D. Alfonso Ferrari Herrero	●	●	●	●	●	●		●
D. Luiz Fernando Furlán								
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	●	●	●	●	●	●		●
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera			●					
D. Antonio Massanell Lavilla		●		●		●	●	
D. Ignacio Moreno Martínez		●			●	●		
D. Chang Xiaobing								
D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies (Secretario no Consejero)								
D.ª María Luz Medrano Aranguren (Vicesecretaria no Consejera)								

## Miembros del Consejo

### D. César Alierta Izuel

#### Presidente Ejecutivo

Licenciado en Derecho por la Universidad de Zaragoza y Máster en Administración de Empresas por la Universidad de Columbia, Nueva York. Consejero de China Unicom (Hong Kong) Limited y de International Consolidated Airlines Group (IAG). Patrono de la Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona ("la Caixa").

Miembro del Columbia Business School Board of Overseers, Presidente del Consejo Social de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), y del Consejo Empresarial para la Competitividad.

Entre otros cargos desempeñados, fue Presidente Fundador de la Sociedad Beta Capital, Presidente del Instituto Español de Analistas Financieros, y Presidente de Tabacalera, S.A.

### D. Isidro Fainé Casas

#### Vicepresidente

Doctor en Ciencias Económicas. Diplomado en Alta Dirección por IESE. ISMP en Business Administration por la Universidad de Harvard. Analista Financiero y Académico Numerario de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras.

Es Presidente del Patronato de la Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona ("la Caixa"), de Caixabank, S.A., de Criteria Caixaholding, S.A., y de la Confederación Española de Cajas de Ahorros; Vicepresidente 1º de Repsol, S.A., de European Savings Banks Group (ESBG), y del World Savings Banks Institute (WSBI). Asimismo, es Consejero de Banco Português de Investimento, S.A. (BPI), Consejero no ejecutivo de "The Bank of East Asia", de Suez Environment Company, y de Gas Natural SDG, S.A.

### D. José María Abril Pérez

#### Vicepresidente

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Comercial de Deusto y Profesor, durante nueve años, en dicha Universidad.

Entre otros cargos, ha sido Director General de Banca Mayorista y de Inversiones del BBVA, S.A. y miembro de su Comité Directivo. Asimismo, ha sido Director Financiero de SAAL y de Sancel-Scott Ibérica, Coordinador Ejecutivo de Banco Español de Crédito, S.A., Director General del Grupo Industrial de BBV, miembro de los Consejos de Repsol, Iberia y Corporación IBV, así como Vicepresidente de Bolsas y Mercados Españoles (BME).

### D. Julio Linares López

#### Vicepresidente

Ingeniero de Telecomunicaciones, ingresó en el Grupo Telefónica en mayo de 1970 en el Centro de Investigación y Desarrollo, habiendo desempeñado desde entonces diversas responsabilidades en Telefónica, entre ellas, la de Consejero Delegado de Telefónica Multimedia, Presidente Ejecutivo de Telefónica España, Presidente del Supervisory Board de Cesky Telecom, Director General de Coordinación, Desarrollo del Negocio y Sinergias, y Consejero Delegado de Telefónica, S.A.

Es miembro del Consejo y del Comité Ejecutivo de la GSM Association. Asimismo, es Patrono de la Fundación Mobile World Capital Barcelona, de la Fundación Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE) y de la Fundación Telefónica. Igualmente, es miembro del Consejo Rector de la Asociación para el Progreso de la Dirección y del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid.

### D. José María Álvarez-Pallete López

#### Consejero Delegado

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. Estudios de Ciencias Económicas en la Université Libre de Bruselas, en Bélgica. International Management Program (IMP) del Instituto Panamericano de Desarrollo de Directivos (IPADE). Diploma de Estudios Avanzados (DEA) por la Cátedra de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Complutense. Actualmente es Consejero Delegado (C.O.O) de Telefónica, S.A., habiendo desempeñado con anterioridad diversos cargos en el Grupo Telefónica desde el año 1999, entre ellos, Presidente de Telefónica Europa, Presidente de Telefónica Latinoamérica y Director General de Finanzas Corporativas en Telefónica, S.A. Previamente trabajó en Arthur Young Auditores, Benito & Monjardín/Kidder, Peabody & Co. y Cementos Portland (Cemex). Ha sido Consejero de Cemex Singapur, China Netcom Group Corporation Limited, y Portugal Telecom SGPS, S.A.

### Dña. Eva Castillo Sanz

#### Consejera vocal

Licenciada en Derecho y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas, ICADE (E-3) de Madrid.

Actualmente, es Presidenta del Supervisory Board de Telefónica Deutschland Holding, AG, y Consejera Independiente de Bankia y de Visa Europe. Asimismo, es miembro del Patronato de la Fundación Telefónica, de la Fundación Comillas-ICAI, y de la Fundación Entreculturas.

Entre otros cargos, ha sido Presidenta y CEO de Telefónica Europa, Presidenta del Supervisory Board de Telefónica Czech Republic, a.s. y Consejera de Old Mutual, Plc.

Desempeñó varios cargos en Merrill Lynch hasta ser nombrada Responsable de Merrill Lynch Banca Privada para Europa, Oriente Medio y África (EMEA), cargo que ocupó hasta diciembre de 2009.

### D. Carlos Colomer Casellas

#### Consejero vocal

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y Titulado en Administración de Empresas por el IESE (Barcelona).

Es Presidente de Ahorro Bursátil, S.A. SICAV, de Inversiones Mobiliarias Urquiola, S.A. SICAV, y de Haugron Holdings, S.L.

Asimismo, es Consejero Independiente de Abertis Infraestructuras, S.A. y de MDF Family Partners.

Hasta el año 2013 ha sido Presidente y Consejero Delegado de The Colomer Group, habiendo desempeñado previamente otros cargos, como Presidente Director General de Henry Colomer, S.A. y Haugron Cientifical S.A., Presidente de Revlon para Europa e Internacional, y Vicepresidente Ejecutivo y COO de Revlon en Nueva York.

### D. José Fernando de Almansa Moreno-Barreda

#### Consejero vocal

Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto (Bilbao).

Ingresó en la Carrera Diplomática en 1974. Desde 1976 a 1992 ha ocupado diferentes cargos en representaciones diplomáticas de España: Bruselas, México, La Alianza Atlántica y la URSS. De 1993 a 2002, fue nombrado por Su Majestad el Rey Juan Carlos I, Jefe de Su Casa, con rango de Ministro, siendo designado Consejero Privado de su Majestad el Rey Juan Carlos I.

Asimismo, es Consejero de Telefónica Brasil, S.A. y de Telefónica Móviles México, S.A. de C.V. Además, es Consejero Suplente de Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. de C.V. y de BBVA Bancomer, S.A.

## D. Francisco Javier de Paz Mancho

### Consejero vocal

Diplomado en Información y Publicidad. Estudios de Derecho. Programa de Alta Dirección de Empresas del IESE (Universidad de Navarra).

Es Presidente de Telefónica Gestión de Servicios Compartidos España, S.A.U. Asimismo, es Consejero de Telefónica de Argentina, S.A. y de Telefónica Brasil, S.A., y Vocal del Comité Ejecutivo del Consejo Superior de Cámaras.

Entre otros cargos desempeñados, ha sido Presidente de Atento Inversiones y Teleservicios, S.A.U., de la Empresa Nacional MERCASA, Consejero de Tabacalera, S.A., Adjunto al Presidente y Director de Estrategia Corporativa del Grupo Panrico Donuts, Director General de Comercio Interior del Ministerio de Comercio y Turismo, y Consejero del Grupo Panrico.

## D. Peter Erskine

### Consejero vocal

Licenciado en Psicología por la Universidad de Liverpool.

Es Presidente de Ladbrokes, Plc. y del Advisory Board de Henley Management Centre, y miembro del Consejo de la Reading University.

Trabajó en Polycell, en Colgate Palmolive, en el Grupo MARS y en UNITEL. Asimismo, desempeñó varios cargos de responsabilidad en BT Mobile hasta ser nombrado CEO y Presidente de O2, Plc., cargo que ocupó hasta diciembre de 2007.

## D. Santiago Fernández Valbuena

### Consejero vocal

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense y Doctor (PhD) y Máster en Económicas por la Northeastern University de Boston.

Es Director General de Estrategia desde febrero de 2014. Asimismo, es Vicepresidente y Consejero de Telefónica de Brasil, S.A.

Desde 2008 es Consejero y miembro de la Comisión de Auditoría de Ferrovial, S.A. Previamente, fue Presidente de Telefónica Latinoamérica, Director General de Finanzas y Estrategia, y Director General de Finanzas y Desarrollo Corporativo. También fue Consejero Delegado de Fonditel, la Gestora de Pensiones del Grupo. Antes de su incorporación a Telefónica fue Director General de Sociétés Générale Valores y Director de Bolsa en Beta Capital. Ha sido Profesor Titular de Economía Aplicada de la Universidad Complutense y de Murcia, y Profesor del Instituto de Empresa (IE Business School).

## D. Alfonso Ferrari Herrero

### Consejero vocal

Doctor Ingeniero Industrial, especialidad en Electrónica, por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la Universidad Politécnica de Madrid. Máster en Administración de Empresas por la Universidad de Harvard (EE.UU.).

Es Consejero de Telefónica del Perú, S.A.A. y Consejero Suplente de Telefónica Chile, S.A.

Ha sido Adjunto al Director Financiero de Hidroeléctrica del Cantábrico, S.A., Director de Inversiones Industriales en Banco Urquijo, y Socio fundador, Presidente y Consejero Delegado de Beta Capital, S.A.

## D. Luiz Fernando Furlán

### Consejero vocal

Licenciado en Ingeniería Química por la FEI (Facultad de Ingeniería Industrial de Sao Paulo) y en Empresariales por la Universidad de Santana de São Paulo, con la especialidad de Administración Financiera por la Fundación Getúlio Vargas de São Paulo.

Es Presidente del Consejo de Administración de la Fundación por la Sostenibilidad del Amazonas y miembro del Global Ocean Commission.

Asimismo, es miembro del Consejo de Administración de Brasil Foods, S.A. (BRF), Telefónica Brasil, S.A., AGCO Corporation, y miembro del Consejo Consultivo de Abertis Infraestructuras, S.A.

Desde 2003 a 2007 fue Ministro de Industria, Desarrollo y Comercio del Gobierno de Brasil. Con anterioridad, fue miembro del Consejo de Administración y Asesor de numerosas compañías, como Sadia, S.A., Panamco, y ABN Amro Bank en Brasil.

## D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo

### Consejero vocal

Doctor Ingeniero Industrial por la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Madrid.

Es Consejero de Telefónica del Perú, S.A.A.

Fue Director General, Consejero Delegado y Presidente del Grupo Cortefiel hasta el año 2006. Asimismo, ha sido Consejero del Banco Central Hispano Americano, de Portland Valderribas y de Altadis, S.A.

## D. Pablo Isla Álvarez de Tejera

### Consejero vocal

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Abogado del Estado.

Es Presidente y Consejero Delegado del Grupo INDITEX desde el año 2011.

Desde el año 2005 era Vicepresidente y Consejero Delegado.

Anteriormente fue director de los Servicios Jurídicos de Banco Popular (1992-1996), Director General de Patrimonio del Estado en el Ministerio de Economía y Hacienda, y Presidente del Grupo Altadis (2000-2005).

## D. Antonio Massanell Lavilla

### Consejero vocal

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona.

Es Vicepresidente de CaixaBank. También es Presidente de Barcelona Digital Centre Tecnològic (*anteriormente Fundación Barcelona Digital*) y Presidente no ejecutivo de Cecabank. Asimismo, es miembro del Consejo de Administración de Boursorama, S.A., de Mediterranea Beach & Golf Community, S.A., de Banco Portugués de Inversión, S.A. (BPI) y de SAREB (Sociedad de Gestión de Activos procedentes de la Reestructuración Bancaria).

Es miembro del Pleno de la Cámara de Comercio de Barcelona, así como del Euro Retail Payments Board (ERPB).

Durante su carrera profesional ha ejercido como Consejero en diversas sociedades como Visa España, Inmobiliaria Colonial, y como Presidente de Port Aventura Entertainment, S.A.

## D. Ignacio Moreno Martínez

### Consejero vocal

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Bilbao. Máster en Marketing y Dirección Comercial en el Instituto de Empresa. Máster en Administración de Empresas (MBA) en INSEAD.

Actualmente, es Consejero Delegado de Metrovacesa, S.A.

Ha trabajado en Banco de Vizcaya, Banco Santander de Negocios, Mercapital, Corporación Bancaria de España, S.A., Argentaria Bolsa, Sociedad de Valores y Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A., donde ha sido Director General del Área de Presidencia. Asimismo, ha sido Consejero Delegado de N+1 Private Equity y Consejero de Secuoya, Grupo de Comunicación, S.A.

## D. Chang Xiaobing

### Consejero vocal

Profesor de Ingeniería Superior. Graduado en Ingeniería de Telecomunicaciones por la Nanjing Institute of Posts and Telecommunications, Máster en Administración de Empresas por Tsinghua University en 2001 y Doctor en Administración de Empresas por Hong Kong Polytechnic University.

Es Presidente de China United Network Communications Limited, Presidente y Consejero Delegado de China Unicom (Hong Kong) Limited, Presidente de China United Network Communications Group Company Limited y Presidente de China United Network Communications Corporation Limited.

# Comisiones del Consejo de Administración

## Comisión Delegada

**Funciones.** El Consejo de Administración, siempre con sujeción a las disposiciones legales vigentes, tiene delegadas sus facultades y atribuciones, salvo aquellas legal, estatutaria o reglamentariamente indelegables, en una Comisión Delegada. Esta Comisión proporciona al Consejo de Administración una mayor operatividad y eficacia en el ejercicio de sus funciones, en la medida en que se reúne con mayor frecuencia que este.

Composición	
D. César Alierta Izuel	Presidente
D. Isidro Fainé Casas	Vicepresidente
D. José María Abril Pérez	Vicepresidente
D. José María Álvarez-Pallete López	Consejero Delegado
D. Carlos Colomer Casellas	Vocal
D. Francisco Javier de Paz Mancho	Vocal
D. Peter Erskine	Vocal
D. Alfonso Ferrari Herrero	Vocal
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	Vocal
D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies	Secretario

## Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno

**Funciones.** Asume las labores de informar, con criterios de objetividad y adecuación a los intereses sociales, sobre las propuestas de nombramiento, reelección y cese de Consejeros y Altos Directivos de la Compañía y de sus sociedades filiales, evaluando las competencias, conocimientos y experiencias necesarios de los candidatos para cubrir las vacantes. Asimismo, propone al Consejo de Administración, en el marco establecido en los Estatutos Sociales, la extensión y cuantía de las retribuciones, derechos y compensaciones de contenido económico, del Presidente, los Consejeros Ejecutivos y los Altos Directivos de la Compañía, incluyendo las condiciones básicas de sus contratos a efectos de su instrumentación contractual. También supervisa el cumplimiento de los códigos internos de conducta de Telefónica y las reglas de Gobierno Corporativo vigentes en cada momento.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Alfonso Ferrari Herrero (Presidente)	30 de mayo de 2001
D. Carlos Colomer Casellas	23 de enero de 2008
D. Peter Erskine	27 de febrero de 2008
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	30 de noviembre de 2005
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera	26 de junio de 2002

## Comisión de Auditoría y Control

**Funciones.** Entre otras funciones, sirve de apoyo al Consejo de Administración en sus tareas de supervisión, y asume las competencias de informar sobre las cuestiones que planteen los accionistas en materia de competencia de la Comisión; proponer la designación y condiciones de contratación del auditor de cuentas; supervisar la auditoría interna y el proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada; proponer la política de control y gestión de riesgos, y establecer y mantener las oportunas relaciones con el auditor de cuentas.

Composición	Fecha de nombramiento
D. Carlos Colomer Casellas (Presidente)	24 de abril de 2013
D. Alfonso Ferrari Herrero	27 de febrero de 2008
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	26 de junio de 2002
D. Antonio Massanell Lavilla	30 de agosto de 2000
D. Ignacio Moreno Martínez	31 de mayo de 2013

## Comisión de Regulación

**Funciones.** Entre otras competencias, asume las funciones de llevar a cabo el seguimiento permanente de los principales asuntos y temas de orden regulatorio que afectan en cada momento al Grupo Telefónica. Además, sirve de cauce de comunicación e información en materia regulatoria entre el Equipo de Dirección y el Consejo de Administración y, cuando procede, eleva al conocimiento de este aquellos asuntos que se consideran importantes o relevantes para la Compañía o para cualquiera de las empresas de su Grupo, y sobre los que sea necesario o conveniente adoptar una decisión o establecer una estrategia determinada.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo (Presidente)	24 de abril de 2013
D.ª Eva Castillo Sanz	16 de diciembre de 2009
D. José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	25 de enero de 2006
D. Francisco Javier de Paz Mancho	23 de enero de 2008
D. Alfonso Ferrari Herrero	5 de julio de 2007
D. Ignacio Moreno Martínez	31 de mayo de 2013

## Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial

**Funciones.** Entre otros aspectos, realiza el examen, análisis y seguimiento periódico de los índices de calidad de los principales servicios prestados por las empresas del Grupo Telefónica. Además, evalúa los niveles de atención comercial practicados por las empresas del Grupo a sus clientes.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Antonio Massanell Lavilla (Presidente)	26 de marzo de 1999
D.ª Eva Castillo Sanz	16 de diciembre de 2009
D. Carlos Colomer Casellas	26 de junio de 2002
D. Francisco Javier de Paz Mancho	31 de mayo de 2013
D. Alfonso Ferrari Herrero	16 de diciembre de 2009
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	26 de junio de 2002
D. Ignacio Moreno Martínez	31 de mayo de 2013

## Comisión de Asuntos Institucionales

**Funciones.** Sin perjuicio de otras funciones que pueda atribuirle el Consejo de Administración, la Comisión de Asuntos Institucionales tendrá como principal función el estudio y análisis de las cuestiones y aspectos relativos a las Relaciones Institucionales del Grupo Telefónica.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Julio Linares López (Presidente)	31 de mayo de 2013
D. José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	31 de mayo de 2013
D. Francisco Javier de Paz Mancho	31 de mayo de 2013
D. Alfonso Ferrari Herrero	31 de mayo de 2013
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	31 de mayo de 2013
D. Antonio Massanell Lavilla	31 de mayo de 2013

## Comisión de Estrategia

**Funciones.** Entre otras funciones, asume como principal trabajo el de apoyar al Consejo de Administración en el análisis y seguimiento de la política estratégica del Grupo Telefónica a nivel global.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Peter Erskine (Presidente)	17 de diciembre de 2008
D. Julio Linares López	31 de mayo de 2013
D.ª Eva Castillo Sanz	17 de diciembre de 2008
D. José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	17 de diciembre de 2008
D. Alfonso Ferrari Herrero	23 de junio de 2010
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	17 de diciembre de 2008

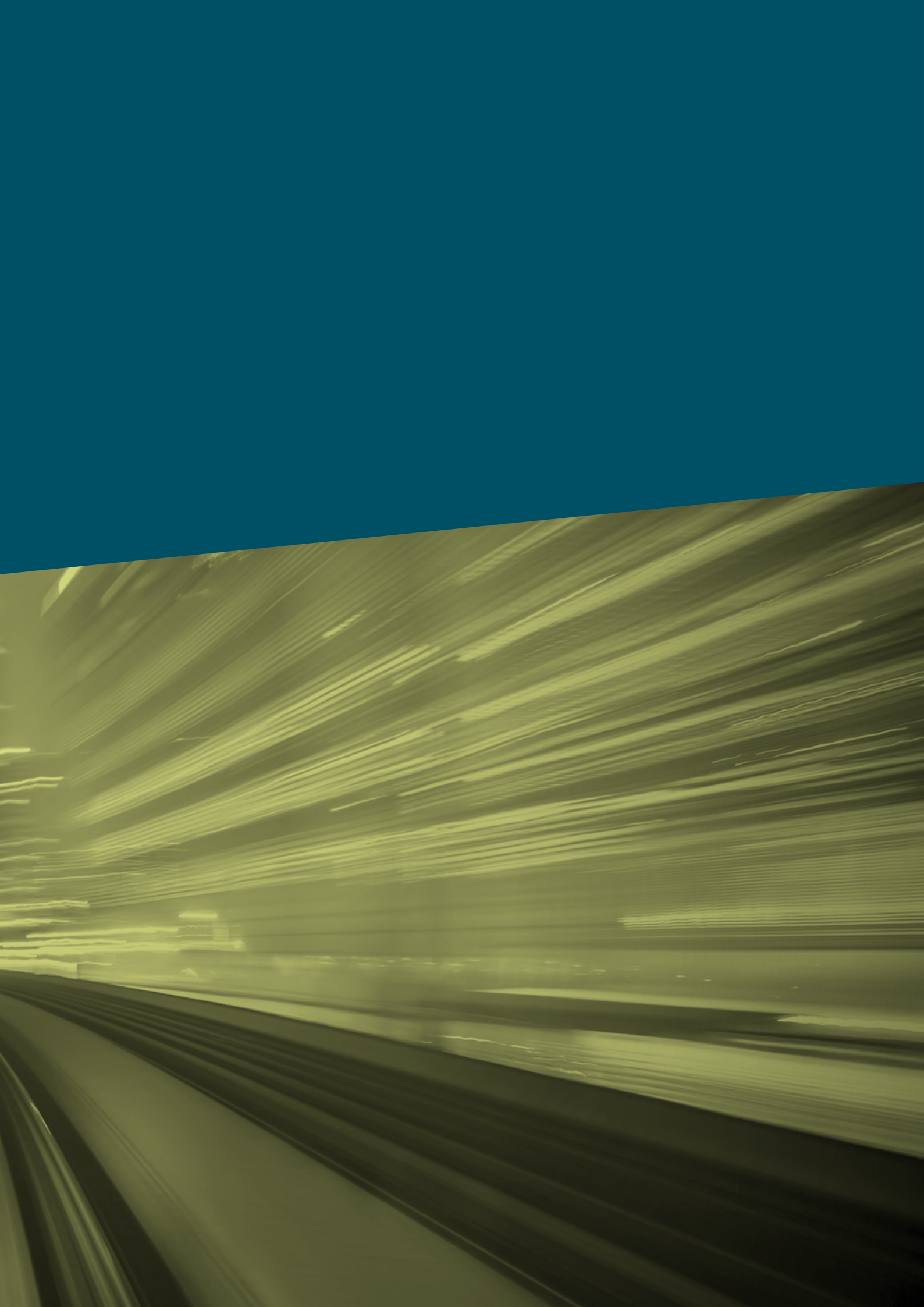
## Comisión de Innovación

**Funciones.** Tiene como misión fundamental la de asesorar y proporcionar apoyo en todas las cuestiones relacionadas con la innovación, realizando un análisis, estudio y seguimiento periódico de los proyectos de innovación de la Compañía, proporcionando criterio, y prestando su apoyo para garantizar su adecuada implantación y desarrollo en todo el Grupo Telefónica.

Composición	Fecha de Nombramiento
D. Carlos Colomer Casellas (Presidente)	30 de julio de 2008
D. José María Abril Pérez	18 de mayo de 2011
D. Peter Erskine	30 de julio de 2008
D. Julio Linares López	18 de diciembre de 2013
D. Antonio Massanell Lavilla	30 de julio de 2008

## 5. Anexos





# Índice

## 1

### Resultados año fiscal 2014

73	Principales aspectos destacados
77	<b>Resultados Consolidados</b>
81	Servicios Digitales
82	Recursos Globales
90	<b>Telefónica España</b>
95	<b>Telefónica Reino Unido</b>
99	<b>Telefónica Deutschland</b>
104	<b>Telefónica Brasil</b>
109	<b>Telefónica Hispanoamérica</b>
110	Telefónica Argentina
111	Telefónica Chile
112	Telefónica Perú
114	Telefónica Colombia
115	Telefónica México
116	Telefónica Venezuela y Centroamérica
128	<b>Anexos</b>
128	Participaciones más significativas de Telefónica y sus filiales
129	Cambios en el perímetro

## 2

### Situación financiera

130	Situación financiera
-----	----------------------



**Más información**  
en la sección 'Accionistas  
e inversores' de la web  
corporativa.

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea, y que, a efectos del Grupo Telefónica, no presentan diferencias con las emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB). Esta información no ha sido auditada.

El modelo de gestión de Telefónica, regional e integrado, determina que la estructura jurídica de las sociedades no sea relevante para la presentación de la información financiera de la Compañía. Así, los resultados operativos de cada una de dichas unidades de negocio se presentan con independencia de su estructura jurídica. Con objeto de presentar la información por regiones, se han excluido de los resultados operativos de cada región aquellos gastos e ingresos derivados de las facturaciones entre compañías que forman parte del perímetro de consolidación de Telefónica por el uso de la marca y acuerdos de gestión, y se incorporan a nivel regional los proyectos gestionados de manera centralizada. Esta forma de presentación no afecta a los resultados consolidados de Telefónica.

## Principales aspectos destacados

- ⇒ **Cumplimiento de los objetivos operativos fijados para 2014.**
- ⇒ **Recuperación del impulso comercial en 2014, enfocado en servicios de alto valor.**
  - Fuerte crecimiento interanual de los accesos de TV de pago (1,5 veces orgánico), contrato móvil (+11%), *smartphones* (+39%) y fibra (2,1 veces).
  - El ingreso medio por acceso aumenta un 0,3% frente a 2013 en términos orgánicos (+2,6% interanual en el cuarto trimestre).
- ⇒ **Aceleración del crecimiento de ingresos en el cuarto trimestre (+5,0% interanual orgánico) generalizada en casi todos los países.**
  - Mejora en la monetización de datos, con un significativo aumento de los ingresos de datos móviles en el trimestre (+10,6% interanual), impulsado por los ingresos de datos no-SMS (+22,8%).
  - T. Hispanoamérica (+18,2% interanual orgánico) se mantiene como principal palanca de crecimiento en el trimestre.
  - En 2014, los ingresos alcanzan 50.377 millones de euros (+2,6% orgánico interanual).
- ⇒ **Sólida rentabilidad; vuelta al crecimiento orgánico del OIBDA en 2014.**
  - En enero-diciembre el OIBDA totaliza 15.515 millones de euros (+0,2% interanual en términos orgánicos) y la reducción interanual del margen se limita a 0.8 p.p.
  - El OIBDA del cuarto trimestre (3.190 millones de euros) está afectado significativamente por efectos no recurrentes, con un impacto neto negativo de 1.379 millones de euros, principalmente asociados a la adopción del tipo SICAD II en Venezuela y a una provisión por costes de reestructuración.
- ⇒ **Crecimiento de la inversión en 2014 (+16,9% interanual orgánico) orientado a acelerar la modernización y diferenciación de las redes y aumentar la base de clientes.**
- ⇒ **La generación de flujo de caja libre asciende a 3.817 millones de euros en 2014 y a 4.748 millones de euros excluyendo inversiones en espectro.**
  - El flujo de caja libre por acción alcanza 0,83 euros en 2014. En términos de dividendo, la Compañía abonó 0,35 euros por acción mediante la modalidad 'scrip dividend' en diciembre (ratio de aceptación del 84,2%) y pagará los 0,40 euros por acción restantes en efectivo en el segundo trimestre de 2015, por lo que el pago en efectivo supone únicamente un 55% del flujo de caja por acción.
- ⇒ **Significativa mejora de la posición financiera tras las operaciones recientemente anunciadas.**
  - La deuda financiera neta se reduce en 294 millones de euros en los últimos doce meses hasta 45.087 millones de euros, impactada por la adopción del tipo de cambio fijado en SICAD II en Venezuela, que supone un aumento de la deuda en 1.231 millones de euros.
  - La deuda se situaría en 31.705 millones de euros y el ratio de endeudamiento (deuda financiera neta sobre OIBDA) en 2.15 veces, tras el cierre de la venta prevista de O2 UK y el ajuste cambiario de Venezuela.
- ⇒ **El beneficio neto asciende a 3.001 millones de euros en 2014 (4.462 millones de euros subyacente) y el beneficio neto básico por acción a 0,62 euros (0,93 euros subyacente).**
  - En el cuarto trimestre el beneficio neto está afectado por dotaciones extraordinarias, entre las que destacan el impacto de la adopción del tipo SICAD II en Venezuela (-399 millones de euros), la provisión por gastos de reestructuración (-405 millones de euros) y el ajuste en la valoración de Telco, S.p.A (-257 millones de euros).
- ⇒ **Participación activa en la consolidación de los principales mercados (Brasil, España y Alemania), fortaleciendo nuestro posicionamiento competitivo y mejorando la escala local.**
- ⇒ Los resultados de **Telefónica España** en 2014 suponen un punto de inflexión para la Compañía, habiéndose mejorado el posicionamiento competitivo y la diferenciación de la oferta comercial. En TV de pago la Compañía es líder del mercado



con 1,9 millones de clientes (x3 interanual), los clientes de fibra superan los 1,3 millones (>x2 interanual), y la base de contrato móvil presenta ganancia neta positiva anual por primera vez desde 2011. Así, los ingresos confirman una gradual recuperación en el último trimestre (-4,9% interanual; +1,7 p.p. frente al trimestre anterior), apoyados en los ingresos de servicio, a la vez que se produce una mejora en la evolución del OIBDA en términos orgánicos (-7,8% interanual en el cuarto trimestre; -14,4% en el tercero).

⇒ En **Brasil**, se refuerza el liderazgo en el segmento de contrato al captar en el trimestre más de la mitad de los nuevos accesos en el mercado, el despliegue de fibra se acelera hasta 4,1 millones de unidades inmobiliarias pasadas y los clientes de TV de pago crecen un 20% interanual. Los ingresos alcanzan 11.231 millones de euros en 2014 (+0,5% interanual orgánico) y el OIBDA (3.543 millones de euros) vuelve a crecer interanualmente (+0,9% orgánico), a pesar del negativo impacto regulatorio. Por otro lado, la compra de GVT (sujeto a la aprobación definitiva por parte de las autoridades regulatorias), consolidará a Telefonica Brasil como operadora integrada con cobertura nacional.

⇒ En **Alemania**, el cuarto trimestre de 2014 supone el punto de partida para la nueva Telefónica Deutschland, con la integración de E-Plus desde el 1 de octubre. La nueva Compañía lidera el mercado en accesos móviles (42,1 millones a diciembre), tras registrar un alto nivel de actividad comercial en contrato móvil. Los ingresos se estabilizan en el cuarto trimestre, destacando el sólido avance en la monetización de los datos impulsada fundamentalmente por la mayor cobertura de LTE (62% a diciembre) y la demanda de terminales LTE.

⇒ **Telefónica anuncia sus objetivos<sup>(1)</sup> operativos y financieros fijados para 2015 y su ambición para 2016.**

Base 2014	Objetivos Operativos 2015 & Ambición 2016	Objetivo 2015	Ambición 2016
42.853	Ingresos	>0,7%	>5% Tasa crecimiento anual compuesto 2014-16E
32,6%	Margen OIBDA	Erosión limitada en torno a 1 p.p. (que permita, si es necesario, flexibilidad comercial)	Estabilizándose en 2016
16,7%	CapEx /Ventas	En torno a 17%	En torno a 17% (-2 p.p. 2017E vs. 2016E)
Objetivos Operativos 2015 & Ambición 2016		Objetivo 2015	Ambición 2016
Deuda Financiera Neta / OIBDA		<2,35x	<2,35x

(1). Criterio Objetivos operativos 2015 y ambición 2016:

■ Las cifras base ajustadas de 2014:

■ Excluyen:

- Los resultados de T. Reino Unido de enero-diciembre de 2014.
- Los resultados de T. Venezuela de enero-diciembre de 2014.
- El OIBDA excluye adicionalmente venta de torres y la provisión por gastos de reestructuración.
- El CapEx excluye adicionalmente inversiones en espectro, el plan de eficiencia inmobiliaria y la inversión en la sede de Telefónica en Barcelona.

■ Incluyen:

- Los resultados de E-Plus consolidados en los resultados de T. Deutschland a partir del cuarto trimestre de 2014.
- Los resultados de T. Irlanda de enero-junio de 2014.

■ Los objetivos de 2015 y la ambición de 2016:

■ Asumen tipos de cambio constantes de 2014 (promedio de 2014).

■ Excluyen:

- Los resultados de T. Reino Unido.
- Los resultados de T. Venezuela.
- El OIBDA excluye adicionalmente: saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías, ventas de torres, impactos no recurrentes materiales y gastos de reestructuración principalmente relacionados con los procesos de integración de Alemania y Brasil y del programa de simplificación.
- El CapEx excluye adicionalmente inversiones en espectro y el plan de eficiencia inmobiliaria.

■ Incluyen:

- Los resultados de GVT consolidados en los resultados de T. Brasil desde julio de 2015.

■ Criterio Objetivos financieros 2015 y ambición 2016:

Deuda financiera neta / OIBDA ambos ajustados por el cierre de la venta prevista de Q2 UK

⇒ **Telefónica propondrá la adopción de los acuerdos societarios oportunos con el fin de:**

- **En 2015, amortizar autocartera por un total del 1,5% de acciones representativas del capital social y distribuir un dividendo de 0,75 euros por acción.**

Pagadero en el cuarto trimestre de 2015 (0,35 euros por acción bajo la modalidad "scrip dividend" voluntario) y en el segundo trimestre de 2016 (0,40 euros por acción en efectivo).

- **En 2016, amortizar autocartera por un total del 1,5% de acciones representativas del capital social y distribuir un dividendo de 0,75 euros por acción en efectivo, en ambos casos condicionado al cierre de la venta prevista de O2 UK.**

## Datos financieros seleccionados

Telefónica. Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre	% Variación	
	2014	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>50.377</b>	<b>(11,7)</b>	<b>2,6</b>
Telefónica España	12.023	(7,2)	(7,2)
Telefónica Reino unido	7.062	5,5	0,2
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	5.522	12,4	(3,5)
Telefónica Brasil	11.231	(8,1)	0,5
Telefónica Hispanoamérica	13.155	(22,0)	14,6
Otras sociedades y eliminaciones	1.384	(59,6)	
Telefónica Irlanda <sup>(2)</sup>	259	n.s.	
Telefónica Republica Checa <sup>(3)</sup>	-	n.s.	
<b>OIBDA</b>	<b>15.515</b>	<b>(18,7)</b>	<b>0,2</b>
Telefónica España	5.671	(10,6)	(12,6)
Telefónica Reino unido	1.744	6,5	1,1
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	733	(44,0)	(22,1)
Telefónica Brasil	3.543	(10,1)	0,9
Telefónica Hispanoamérica	4.068	(26,5)	16,4
Otras sociedades y eliminaciones	(243)	n.s.	
Telefónica Irlanda <sup>(2)</sup>	51	n.s.	
Telefónica Republica Checa <sup>(3)</sup>	-	n.s.	
<b>Margen OIBDA</b>	<b>30,8%</b>	<b>(2,6 p.p.)</b>	<b>(0,8 p.p.)</b>
Telefónica España	47,2%	(1,8 p.p.)	(2,8 p.p.)
Telefónica Reino unido	24,7%	0,2 p.p.	



## Telefónica. Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre	% Variación	
	2014	Reportado	Orgánico
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	13,3%	(13,4 p.p.)	(5,1 p.p.)
Telefónica Brasil	31,5%	(0,7 p.p.)	0,1 p.p.
Telefónica Hispanoamérica	30,9%	(1,9 p.p.)	0,5 p.p.
<b>Resultado operativo (OI) (1)(2)(3)</b>	<b>6.967</b>	<b>(26,3)</b>	<b>1,9</b>
<b>Resultado neto (1)(2)(3)</b>	<b>3.001</b>	<b>(34,7)</b>	
<b>Resultado neto básico por acción (euros) (1)(2)(3)</b>	<b>0,61</b>	<b>(38,1)</b>	
<b>Inversión (CapEx)</b>	<b>9.448</b>	<b>0,6</b>	<b>16,9</b>
Telefónica España	1.732	13,3	15,2
Telefónica Reino unido	755	(45,5)	7,5
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	849	27,5	(6,4)
Telefónica Brasil	2.933	37,9	15,0
Telefónica Hispanoamérica	2.842	(8,8)	29,1
Otras sociedades y eliminaciones	338	(40,8)	
Telefónica Irlanda <sup>(2)</sup>	27	n.s.	
Telefónica Republica Checa <sup>(3)</sup>	-	n.s.	
<b>Espectro</b>	<b>1.294</b>	<b>5,8</b>	<b>39,5</b>
Telefónica España	-	n.s.	n.s.
Telefónica Reino unido	-	n.s.	n.s.
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	-	n.s.	n.s.
Telefónica Brasil	889	n.s.	n.s.
Telefónica Hispanoamérica	405	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx)</b>	<b>6.067</b>	<b>(37,3)</b>	<b>(12,7)</b>
Telefónica España	3.939	(18,1)	(21,0)
Telefónica Reino unido	989	n.s.	(3,2)
Telefónica Deutschland <sup>(1)</sup>	(116)	c.s.	(38,3)
Telefónica Brasil	610	(66,4)	(13,0)
Telefónica Hispanoamérica	1.226	(49,2)	2,2
Otras sociedades y eliminaciones	(580)	n.s.	
Telefónica Irlanda <sup>(2)</sup>	24	n.s.	
Telefónica Republica Checa <sup>(3)</sup>	-	n.s.	

### - Detalle de conciliación incluido en soporte excel publicado.

#### Notas:

- OIBDA y OI de los negocios se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- Margen OIBDA calculado como OIBDA sobre importe neto de la cifra de negocios.
- Los datos reportados de 2012 y 2013 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.
- Desde el 1 de enero de 2014, y debido a la implementación de la nueva organización anunciada en febrero de 2014, las actividades llevadas a cabo hasta la fecha por parte de Telefónica Digital, Telefónica Europa y Telefónica Hispanoamérica se integran en el Centro Corporativo Global, lo que simplifica la organización. Además, desde el comienzo del año, la nueva estructura organizativa se compone de T. España, T. Brasil, T. Deutschland, T. Reino Unido, T. Hispanoamérica (Argentina, Chile, Perú, Colombia, México, Venezuela y Centroamérica, Ecuador y Uruguay). Todo lo que no está específicamente incluido en estos nuevos segmentos es parte de 'Otras sociedades y eliminaciones'. Así, los resultados de T. España, T. Brasil, T. Deutschland, T. Reino Unido, T. Hispanoamérica y 'Otras sociedades y eliminaciones' han sido revisados para el año 2013, para reflejar la nueva organización antes mencionada. Al ser un cambio intragrupo,
- Criterio orgánico: se asumen tipos de cambio promedio constantes de 2013 (promedio de 2013), se excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios y se considera perímetro de consolidación constante. A nivel de OIBDA y OI, se excluyen saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías, ventas de torres e impactos no recurrentes materiales. En 2014 se excluye la provisión por gastos de reestructuración, alineado con las iniciativas de simplificación que el Grupo está implementando, devengados principalmente en el cuarto trimestre. Adicionalmente, el CapEx excluye inversiones en espectro y en 2014 excluye cambios en la calificación urbanística de inmuebles y la inversión en la sede de Telefónica en Barcelona.

(1) Los resultados incluyen E-Plus en Telefónica Deutschland con efecto 1 de octubre de 2014.

(2) Telefónica Irlanda causa baja en el perímetro de consolidación con efecto 1 de julio de 2014.

(3) Telefónica República Checa causa baja en el perímetro de consolidación con efecto 1 de enero de 2014.

# Resultados consolidados

En el año 2014 Telefónica ha dado pasos clave y obtenido resultados visibles en su estrategia de transformación hacia una Telco Digital orientada a acelerar el crecimiento sostenible a largo plazo. Así, tanto la inversión como la gestión de la cartera de activos se han enfocado en incrementar su posicionamiento competitivo en segmentos y mercados de mayor valor, traduciéndose en una aceleración del crecimiento de los ingresos a lo largo del año. Al mismo tiempo, se ha continuado con una estricta gestión de los costes y se han obtenido ahorros importantes derivados de la simplificación del nuevo modelo operativo. De esta manera, el OIBDA del ejercicio ha vuelto al crecimiento en términos orgánicos.

Los **accesos** totales de Telefónica alcanzan 341 millones a diciembre de 2014 y crecen un 6% interanual tras incorporar los clientes de E-Plus en T. Deutschland y registrar un sólido crecimiento de T. Hispanoamérica, T. Brasil y T. Reino Unido. Excluyendo de la base de 2014 los accesos de E-Plus así como los de T. República Checa y T. Irlanda de la base de 2013, el crecimiento orgánico se situaría en el 2%. El churn total de 2014 se sitúa en el 2,9%, prácticamente estable en su comparativa interanual (+0,1 p.p.).

- ⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 274,5 millones y aumentan un 8% frente a 2013 (+2% orgánico), apoyados en el fuerte crecimiento del contrato móvil (+11% reportado; +8% orgánico), que continúa aumentando su peso hasta el 36% de los accesos móviles (+1 p.p. interanual).
- ⇒ Los **'smartphones'** mantienen un fuerte ritmo de crecimiento (+39% interanual) y se sitúan en 90,4 millones, alcanzando una penetración sobre el total de accesos del 35% (+8 p.p. interanual) reflejo del foco estratégico de la Compañía en el crecimiento de los servicios de datos.
- ⇒ Los **accesos de banda ancha minorista** alcanzan 17,7 millones (+1% interanual orgánico), con 138 mil accesos en 2014 en términos orgánicos.

Los accesos de fibra a diciembre de 2014 se sitúan en 1,8 millones (2,1 veces frente a diciembre de 2013).

- ⇒ Los **accesos de televisión de pago** alcanzan 5,1 millones y aceleran su crecimiento interanual por séptimo trimestre consecutivo hasta el 48% orgánico, tras registrar una ganancia neta trimestral de 437 mil clientes, 2,7 veces superior a la de octubre-diciembre de 2013. Así, la ganancia neta anual en términos orgánicos asciende a 1,6 millones de accesos (más de 6 veces superior a la del año anterior). Destaca en el cuarto trimestre la ganancia neta de 305 mil accesos de T. España y la aceleración frente al trimestre anterior de la ganancia neta de T. Hispanoamérica (1,8 veces superior).

Es importante destacar la decisión de la Compañía de adoptar el tipo de cambio del bolívar venezolano fijado en SICAD II al cierre de 2014, como el más representativo dentro de los tipos de cambio vigentes a dicha fecha, para la conversión monetaria de las magnitudes contables de flujos y saldos, impactando en los resultados económico-financieros. En la última transacción del trimestre este tipo se ha fijado en 50 bolívares por dólar.

El impacto negativo de la variación de los tipos de cambio en el crecimiento interanual de los ingresos y OIBDA asciende a 20,4 p.p. y a 23,9 p.p., respectivamente (12,1 p.p. y 13,1 p.p., en enero-diciembre 2014).

Al mismo tiempo, la variación de los tipos de cambio reduce el pago en euros de CapEx, impuestos y minoritarios, compensando prácticamente en su totalidad el impacto negativo en OIBDA y neutralizando su efecto en la generación de caja de enero-diciembre de 2014.

Por otro lado, desde el 1 de octubre se consolidan los resultados de E-Plus en T. Deutschland afectando, junto a la desconsolidación de los resultados de T. República Checa (desde enero de 2014) y de T. Irlanda (desde julio de 2014), a las variaciones interanuales reportadas de los resultados de la Compañía. Así, los cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio detraen 2,1 p.p. de los ingresos. En OIBDA restan 3,5 p.p. en el año.



El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** totaliza 50.377 millones de euros en 2014 y acelera su crecimiento orgánico en el cuarto trimestre al 5% interanual (+2,8% en el tercer trimestre; +2,6% en enero-diciembre), con aceleración generalizada en todos los segmentos, excepto T. Brasil.

En términos reportados, los ingresos se reducen interanualmente (-11,7% en enero-diciembre) afectados por el impacto negativo de los tipos de cambio y los cambios en el perímetro de consolidación mencionados anteriormente.

Por servicios, los ingresos de datos móviles continúan siendo una de las principales palancas de crecimiento de la Compañía, al aumentar un 9,9% orgánico en 2014 y representan ya el 41% de los ingresos de servicio móvil, 3 p.p. más que en 2013. Los ingresos de datos no-SMS crecen un 23,9% orgánico en 2014, suponiendo el 73% de los ingresos de datos.

Por otro lado, en el cuarto trimestre se ha realizado una provisión de 644 millones de euros por costes de reestructuración y otros costes no recurrentes, con el objetivo de incrementar la eficiencia futura de la Compañía (ajustar la estructura para reducir la complejidad y ganar agilidad en la ejecución), que afecta a las partidas de gastos por operaciones (557 millones de euros) y a otros gastos e ingresos netos (87 millones de euros). Por segmentos, los gastos de reestructuración en T. Deutschland ascienden a 401 millones de euros, en T. Hispanoamérica a 99 millones de euros, en T. Brasil a 68 millones de euros y en Otras Sociedades y Eliminaciones a 76 millones de euros.

Los **gastos por operaciones** ascienden a 36.149 millones de euros en enero-diciembre de 2014 y crecen un 3,8% interanual orgánico (-7,6% reportado) fundamentalmente por mayores gastos comerciales y de red y sistemas, a pesar de los ahorros derivados de la simplificación y la escala de Telefónica.

Por conceptos:

⇒ Los **aprovisionamientos** (15.182 millones de euros en 2014) se reducen un 0,5% frente a 2013 en términos orgánicos (-10,9% reportado) fundamentalmente por menores costes de interconexión móvil. En el cuarto trimestre aumentan un 4,1% interanual orgánico (-7,2% reportado) debido a la mayor actividad de terminales de gama alta y al mayor gasto de contenidos de TV.

⇒ Los gastos de **personal**, 7.098 millones de euros en enero-diciembre, aumentan un 5,2% orgánico interanual (+7,7% frente al cuarto trimestre de 2013) afectados fundamentalmente por el incremento de precios en algunos países. La variación reportada de los gastos de personal (-1,5% en enero-diciembre) se encuentra afectada por la provisión anteriormente mencionada.

La plantilla promedio de 2014 se sitúa en 120.497 empleados, reduciéndose un 7,2% frente a 2013 (-2,9% excluyendo cambios en el perímetro de consolidación).

⇒ Los **otros gastos operativos**, 13.869 millones de euros a diciembre de 2014, aumentan un 8,0% en términos orgánicos frente al mismo periodo del año anterior (-6,7% reportado) principalmente por los costes comerciales asociados al mayor impulso comercial, gastos de red relacionados con el crecimiento del tráfico, así como costes asociados a la modernización de la red. En el cuarto trimestre se incrementan un 10,4% interanual orgánico (-6,1% reportado).

Los **otros gastos e ingresos** netos totalizan 200 millones de euros en 2014 (11 millones de euros en el cuarto trimestre) y están especialmente afectados en el trimestre por la provisión por gastos de reestructuración no recurrentes y la adopción del tipo de cambio fijado en SICAD II en Venezuela antes mencionados.

El **resultado de enajenación de activos** de 2014 asciende a 327 millones de euros (208 millones de euros en el cuarto trimestre) y refleja principalmente ventas de torres no estratégicas (196 millones de euros de impacto en OIBDA en enero-diciembre; 138 millones de euros en el cuarto trimestre, principalmente en T. España), la venta de edificios en T. España (41 millones de euros de impacto en OIBDA en el cuarto trimestre) y el registro de un beneficio relacionado con la venta de los activos del negocio fijo en Reino Unido una vez cumplidas todas las condiciones establecidas en el acuerdo de venta (49 millones de euros en el tercer trimestre).

En 2013 esta partida ascendía a 161 millones de euros (58 millones de euros en el cuarto trimestre) y recogía fundamentalmente ventas de torres no estratégicas en T. Hispanoamérica, T. Brasil y T. España (111 millones de euros de impacto en OIBDA en enero-diciembre; 71 millones de euros en el cuarto trimestre), la plusvalía por la venta de los activos del negocio fijo en Reino Unido (83 millones de euros, principalmente en el segundo trimestre), la plusvalía por la venta de activos en Alemania (76 millones de euros en el cuarto trimestre), la plusvalía por la venta de Hispasat (21 millones de euros en el segundo trimestre), el ajuste de la valoración de Telefónica Irlanda (-16 millones de euros en el segundo trimestre) y el ajuste de la valoración de Telefónica República Checa (-176 millones de euros en enero-diciembre; -120 millones de euros en el cuarto trimestre).

El **resultado operativo antes de amortizaciones e impuestos (OIBDA)** totaliza 15.515 millones de euros en enero-diciembre de 2014 y aumenta un 0,2% interanual en términos orgánicos, reflejando el crecimiento de los ingresos y los beneficios de las medidas de eficiencia implementadas y pese a los mayores gastos comerciales y de red mencionados anteriormente. Por regiones destaca T. Hispanoamérica, que crece un 16,4% interanual orgánico, 2,1 p.p. más que en 2013, y contribuye con 4.8 p.p. al crecimiento del OIBDA, apalancado en la aceleración del crecimiento de México y Colombia.

En el cuarto trimestre el OIBDA alcanza 3.190 millones de euros, se mantiene estable interanualmente en términos

orgánicos (-35,9% reportado) y está afectado por factores no recurrentes, con un impacto negativo de 1.379 millones de euros: la adopción del tipo de cambio fijado en SICAD II (-915 millones de euros), la provisión de 644 millones de euros por gastos de reestructuración, la venta de torres no estratégicas (+138 millones de euros de impacto en OIBDA) y la venta extraordinaria de edificios en T. España (+41 millones de euros de impacto en OIBDA).

Si se excluye el impacto negativo de la regulación, el OIBDA crece en términos orgánicos un 1,3% en 2014 y un 0,8% interanual en el cuarto trimestre.

En términos reportados, el OIBDA se reduce un 18,7% en 2014, afectado por la evolución de los tipos de cambio, los cambios en el perímetro de consolidación y los factores no recurrentes ya mencionados.

El **margen OIBDA** se sitúa en el 30,8% en enero-diciembre de 2014, y presenta una erosión orgánica limitada frente a 2013 (-0,8 p.p.). En el cuarto trimestre el margen OIBDA alcanza el 25,7% (-1,6 p.p. interanual orgánico), fuertemente afectado por los factores no recurrentes antes mencionados.

La **amortización del inmovilizado** asciende a 8.548 millones de euros en 2014, reduciéndose un 1,6% frente a 2013 en términos orgánicos (-11,2% reportado) por la menor amortización de activos fijos, fundamentalmente en Brasil. El total de dotaciones a amortizaciones derivadas de procesos de asignación de precio de compra de activos se sitúa en 708 millones de euros en enero-diciembre de 2014 (-17,3% interanual), incluyendo desde el 1 de octubre las dotaciones correspondientes a la compra de E-Plus.

El **resultado operativo (OI)** alcanza 6.967 millones de euros en 2014 y aumenta un 1,9% frente a 2013 en términos orgánicos. En términos reportados, se reduce un 26,3% frente a 2013 y un 66,2% en octubre-diciembre frente al mismo periodo del año anterior afectado también por los factores no recurrentes antes mencionados.

La participación en resultados de **inversiones puestas en equivalencia** se sitúa en -510 millones de euros en enero-diciembre de 2014 fundamentalmente explicados por pérdidas registradas tras clasificación de la participación en Telco, S.p.A. como disponible para la venta en el cuarto trimestre (-367 millones de euros). En 2013, esta partida totalizaba -304 millones de euros principalmente por el efecto de los ajustes de valor de Telco, S.p.A. sobre su participación en Telecom Italia.

Los **gastos financieros netos** de 2014 ascienden a 2.822 millones de euros (-1,6% interanual) e incluyen 293 millones de euros correspondientes a diferencias de cambio negativas asociadas principalmente a la decisión de la Compañía de adoptar el tipo de cambio del bolívar venezolano fijado en SICAD II. Excluyendo este impacto, los gastos financieros netos se reducen un 8,2% interanual apoyados en la reducción del 9,1% de la deuda promedio, situando el coste efectivo de la deuda de los últimos doce meses en el 5,40%, 6 p.b. por encima de diciembre de 2013. El mayor peso de la deuda en divisas latinoamericanas y el repago y vencimiento de deuda barata en euros incrementan

el coste medio en 47 p.b., mientras que los menores tipos en Latinoamérica y Europa lo reducen en 41 p.b.

El **gasto por impuestos** de enero-diciembre de 2014 asciende a 383 millones de euros. En 2014 la tasa efectiva se sitúa en el 10,5%, 10,3 p.p. menos que en 2013 por los impactos anteriormente mencionados y por el efecto de la revisión de los impuestos diferidos en Brasil, como consecuencia de un cambio legislativo en el segundo trimestre de 2014.

Los **resultados atribuibles a intereses minoritarios** de 2014 disminuyen en 251 millones de euros el beneficio neto, y presentan una reducción del 33,2% frente a 2013 impactada por los resultados negativos atribuidos en T. Deutschland en el cuarto trimestre, a pesar del mayor resultado atribuido a los minoritarios de Telefónica Brasil y Telefónica Colombia consecuencia de la mejor evolución operativa del negocio y de los impactos fiscales antes mencionados.

Así y consecuencia de todas las partidas y factores no recurrentes explicados anteriormente, el **beneficio neto consolidado** de 2014 alcanza 3.001 millones de euros (4.462 millones de euros en términos subyacentes), reduciéndose un 34,7% frente al año anterior (-18,6% subyacente).

El **beneficio neto básico por acción** en términos subyacentes totaliza 0,93 euros en 2014, reduciéndose un 21,2% frente a 2013 (-38,1% en términos reportados).

Durante 2014, la Compañía ha continuado avanzando en la modernización y diferenciación de las redes, dedicando el 75% de la inversión total, excluyendo espectro, en el año a transformación y crecimiento, 6 p.p. más que en 2013 en términos orgánicos. Así, el **CapEx** crece un 16,9% interanual en términos orgánicos y totaliza 9.448 millones de euros, incluyendo 1.294 millones de euros de adquisición de espectro (fundamentalmente en Brasil, Argentina y Venezuela en el cuarto trimestre y en Colombia y Centroamérica en el primer trimestre), 49 millones de euros correspondientes a cambios en la calificación urbanística de inmuebles en julio-diciembre, -40 millones de costes de reestructuración y 29 millones de euros por la compra de la sede de Telefónica en Barcelona en el tercer trimestre.

El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** se sitúa en 6.067 millones de euros en 2014 (-12,7% interanual orgánico; -37,3% reportado).

Los **pagos de intereses** (2.530 millones de euros) aumentan un 4,8% frente a 2013 por impactos no recurrentes (destacando las diferencias en el calendario de los pagos de la deuda en 2014 respecto a 2013, el pago de intereses en 2014 de un bono cupón cero a 15 años y el cobro de intereses en 2013 asociados a las devoluciones de liquidaciones de procedimientos de inspección fiscal), a pesar de que la reducción de la deuda media permite disminuir los pagos de intereses un 8,9% interanual.



El **pago de impuestos** asciende a 1.187 millones de euros en 2014 (1.806 millones de euros en 2013) y su evolución interanual está afectada por el impacto de la evolución de los tipos de cambio, especialmente por la adopción del tipo de cambio fijado en SICAD II en Venezuela, menores pagos a cuenta del ejercicio 2014 y cambios en el perímetro de consolidación.

Durante 2014, el **capital circulante** ha contribuido positivamente a la generación de caja en 2.107 millones de euros, 1.451 millones de euros más que en 2013. Destaca la fuerte generación de capital circulante en el cuarto trimestre, 2.483 millones de euros (+37,6% frente al cuarto trimestre de 2013), explicada principalmente por: (i) la estacionalidad de la inversión, (ii) los cobros derivados de las desinversiones, (iii) los cobros por acuerdos comerciales en República Checa (anticipo de ingresos diferidos) y (iv) los gastos de reestructuración, a pagar en años posteriores. En enero-diciembre de 2014 la generación de caja por capital circulante está impulsada por estos factores, así como por: (i) las medidas de gestión llevadas a cabo para asegurar la monetización de los ingresos (factorización de cobros aplazados por venta de terminales), (ii) la reducción de pagos en 2014 respecto al total de gastos operativos devengados en el año, por diversas medidas de gestión, y (iii) los cobros por acuerdos comerciales en Alemania, Brasil y México.

Las **operaciones con accionistas minoritarios** totalizan 327 millones de euros en 2014, 277 millones de euros menos que en 2013, principalmente por menores pagos de dividendos a minoritarios de T. Brasil, afectados por la evolución del real brasileño, y cambios en el perímetro de consolidación (venta de T. República Checa).

Con todo ello, el **flujo de caja libre** asciende a 3.817 millones de euros en 2014, 4.748 millones excluyendo pagos de espectro.

La **deuda neta financiera** se sitúa en 45.087 millones de euros a diciembre de 2014, reduciéndose en 294 millones de euros frente a diciembre de 2013. Excluyendo el impacto de la evolución del tipo de cambio en Venezuela, que supone un aumento de la deuda en 2.341 millones de euros, la deuda se reduciría en 2.635 millones de euros. Dicha disminución se debe principalmente a una generación de caja libre antes de pago de espectro de 4.748 millones de euros, las emisiones de instrumentos de capital por importe total de 4.699 millones de euros (incluyendo la parte de minoritarios correspondiente a la ampliación de capital en Alemania) y cobros por 3.981 millones de euros por las desinversiones de T. República Checa, T. Irlanda y el 2,5% de la participación en China Unicom. En sentido contrario, entre los

factores que han aumentado la deuda se incluyen las inversiones financieras netas por 4.949 millones de euros, 3.382 millones de euros en concepto de retribución a instrumentos de capital (incluyendo, entre otros, la compra de autocartera y el pago de los cupones de los instrumentos de capital), los pagos de espectro por 932 millones de euros, el pago de los compromisos de origen laboral (789 millones de euros) fundamentalmente por prejubilaciones y otros factores que aumentan la deuda en 741 millones de euros.

La deuda neta financiera aumenta en 3.887 millones de euros en el último trimestre de 2014. Dicho aumento se debe principalmente a las inversiones financieras netas por importe de 3.838 millones de euros (entre las que se incluye el pago de la compra de E-Plus y el cobro de la venta del 2,5% de la participación en China Unicom), el impacto de la adopción del tipo SICAD II en Venezuela, que supone un aumento de la deuda en 1.231 millones de euros, los pagos de espectro por importe de 753 millones de euros, 528 millones de euros en concepto de retribución a instrumentos de capital (incluyendo, entre otros, la compra de autocartera y el pago de los cupones de los instrumentos de capital), el pago de los compromisos de origen laboral (190 millones de euros) y otros factores que aumentan la deuda en 465 millones de euros. En sentido contrario, entre los factores que han disminuido la deuda se incluyen una generación de caja libre antes de pago de espectro de 1.731 millones de euros, las emisiones de instrumentos de capital por importe de 850 millones de euros y el impacto de las variaciones de tipo de cambio sobre la deuda por importe de 537 millones de euros.

El **ratio de endeudamiento (deuda neta sobre OIBDA<sup>1</sup>)** de los últimos 12 meses a cierre de 2014 se sitúa en 2,74 veces. El ratio considerando el cierre de la venta prevista de O2 UK se situaría en 2,15 veces.

Durante el ejercicio 2014, la **actividad de financiación** de Telefónica en los mercados de capitales se ha situado en torno a los 14.740 millones de euros equivalentes y se ha centrado principalmente en completar la financiación de la compra de E-Plus (mediante la emisión de un bono obligatoriamente convertible en acciones de Telefónica por importe nominal de 1.500 millones de euros y la ejecución de la ampliación de capital de T. Deutschland), reforzar la posición de liquidez, gestionar activamente el coste de la deuda y suavizar el perfil de vencimientos de deuda de Telefónica, S.A. de los próximos años. De este modo, a cierre de 2014, el Grupo presenta una cómoda posición de liquidez para afrontar los próximos

1. Ajustado por la venta de sociedades, gastos de reestructuración e incorporando adicionalmente el OIBDA de E-Plus de enero-septiembre (homogeneizado bajo las políticas contables de Telefónica).

vencimientos de deuda. En Latinoamérica, las filiales de Telefónica han acudido a los mercados de financiación en el periodo enero-diciembre de 2014 por un importe aproximado de 267 millones de euros equivalentes.

En T. Deutschland cabe destacar la ampliación de capital por valor de 3.700 millones de euros suscrita íntegramente por Telefónica, S.A. y otros accionistas minoritarios por importe de más de 800 millones de euros, así como la emisión realizada en enero por 500 millones de euros.

Con posterioridad al cierre, en febrero de 2015 se firmó con 33 entidades financieras una línea de crédito sindicada por importe de 2.500 millones de euros y vencimiento febrero 2020. En paralelo, se han modificado las condiciones económicas de la línea de crédito sindicada de 3.000 millones de euros firmada en febrero de 2014.

Telefónica S.A. y sus sociedades instrumentales han continuado con su actividad de emisión bajo los distintos Programas de Papel Comercial (Doméstico y Europeo), manteniendo un importe vivo de aproximadamente 502 millones de euros a diciembre.

Telefónica dispone de líneas de crédito disponibles y comprometidas con diferentes entidades de crédito por un valor aproximado de 11.545 millones de euros, de los que en torno a 10.618 millones de euros tienen un vencimiento superior a doce meses, lo que unido a la posición de caja ajustada sitúa la liquidez en 19,4 millardos de euros.

## Servicios Digitales

En el área del CCDO ('Chief Commercial Digital Officer') destacan los siguientes avances:

⇒ En el área de **Consumo (B2C)**, los ingresos del negocio de **Vídeo** alcanzan 954 millones de euros en 2014 y crecen orgánicamente un 29% interanual, acelerándose secuencialmente (+24% en enero-septiembre) por la mayor calidad del servicio, el constante desarrollo de contenidos novedosos y exclusivos y los mayores accesos de TV de pago. Estos últimos aumentan a diciembre un 48% interanual, 7 p.p. más que a septiembre, destacando

España, donde casi se triplican respecto al año anterior, Brasil (+20%) e Latinoamérica (+14%).

Cabe mencionar el lanzamiento de 'Movistar Series' en España en diciembre, que permite disfrutar de series de éxito (algunas de ellas en exclusiva) desde un día después de su estreno en Estados Unidos.

En el área de **Servicios Financieros** se afianza tanto la comunidad de fidelización 'Yaap Shopping' (tras una prueba piloto en Valladolid y Palma, el servicio está actualmente operativo a nivel nacional en España) como 'Yaap Money' (se lanzó con cobertura nacional en septiembre). En Perú, el servicio de 'Movistar: tu dinero móvil' continúa su expansión a nivel nacional para capturar la oportunidad del negocio de remesas.

Desde el área de **Gestión Global de Dispositivos** continúa impulsándose la adopción de *smartphones*, con especial foco en terminales LTE. Así, en el cuarto trimestre, el 75% de los dispositivos totales adquiridos por la Compañía fueron smartphones y el 41% LTE (+24 p.p. interanual).

En el área de **Seguridad** para clientes finales, a cierre de año los clientes en Brasil se sitúan en 6,5 millones (x2 interanual). En el último trimestre se han lanzado nuevos productos, entre los que destaca 'Cloud personal' en España y productos de seguridad de dispositivos en Chile, Ecuador, Costa Rica y Colombia. Asimismo, Telefónica ha firmado un acuerdo con Qustodio, compañía líder en soluciones de seguridad, que permite proteger y gestionar la vida digital de los menores y que ya se ha lanzado comercialmente en España ('Movistar Protege').

Por otro lado, como resultado de las **Alianzas Globales** alcanzadas por la Compañía, los suscriptores activos de Evernote y Rhapsody alcanzan 1,1 millones y 0,2 millones respectivamente a diciembre.

⇒ En el área de **Empresas (B2B)**, los ingresos de **M2M** en 2014 totalizan 183 millones de euros en el periodo enero-diciembre de 2014 y aumentan un 41% interanual orgánico por los mayores accesos M2M (+16% interanual orgánico). Durante este trimestre, se ha firmado un acuerdo para Europa con Geotab, proveedor líder en



tecnología telemática de gestión de flotas para lanzar una solución 'Plug and Play'.

Los ingresos del negocio de **Cloud** se sitúan en 342 millones, un 25% más que en 2013 en términos orgánicos. En España se ha lanzado en estos tres últimos meses el servicio de 'Cloud storage' y en Argentina el servicio 'VDC' ('data center virtual').

En el ámbito de la **Seguridad de la Información** los ingresos alcanzan 115 millones de euros y aceleran su crecimiento interanual hasta un 57% en términos orgánicos (+42% en enero-septiembre) debido a la buena evolución en España y Reino Unido. Destaca el servicio de gestión de dispositivos móviles, multiplicándose por 3 veces el número de dispositivos gestionados respecto al año anterior, y los avances en el acuerdo de Ciberseguridad alcanzado con Etisalat. Asimismo, el 'INCIBE' (Instituto Nacional de Ciberseguridad) ha establecido un acuerdo en España con ElevenPaths (empresa especializada en el desarrollo de soluciones innovadoras de seguridad de Telefónica), para impulsar la integración de servicios de ciberseguridad entre las PYMEs.

## Telefónica Recursos Globales

Durante el año 2014, Telefónica Recursos Globales ha obtenido resultados tangibles en la estrategia de transformación tecnológica de la Compañía, avanzando significativamente en la modernización de las redes y sistemas hacia una compañía todo IP. Este proceso está enmarcado en un modelo de gestión eficiente centrado en la simplificación de operaciones y la reducción de los costes 'legacy', que a su vez posibilita la diferenciación de las ofertas de nuestros productos y servicios, mejorando la satisfacción del cliente.

El **área global de Red y Operaciones** continúa acelerando el despliegue de infraestructuras de ultra banda ancha (UBB). Así, las unidades inmobiliarias pasadas con fibra alcanzan los 14,7 millones a diciembre, duplicándose frente al año anterior, los emplazamientos LTE en servicio superan los

20.100 (10.500 en 2013) y más del 80% de las estaciones base 3G y LTE están conectadas con alta velocidad a la red de transmisión. En 4G, la cobertura en Europa alcanza el 60% y aumenta el despliegue LTE en Latinoamérica hasta 10 países, habiéndose asegurado durante el cuarto trimestre espectro LTE en Argentina y Venezuela. Este aumento de la cobertura UBB contribuye a que los clientes de fibra alcancen los 1,8 millones en todo el grupo (2,1x interanual) mientras que los clientes LTE se sitúan en 13,2 millones.

En cuanto a la ampliación de la capacidad de la red destacan los siguientes avances:

- ⇒ Primer operador en España en desplegar LTE-A (posibilita velocidades hasta 300 Mbs).
- ⇒ Renovación de la red móvil con tecnología 'Single RAN' en España y Reino Unido.
- ⇒ Preparación de la red móvil para VoLTE en Alemania (punto de partida para servicios de voz en alta definición y para otros servicios IP Multimedia).
- ⇒ Patentado diseño de Cajas Terminales Ópticas para el despliegue de fibra, que permiten disponer de elementos de conectividad óptica.

Así, el desarrollo de la red se anticipa al significativo crecimiento del tráfico total de datos (+40% interanual en el cuarto trimestre; +36% en 2014), explicado fundamentalmente por el mayor tráfico de banda ancha móvil (+65% interanual en el cuarto trimestre; +55% en 2014) y de banda ancha fija (+38% interanual en el cuarto trimestre; +34% en 2014).

Para acelerar la modernización de la red hacia un modelo UBB y todo IP, la ejecución de proyectos globales ha sido crucial, estructurándose bajo cuatro ejes de actuación:

- ⇒ La transformación de los Sistemas de Soporte a las Operaciones (OSS), con foco en la estandarización, simplificación y optimización global de los procesos y sistemas de soporte.

- ⇒ La homogeneización de procesos en los distintos ámbitos de las redes, desde la aceleración de los proyectos de eficiencia a la integración de todas las operaciones en la unidad técnica global de *roaming*.
- ⇒ El desarrollo de proyectos de acceso fijo, como operaciones adheridas al proyecto de gestión extremo a extremo de las especificaciones de equipamiento del cliente.
- ⇒ La Virtualización de la red (infraestructura UNICA) y del equipamiento del cliente (vCPE *Customer Premises Equipment* virtual).

El **área global de TI** continúa gestionando y ejecutando con éxito la simplificación y transformación a través de los procesos, las aplicaciones e integraciones de los sistemas.

La aceleración de la transformación se refleja en el lanzamiento de proyectos en varios países de Latinoamérica de *Full Stack* (acceso multicanal, un catálogo único de productos y servicios, reducción del *Time to Market* y una visión 360 grados del cliente). En este sentido, en Argentina ya hay aproximadamente 20 millones de clientes migrados a este sistema. Asimismo, cabe resaltar durante este cuarto trimestre el lanzamiento de proyectos relacionados con capacidades digitales y experiencia de cliente, como:

- ⇒ Servicio 'TV Everywhere' en Brasil, con contenidos de TV para clientes de fibra de Vivo disponibles en múltiples dispositivos (móvil, PC o *tablet*).
- ⇒ Factura única en Brasil para móvil, fijo, banda ancha y TV.
- ⇒ Despliegue de una solución unificada de *e-commerce* en varios países de T. Hispanoamérica.
- ⇒ En México, el Sistema de Activación Residencial mejora de la satisfacción del cliente, ya que permite reducir tiempos y costes operativos de activación de equipos.
- ⇒ En Alemania se habilita una plataforma de sistemas para dar soporte al lanzamiento de MVNO.
- ⇒ En Reino Unido se ha lanzado el servicio de Datos Compartidos, que flexibiliza el uso de datos en diferentes dispositivos y entre diferentes personas.

Asimismo, a través de la escala se aprovechan los servicios TI compartidos, con el fin de avanzar en *hacer las cosas una sola vez*, proporcionando eficiencias y mejoras de calidad.

El avance de la simplificación en 2014 en TI como pieza clave en la agilización de la transformación se resume en:

- ⇒ Progreso continuado en la reducción de aplicaciones, con más de 430 aplicaciones eliminadas desde diciembre de 2013.
- ⇒ Aumento de servidores virtualizados hasta el 46% (+11 p.p. más que a diciembre 2013), apoyado en el proceso de consolidación de infraestructuras de los 'Data centers' de referencia, que reduce en un 13% los servidores físicos.
- ⇒ Cierre total de cinco 'Data centers', destacando Brasil, España y Chile.

Por último, se ha mejorado la estabilidad operativa de los sistemas, reduciendo a más de la mitad las incidencias críticas y aumentando la disponibilidad de los sistemas críticos para el negocio.

## Definiciones

**Criterio guidance 2014:** crecimiento orgánico excluyendo Venezuela.

**Crecimiento orgánico:** se asumen tipos de cambio promedio constantes de 2013 (promedio de 2013), se excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios y se considera perímetro de consolidación constante. A nivel de OIBDA y OI, se excluyen saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías, ventas de torres e impactos no recurrentes materiales. En 2014 se excluye la provisión por gastos de reestructuración, alineado con las iniciativas de simplificación que el Grupo está implementando, devengados principalmente en el cuarto trimestre. Adicionalmente, el CapEx excluye inversiones en espectro y en 2014 excluye cambios en la calificación urbanística de inmuebles y la inversión en la sede de Telefónica en Barcelona.

**Crecimiento subyacente:** Cifras reportadas excluyendo el efecto en resultado neto de saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías, ventas de torres e impactos no recurrentes materiales, así como las amortizaciones de activos surgidos en procesos de asignación del precio de compra. En 2014 se excluye la provisión por gastos de reestructuración devengados principalmente en el cuarto trimestre, el ajuste en la valoración de Telco S.p.A. así como el impacto de la adopción del sistema cambiario SICAD II en Venezuela.



# Accesos

## Telefónica. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>309.785,3</b>	<b>311.331,2</b>	<b>314.141,6</b>	<b>316.759,9</b>	<b>306.816,6</b>	<b>309.332,7</b>	<b>309.561,4</b>	<b>334.526,9</b>	<b>5,6</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1) (2) (3)</sup>	39.764,2	39.520,8	39.399,8	39.338,5	37.593,5	37.544,0	37.325,4	36.830,0	(6,4)
Accesos de datos e Internet	19.404,6	19.023,3	19.112,4	19.102,0	18.121,9	18.168,2	18.168,1	18.151,7	(5,0)
Banda estrecha	618,2	590,0	567,7	510,8	421,0	411,9	397,8	373,1	(27,0)
Banda ancha <sup>(4)</sup>	18.633,7	18.287,3	18.395,6	18.447,8	17.585,5	17.642,6	17.657,9	17.668,5	(4,2)
Otros <sup>(5)</sup>	152,7	145,9	149,1	143,4	115,4	113,6	112,4	110,1	(23,3)
Accesos móviles	247.312,0	249.460,0	252.188,1	254.717,2	247.534,1	249.428,6	249.417,9	274.458,0	7,8
Prepago <sup>(6) (7)</sup>	164.500,5	164.550,6	165.133,3	165.557,0	161.410,9	161.299,0	160.535,5	175.720,4	6,1
Contrato <sup>(8)</sup>	82.811,5	84.909,4	87.054,9	89.160,3	86.123,3	88.129,6	88.882,5	98.737,6	10,7
M2M <sup>(9)</sup>	7.142,7	7.768,0	8.175,8	8.631,8	8.307,0	8.761,2	8.957,5	9.787,4	13,4
TV de Pago <sup>(10)</sup>	3.304,5	3.327,1	3.441,2	3.602,2	3.567,1	4.191,9	4.650,0	5.087,2	41,2
<b>Accesos Mayoristas</b>	<b>5.866,1</b>	<b>6.003,2</b>	<b>6.173,9</b>	<b>6.358,5</b>	<b>6.327,7</b>	<b>6.438,6</b>	<b>6.585,6</b>	<b>6.521,6</b>	<b>2,6</b>
Bucle Alquilado	3.404,8	3.522,0	3.665,4	3.833,4	3.910,8	3.979,1	4.034,1	4.087,3	6,6
Bucle Compartido	169,5	157,6	147,3	130,6	116,1	105,5	96,6	94,1	(27,9)
Bucle Desagregado	3.235,3	3.364,4	3.518,1	3.702,9	3.794,7	3.873,7	3.937,5	3.993,3	7,8
Mayorista ADSL	854,7	857,6	864,0	866,9	746,8	751,3	849,5	750,1	(13,5)
Otros	1.606,7	1.623,6	1.644,5	1.658,2	1.670,1	1.708,1	1.702,0	1.684,1	1,6
<b>Total Accesos</b>	<b>315.651,4</b>	<b>317.334,4</b>	<b>320.315,5</b>	<b>323.118,4</b>	<b>313.144,3</b>	<b>315.771,3</b>	<b>316.147,0</b>	<b>341.048,5</b>	<b>5,5</b>

## Telefónica. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	66,5%	66,0%	65,5%	65,0%	65,2%	64,7%	64,4%	64,0%	(1,0 p.p.)
Porcentaje contrato (%)	33,5%	34,0%	34,5%	35,0%	34,8%	35,3%	35,6%	36,0%	1,0 p.p.
Accesos BAM ('000)	55.249,2	63.300,5	67.420,1	72.844,0	76.191,3	81.304,4	89.112,6	98.220,5	34,8%
Penetración BAM (%)	22%	25%	27%	29%	31%	33%	36%	36%	7,2 p.p.
'Smartphones' ('000)	46.925,1	55.083,3	59.370,6	65.029,9	68.907,0	74.171,9	82.282,2	90.365,7	39,0%
Penetración 'smartphones' (%)	20%	24%	25%	27%	30%	32%	35%	35%	7,9 p.p.

Nota:

Los accesos dejan de consolidar los datos de T. República Checa desde el primer trimestre de 2014 y los de T. Irlanda desde el tercer trimestre de 2014, y consolidan los accesos de E-Plus desde el cuarto trimestre de 2014.

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso básico RDSI x1; Acceso primario RDSI; Accesos digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye los accesos 'fixed wireless' de voz.

(2) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 45 mil accesos 'fixed wireless' inactivos en México.

(3) En el segundo trimestre de 2014, los accesos de telefonía fija incluyen 50 mil clientes adicionales de 'fixed wireless' en Perú.

(4) Incluye ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(5) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

(6) IEn el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 1.9 millones de accesos inactivos en México.

(7) En el cuarto trimestre de 2014, se dieron de baja 1.8 millones de accesos inactivos en Centroamérica.

(8) En el cuarto trimestre de 2014, se excluyen 428 mil accesos de E-Plus antes de su integración por la armonización de criterios y la desconexión de un socio..

(9) En el primer trimestre de 2014, se dieron de baja 569 mil accesos inactivos en España.

(10) En el segundo trimestre de 2014, los accesos de TV de pago incluyen 131 mil clientes de 'TV Mini' en España.

# Resultados consolidados

## Telefónica. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>50.377</b>	<b>57.061</b>	<b>(11,7)</b>	<b>2,6</b>
Trabajos para inmovilizado	774	794	(2,5)	1,0
Gastos por operaciones	(36.149)	(39.112)	(7,6)	3,8
Aprovisionamientos	(15.182)	(17.041)	(10,9)	(0,5)
Gastos de personal	(7.098)	(7.208)	(1,5)	5,2
Otros gastos operativos	(13.869)	(14.863)	(6,7)	8,0
Otros ingresos (gastos) netos	200	212	(6,0)	37,7
Resultado de enajenación de activos	327	161	n.s.	(39,5)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(13)	(39)	(65,8)	(66,5)
<b>Resultado operativo antes de amor Telefonica (OIBDA)</b>	<b>15.515</b>	<b>19.077</b>	<b>(18,7)</b>	<b>0,2</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>30,8%</b>	<b>33,4%</b>	<b>(2,6 p.p.)</b>	<b>(0,8 p.p.)</b>
Amortizaciones de inmovilizado	(8.548)	(9.627)	(11,2)	(1,6)
<b>Resultado operativo (OI)</b>	<b>6.967</b>	<b>9.450</b>	<b>(26,3)</b>	<b>1,9</b>
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	(510)	(304)	68,2	
Resultados financieros	(2.822)	(2.866)	(1,6)	
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>3.635</b>	<b>6.280</b>	<b>(42,1)</b>	
Impuesto de Sociedades	(383)	(1.311)	(70,8)	
<b>Resultado del ejercicio operaciones continuadas</b>	<b>3.252</b>	<b>4.969</b>	<b>(34,6)</b>	
Resultados atribuibles a intereses minoritarios	(251)	(376)	(33,2)	
<b>Resultado neto</b>	<b>3.001</b>	<b>4.593</b>	<b>(34,7)</b>	
<b>Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)</b>	<b>4.606</b>	<b>4.628</b>	<b>(0,5)</b>	
<b>Resultado neto básico por acción (euros)</b>	<b>0,61</b>	<b>0,99</b>	<b>(38,1)</b>	

### Notas:

- El resultado básico por acción se ha obtenido dividiendo la cifra del resultado del periodo atribuido a los accionistas de la sociedad dominante, ajustado por la imputación al ejercicio del cupón neto correspondiente a los "Otros instrumentos de patrimonio", entre la media ponderada de acciones ordinarias en circulación durante el periodo.
- A efectos del cálculo del resultado neto básico por acción, la media ponderada de acciones en circulación durante el periodo ha sido obtenida aplicando las disposiciones de la NIC 33 "Ganancias por acción". Por tanto, no computan como acciones en circulación la media ponderada de acciones en autocartera durante el periodo.
- En el cálculo del resultado por acción (básico y diluido), los denominadores han sido ajustados para reflejar aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones en circulación sin una variación asociada a la cifra de patrimonio neto, como si estas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Tal es el caso de las ampliaciones de capital liberadas realizadas en 2014 y 2012 para atender el 'script dividend'. Asimismo, las acciones ordinarias que serían emitidas para la conversión de los bonos obligatoriamente convertibles emitidos el 24 de septiembre de 2014 se han incluido en el cálculo desde dicha fecha.
- Los datos reportados de 2013 y 2014 incluyen los ajustes por inflación en Venezuela en ambos ejercicios.
- Los resultados consolidados del Grupo Telefónica consolidan los resultados de E-Plus desde el cuarto trimestre de 2014 y desconsolidan los resultados de Telefónica República Checa desde el primer trimestre de 2014 y de Telefónica Irlanda desde el tercer trimestre de 2014.



# Reportado vs. orgánico

## Telefónica. Reportado vs. orgánico

	enero - diciembre			%	
	2014 Reportado	2014 Orgánico	2013 Orgánico	Var. orgánica internatural	Var. orgánica internatural
Importe neto de la cifra de negocios	50.377	55.959	54.523	2,6	(11,7)
OIBDA	15.515	18.156	18.129	0,2	(18,7)
Margen OIBDA	30,8%	32,4%	33,2%	(0,8 p.p)	(2,6 p.p.)
Resultados Operativos (OI)	6.967	9.378	9.203	1,9	(26,3)
CapEx	9.448	9.119	7.866	16,9	0,6
OpCF (OIBDA-CapEx)	6.067	8.957	10.263	(12,7)	(37,3)

	2014	2013
<b>Ingresos reportados</b>	<b>50.377</b>	<b>57.061</b>
Impacto tipo de cambio	6.549	
Hiperinflación en Venezuela	(187)	(556)
Cambios en el perímetro de consolidación	(780)	(1.983)
<b>Ingresos orgánicos</b>	<b>55.959</b>	<b>54.523</b>
<b>OIBDA reportado</b>	<b>15.515</b>	<b>19.077</b>
Impacto de cambio	2.360	
Hiperinflación en Venezuela	(69)	(203)
Venta de torres	(197)	(111)
Provisión de gastos de reestructuración	670	
Ajuste de valor T. Irlanda		16
Ajuste de valor T. República Checa		176
Venta Hispasat		(21)
Venta TMAS		(7)
Cambios en el perímetro de consolidación	(122)	(798)
<b>OIBDA orgánico</b>	<b>18.156</b>	<b>18.129</b>
<b>CapEx reportado</b>	<b>9.448</b>	<b>9.395</b>
Impacto tipo de cambio	1.796	
Hiperinflación en Venezuela	(35)	(58)
Adquisición de espectro	(1.706)	(1.223)
Calificación urbanística de inmuebles	(49)	
Sede Telefónica Barcelona	(29)	
Provisión de gastos de reestructuración	(40)	
Cambios en el perímetro de consolidación	(185)	(248)
<b>CapEx orgánico</b>	<b>9.119</b>	<b>7.866</b>

- La apertura de los efectos para la reconciliación reportado orgánico 2014 excluye los impactos derivados del tipo de cambio y por tanto se asumen a tipos de cambio promedio constantes a diciembre de 2013. El impacto del tipo de cambio sobre dichos efectos se recoge en su totalidad en el epígrafe 'impacto de cambio'.

- Criterio orgánico: Se asumen tipos de cambio promedio constantes de 2013 (promedio de 2013), se excluye el impacto del ajuste por inflación en Venezuela en ambos ejercicios y se considera perímetro de consolidación constante. A nivel de OIBDA y OI, se excluyen saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías, ventas de torres e impactos no recurrentes materiales. En 2014 se excluye la provisión por gastos de reestructuración, alienado con las iniciativas de simplificación que el grupo está implementando, devengados principalmente en el cuarto trimestre. Adicionalmente, el CapEx excluye inversiones en espectro y en 2014 excluye cambios en la calificación urbanística de inmuebles y la inversión en la sede de Telefónica en Barcelona.

# Estado situación financiera consolidado

## Telefónica. Estado de situación financiera consolidado

Datos no auditados (millones de euros)	diciembre 2014	diciembre 2013	% Var
Activos no corrientes	99.435	89.597	11,0
Intangibles	22.353	18.548	20,5
Fondo de comercio	25.111	23.434	7,2
Inmovilizado material y propiedades de inversión	33.343	31.040	7,4
Inversiones puestas en equivalencia	788	2.424	(67,5)
Activos financieros no corrientes	10.973	7.775	41,1
Activos por impuestos diferidos	6.867	6.376	7,7
Activos corrientes	22.864	29.265	(21,9)
Existencias	934	985	(5,2)
Deudores y otras cuentas a cobrar	10.606	9.640	10,0
Administraciones Públicas deudoras	1.749	1.664	5,1
Activos financieros corrientes	2.932	2.117	38,5
Efectivo y equivalentes de efectivo	6.529	9.977	(34,6)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	114	4.882	(97,7)
<b>Total Activo = Total Pasivo</b>	<b>122.299</b>	<b>118.862</b>	<b>2,9</b>
Patrimonio Neto	30.289	27.482	10,2
Patrimonio neto atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante y a otros tenedores de instrumentos de patrimonio	21.115	21.185	(0,3)
Patrimonio neto atribuible a intereses minoritarios	9.174	6.297	45,7
Pasivos no corrientes	62.311	62.236	0,1
Deuda financiera a largo plazo	50.688	51.172	(0,9)
Acreedores y otras cuentas a pagar a largo plazo	2.377	1.701	39,8
Pasivos por impuestos diferidos	2.566	3.063	(16,2)
Provisiones a largo plazo	6.680	6.300	6,0
Pasivos corrientes	29.699	29.144	1,9
Deuda financiera a corto plazo	9.094	9.527	(4,5)
Acreedores y otras cuentas a pagar a corto plazo	16.943	15.221	11,3
Administraciones Públicas acreedoras	2.026	2.203	(8,1)
Provisiones a corto plazo	1.595	1.271	25,5
Pasivos asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta	41	922	(95,6)
<b>Datos financieros</b>			
Deuda financiera neta <sup>(1)</sup>	45.087	45.381	(0,6)

Nota:

- Los datos reportados de 2013 y 2014 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

(1) Cifras en millones de euros. La deuda financiera neta en diciembre de 2014 incluye: Deuda financiera a largo plazo + Acreedores y otras cuentas a pagar a largo plazo (1.276) + Deuda financiera a corto plazo + Acreedores y otras cuentas a pagar a corto plazo (210) - Activos financieros no corrientes (6.267) - Activos financieros corrientes - Deudores y otras cuentas a pagar CP (453) - Efectivo y equivalentes de efectivo.



# Flujo de caja y variación de deuda

## Telefónica. Flujo de caja y variación de deuda

		enero - diciembre		
Datos no auditados (millones de euros)		2014	2013	% Var
<b>I</b>	<b>Flujo de caja operacional</b>	<b>15.940</b>	<b>18.566</b>	<b>(14,1)</b>
II	Pagos de intereses financieros netos <sup>(1)</sup>	(2.530)	(2.415)	
III	Pago de impuestos sobre sociedades	(1.187)	(1.806)	
<b>A=I+II+III</b>	<b>Flujo de caja neto operativo antes de inversiones</b>	<b>12.224</b>	<b>14.346</b>	<b>(14,8)</b>
B	Pagos netos por inversión en activos materiales e inmateriales	(8.870)	(9.140)	
	Espectro <sup>(2)</sup>	(932)	(1.499)	
<b>C=A+B</b>	<b>Flujo de caja operativo retenido</b>	<b>3.354</b>	<b>5.206</b>	<b>(35,6)</b>
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	5	26	
E	Pagos netos por inversión financiera <sup>(3)</sup>	(536)	(110)	
F	Pagos netos por operaciones con accionistas minoritarios y con acciones propias <sup>(4)</sup>	144	397	
<b>G=C+D+E+F</b>	<b>Flujo de caja libre después de dividendos</b>	<b>2.967</b>	<b>5.519</b>	<b>(46,3)</b>
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	2.405	(168)	
I	Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	268	(191)	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	45.381	51.259	
<b>K=J-G+H+I</b>	<b>Deuda financiera neta al final del periodo</b>	<b>45.087</b>	<b>45.381</b>	<b>(0,6)</b>

- Nota: Los datos reportados de 2013 y 2014 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

(1) Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.

(2) En 2014 incluye los siguientes pagos de espectro: 545 millones de euros en Brasil, 166 millones de euros en Argentina, 93 millones de euros en Colombia, 82 millones de euros en Panamá, 39 millones de euros en Venezuela, 5 millones de euros en Reino Unido y 2 millones de euros en Nicaragua. En 2013: 669 millones de euros en Reino Unido, 531 millones de euros en Brasil, 119 millones de euros en Perú, 73 millones de euros en Colombia, 69 millones de euros en España, 24 millones de euros en Uruguay, 8 millones de euros en Irlanda, 4 millones de euros en México y 1 millón de euros en Nicaragua.

(3) En 2014 incluye el cobro de 2.163 millones de euros por la venta de T. República Checa, 754 millones de euros por la venta de T. Irlanda, 814 millones de euros de la ampliación de capital de Telefónica Deutschland y el cobro de 687 millones de euros de la venta del 2,5% de China Unicom. También incluye el pago de 4,569 millones de euros de la adquisición de E-Plus y 325 millones de euros por la adquisición del 22% de Mediaset en DTS.

(4) Pagos de dividendos de Telefónica S.A., operaciones por acciones propias, emisiones de obligaciones perpetuas subordinadas, emisiones de bonos obligatoriamente convertibles en acciones de Telefónica S.A. y operaciones con accionistas minoritarios por las filiales consolidadas por integración global.

# Reconciliaciones del flujo de caja con OIBDA menos CapEx

## Telefónica. Reconciliaciones del flujo de caja con obida menos capex

Datos no auditados (millones de euros)	enero - diciembre		
	2014	2013	% Var
<b>OIBDA</b>	<b>15.515</b>	<b>19.077</b>	<b>(18,7)</b>
- CapEx devengado en el periodo	(9.448)	(9.395)	
- Pagos por amortización de compromisos	(789)	(789)	
- Pago de intereses financieros netos	(2.530)	(2.415)	
- Pago de impuestos sobre sociedades	(1.187)	(1.806)	
- Resultado por enajenación de activos y bajas de fondo de comercio y activos fijos	(314)	(122)	
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	2.107	656	
<b>= Flujo de caja operativo retenido</b>	<b>3.354</b>	<b>5.206</b>	<b>(35,6)</b>
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria	5	26	
- Pagos netos por inversión financiera	(536)	(110)	
- Operaciones con accionistas minoritarios y acciones propias	144	397	
<b>= Flujo de caja libre después de dividendos</b>	<b>2.967</b>	<b>5.519</b>	<b>(46,3)</b>

Datos no auditados (millones de euros)	enero - diciembre		
	2014	2013	% Var
<b>Flujo de caja operativo retenido</b>	<b>3.354</b>	<b>5.206</b>	<b>(35,6)</b>
+ Pagos por amortización de compromisos	789	789	
- Operaciones con accionistas minoritarios	(327)	(604)	
<b>= Flujo de caja libre</b>	<b>3.817</b>	<b>5.391</b>	<b>(29,2)</b>
Número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.606	4.628	
<b>= Flujo de caja libre por acción (euros)</b>	<b>0,83</b>	<b>1,16</b>	<b>(28,9)</b>

### Notas:

- Se utiliza el concepto de 'Flujo de caja libre', el cual refleja el *cash flow* disponible para remuneración al accionista de la matriz Telefónica S.A., protección de los niveles de solvencia (deuda financiera y compromisos) y flexibilidad estratégica.
- Las diferencias con el 'Flujo de caja operativo retenido' de la tabla anterior se deben a que el 'Flujo de caja libre' se calcula antes de amortización de compromisos (por pago de compromisos de origen laboral) y después de las operaciones con accionistas minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.
- En el cálculo del flujo de caja libre por acción, los denominadores han sido ajustados para reflejar aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones de circulación sin una variación asociada en la cifra de patrimonio neto, como si éstas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Tal es el caso de las ampliaciones de capital liberadas realizadas en 2014 y 2012 para atender el 'scrip dividend'. Asimismo, las acciones ordinarias que serían emitidas para la conversión de los bonos obligatoriamente convertibles emitidos el 24 de septiembre de 2014 se han incluido en el cálculo desde dicha fecha.
- Los datos reportados de 2013 y 2014 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.



# Telefónica España

Los resultados de Telefónica España en 2014 han supuesto un punto de inflexión en la transformación de la Compañía, reflejando una gradual recuperación de los ingresos que permite aumentar la sostenibilidad del modelo de negocio y apostar por el crecimiento futuro, en un contexto macroeconómico y competitivo más favorable.

Así, los ingresos han confirmado una clara tendencia de mejora trimestre a trimestre, apoyada en un posicionamiento competitivo diferencial que ha impulsado el nivel de actividad comercial, la penetración de servicios de crecimiento (fibra, TV y 4G), el nivel de fidelidad y la satisfacción de los clientes, y ha permitido estabilizar la base de accesos de mayor valor.

De este modo, a finales de 2014 la Compañía se convierte en líder del mercado de TV de pago con 1,9 millones de clientes (x3 interanual), la fibra 100 Mb supera el millón de clientes (x2 interanual) y la base de contrato móvil presenta ganancia neta positiva en el año por primera vez desde 2011 (excluyendo la desactivación de accesos M2M en el primer trimestre).

A lo largo del año, la oferta comercial ha mejorado de forma continua ofreciendo más valor al cliente. En este sentido, destaca en el porfolio convergente de 'Fusión' el lanzamiento de 'Movistar Fusión TV' en abril, el incremento del volumen de datos móviles y la flexibilización de la contratación de paquetes de contenidos en el tercer trimestre, y el lanzamiento de 'Movistar Series' en diciembre, un servicio de TV 'a la carta' y multipantalla, que por una cuota de 7 euros al mes (IVA incluido) permite disfrutar de series de éxito (algunas de ellas en exclusiva) tan solo un día después de su estreno en Estados Unidos. En la oferta de contrato solo móvil, cabe señalar el lanzamiento en octubre del nuevo porfolio 'VIVE' y su renovación en febrero de 2015, con un incremento del volumen de datos y la introducción de nuevos servicios de valor añadido.

Telefónica España gestiona 41,2 millones de **accesos**, un 1% menos que a cierre de 2013 debido a la desactivación de 569 mil líneas M2M inactivas de contrato móvil en el primer trimestre del año.

⇒ **'Movistar Fusión'** con un parque de 3,7 millones de clientes y 1,4 millones de líneas móviles adicionales, sigue mostrando un crecimiento firme (+27% frente a 2013) y aumentando los niveles de penetración (73% de banda ancha fija y 57% de contrato móvil en el segmento residencial).

Las altas del trimestre que incorporan nuevos servicios representan el 80% (78% el trimestre anterior y 64% el mismo trimestre de 2013), y al mismo tiempo continua aumentando la contratación de productos de mayor calidad (fibra y TV). Así, el 21% de los clientes de 'Fusión' tienen ya Fibra 100 Mb (+8 p.p. interanual) y el 45% disfruta de IPTV (+31 p.p. interanual).

El churn de 'Movistar Fusión' se sitúa en el 1,1% y el ARPU en 69,3 euros.

⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** ascienden a 5,9 millones, con un crecimiento del 1% interanual (39 mil en el año) impulsados por el buen comportamiento de la fibra y la reducción del churn (1,5%, -0,1 p.p. interanual).

Los clientes de **fibra** representan ya el 22% del parque de banda ancha, con 1,3 millones de accesos (más del doble que hace un año) y los accesos de 100 Mb superan el millón de clientes. Asimismo, destaca la mayor preferencia de los clientes por la alta velocidad, ya que 141 mil de los nuevos accesos del último trimestre del año corresponden a la modalidad de 100 Mb, con un churn menor frente al ADSL (x0,5 veces) y un mayor ARPU (10 euros de prima de precio, 12 euros con IVA).

El intenso ritmo de despliegue de fibra alcanza 10,3 millones de unidades inmobiliarias a cierre del año, cumpliendo el objetivo marcado, si bien el ritmo de despliegue futuro está condicionado por la futura regulación.

⇒ La planta de **accesos de televisión de pago** totaliza 1,9 millones y casi triplica la de diciembre de 2013, confirmando el éxito de 'Movistar TV' como palanca clave de diferenciación de la oferta convergente con contenidos de calidad e innovadoras funcionalidades. La ganancia neta asciende a 1,2 millones en el año y destaca el buen comportamiento del churn (1,0%; -1,9 p.p. interanual), que se mantiene en mínimos históricos.

⇒ La base total de **accesos móviles** se sitúa en 17,6 millones, un 8% inferior a la de diciembre de 2013, impactada por la desconexión de 569 mil accesos inactivos M2M de contrato en el primer trimestre mencionada anteriormente.

Es importante destacar la recuperación del parque de contrato, con una ganancia neta positiva de 77 mil accesos en 2014 (excluyendo el impacto de las desconexiones M2M), que supone la vuelta al crecimiento interanual por

primera vez desde 2011 (+0,5% interanual) apoyado en la reducción del churn (-0,2 p.p. frente a 2013) ante la menor pérdida de clientes por portabilidad (-30% interanual) y en el crecimiento de las altas (+10% interanual).

El 78% de los clientes móviles de voz contrato en el segmento residencial ya han migrado a 'Fusión' o a las nuevas tarifas móviles lanzadas a partir de 2013.

Los *smartphones* representan ya el 61% del parque móvil de voz, 10 p.p. más que a diciembre de 2013, impulsando el crecimiento del tráfico de datos (+28% en el conjunto del año). El despliegue de la red LTE continúa avanzando satisfactoriamente y a diciembre de 2014 alcanza una cobertura del 58% de la población.

La mejora en el comportamiento comercial, el crecimiento de los clientes de valor y el menor impacto de los reposicionamientos ha consolidado la estabilización de los **ingresos** de Telefónica España a lo largo del año. Así, en 2014 los ingresos totalizan 12.023 millones de euros, registrando una caída interanual del 7,2% (6,4 p.p. inferior al descenso en 2013).

Dado el alto nivel de convergencia, el desglose de los ingresos por negocios es cada vez menos representativo. No obstante:

- ⇒ Los **ingresos del negocio fijo** (8.543 millones de euros) se reducen un 3,6% interanual en 2014 gracias a un mejor comportamiento de la banda ancha y los nuevos servicios (TV y datos).
- ⇒ Los **ingresos del negocio móvil** (4.556 millones de euros) caen interanualmente un 11,0% en enero-diciembre, debido fundamentalmente a la mejor evolución de los ingresos de clientes.

Los **gastos por operaciones** se sitúan en 6.965 millones de euros en 2014 y se reducen un 1,1% interanual gracias al control de costes y a las eficiencias de transformación de la Compañía comenzadas varios años atrás. Por conceptos:

- ⇒ Los **gastos por aprovisionamientos** (2.592 millones de euros) aumentan un 4,2% respecto a 2013 a pesar del ahorro en costes de interconexión de los dos primeros trimestres, y reflejan principalmente un mayor gasto de terminales móviles y contenidos de TV.

⇒ Los **gastos de personal** (2.139 millones de euros) crecen un 1,2% frente a 2013, debido principalmente a la finalización del plan de reestructuración de plantilla en 2013 (ahorro de 95 millones de euros en 2014) y la cancelación temporal de la aportación de la empresa al plan de pensiones iniciada en abril 2013 y finalizada el 1 de julio de 2014 (ahorro de 28 millones de euros en 2014). A cierre de año, la plantilla de Telefónica España se sitúa en 35.006 empleados.

⇒ **Otros gastos operativos** (2.234 millones de euros) se reducen un 8,5% frente al ejercicio 2013 e incrementan su ritmo de descenso en el cuarto trimestre hasta el 13,6% interanual, reflejando los ahorros obtenidos de los procesos de simplificación, redefinición de canales e internalización de actividades, y a pesar del mayor esfuerzo comercial en publicidad y venta de terminales.

El **OIBDA** en 2014 asciende a 5.671 millones de euros (-10,6% interanual) y está impactado por el mayor esfuerzo comercial realizado para capturar la oportunidad de crecimiento y valor que ofrece el mercado.

La evolución del OIBDA está impactada por la venta de torres tanto en 2014 (191 millones de euros) como en 2013 y por la venta extraordinaria de edificios.

En 2014 el OIBDA disminuye un 12,6% interanual en términos orgánicos y el margen se sitúa en el 47,2% (-2,8 p.p. interanual orgánico).

El **CapEx** alcanza 1.732 millones de euros en 2014 (+13,3% interanual reportado) y crece en términos orgánicos un 15,2% interanual (sin la contabilización de 69 millones de euros asociados a la extensión de la licencia de espectro de 900 MHz en 2013 y 49 millones de euros correspondientes a cambios en la calificación urbanística de inmuebles en 2014, 6 millones en el último trimestre). El aumento interanual refleja el mayor ritmo de conexión de clientes de fibra y TV, así como el rápido despliegue de la red de fibra y LTE, activos diferenciales de la Compañía para mantener el liderazgo en calidad.



# Accesos

## Telefónica España. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>38.196,6</b>	<b>37.695,5</b>	<b>37.171,2</b>	<b>36.663,6</b>	<b>35.588,4</b>	<b>35.702,4</b>	<b>35.845,3</b>	<b>35.836,7</b>	<b>(2,3)</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	11.587,2	11.420,3	11.261,3	11.089,8	10.883,9	10.715,4	10.595,2	10.447,8	(5,8)
ADSL libre	22,9	22,5	22,4	22,8	22,1	21,9	21,9	21,3	(6,6)
Accesos de datos e Internet	5.830,2	5.860,5	5.872,6	5.899,0	5.909,5	5.913,8	5.920,9	5.928,7	0,5
Banda estrecha	53,2	50,2	46,1	38,5	35,9	39,0	35,9	30,9	(19,6)
Banda ancha <sup>(2)</sup>	5.761,7	5.795,6	5.812,3	5.846,8	5.860,3	5.862,0	5.872,7	5.885,9	0,7
Fibra	372,0	430,9	494,0	593,7	701,3	861,0	1.068,9	1.316,8	n.s.
Otros <sup>(3)</sup>	15,3	14,7	14,3	13,7	13,3	12,8	12,3	11,9	(13,7)
Accesos móviles	20.119,3	19.782,3	19.428,0	19.002,1	18.064,7	17.863,6	17.749,7	17.575,4	(7,5)
Prepago	4.966,5	4.769,5	4.560,0	4.262,7	3.996,7	3.767,8	3.559,2	3.328,1	(21,9)
Contrato	15.152,7	15.012,8	14.867,9	14.739,3	14.068,0	14.095,8	14.190,5	14.247,3	3,3
M2M <sup>(4)</sup>	1.927,2	1.961,3	1.979,4	1.991,3	1.446,6	1.491,9	1.566,9	1.612,4	(19,0)
TV de Pago <sup>(5)</sup>	659,9	632,5	609,3	672,7	730,3	1.209,5	1.579,4	1.884,7	n.s.
<b>Accesos Mayoristas</b>	<b>4.502,0</b>	<b>4.626,5</b>	<b>4.792,2</b>	<b>4.990,1</b>	<b>5.150,3</b>	<b>5.238,0</b>	<b>5.309,0</b>	<b>5.366,0</b>	<b>7,5</b>
AMLT <sup>(6)</sup>	485,9	488,6	506,6	525,8	541,7	556,0	564,0	570,6	8,5
Bucle Alquilado	3.358,1	3.475,3	3.619,0	3.787,1	3.910,8	3.979,1	4.034,1	4.087,3	7,9
Bucle Compartido	169,5	157,6	147,3	130,6	116,1	105,5	96,6	94,1	(27,9)
Bucle Desagregado <sup>(7)</sup>	3.188,6	3.317,6	3.471,7	3.656,5	3.794,7	3.873,7	3.937,5	3.993,3	9,2
Mayorista ADSL	657,6	662,2	666,2	676,8	697,5	702,5	710,6	707,8	4,6
Otros <sup>(8)</sup>	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	(28,5)
<b>Total Accesos</b>	<b>42.698,6</b>	<b>42.322,0</b>	<b>41.963,3</b>	<b>41.653,6</b>	<b>40.738,7</b>	<b>40.940,4</b>	<b>41.154,3</b>	<b>41.202,7</b>	<b>(1,1)</b>

Note:

(1) RTB (incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye voz sobre IP y ADSL libre.

(2) Incluye ADSL, satélite, fibra óptica y circuitos de banda ancha.

(3) Circuitos alquilados.

(4) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 569 mil accesos inactivos.

(5) En el segundo trimestre de 2014, los accesos de TV de pago incluyen 131 mil clientes de 'TV Mini'.

(6) Alquiler mayorista de línea.

(7) Incluye bucle compartido desnudo.

(8) Circuitos mayoristas.

## Telefónica España. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	24,7%	24,1%	23,5%	22,4%	22,1%	21,1%	20,1%	18,9%	(3,5 p.p.)
Porcentaje contrato (%)	75,3%	75,9%	76,5%	77,6%	77,9%	78,9%	79,9%	81,1%	3,5 p.p.
Accesos BAM ('000)	7.888,8	8.375,8	8.486,8	8.761,5	9.055,8	9.271,7	9.259,0	9.754,4	11,3%
Penetración BAM (%)	39%	42%	44%	46%	50%	52%	52%	56%	9,4 p.p.
'Smartphones' ('000)	7.230,7	7.841,8	8.027,3	8.382,6	8.738,2	8.989,7	9.008,8	9.535,9	13,8%
Penetración 'smartphones' (%)	41%	45%	47%	50%	54%	56%	57%	61%	10,2 p.p.

## Telefónica España. Accesos fusión.

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Fusión Customers	1.733,7	2.190,7	2.566,2	2.916,3	3.221,3	3.389,3	3.557,5	3.716,9	27,5
Mobile add-ons	704,2	864,6	1.012,2	1.139,9	1.245,0	1.303,6	1.352,9	1.394,9	22,4

## Telefónica España. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>12.023</b>	<b>12.959</b>	<b>(7,2)</b>	<b>(7,2)</b>
<b>Importe neto de la cifra de negocios ex-venta de terminales móviles</b>	<b>11.355</b>	<b>12.417</b>	<b>(8,6)</b>	<b>(8,6)</b>
<b>Negocio Móvil</b>	<b>4.556</b>	<b>5.121</b>	<b>(11,0)</b>	<b>(11,0)</b>
Ingresos de servicio móvil	3.888	4.580	(15,1)	(15,1)
Ingresos de datos	1.508	1.606	(6,1)	(6,1)
Ingresos de terminales	668	542	23,4	23,4
<b>Negocio fijo</b>	<b>8.543</b>	<b>8.861</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(3,6)</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(1)</sup>	4.368	4.289	1,8	1,8
Ingresos de voz y acceso	3.547	4.096	(13,4)	(13,4)
Otros	627	476	31,9	31,9
Trabajos para inmovilizado	316	286	10,5	10,5
Gastos por operaciones	(6.965)	(7.042)	(1,1)	(1,1)
Aprovisionamientos	(2.592)	(2.486)	4,2	4,2
Gastos de personal	(2.139)	(2.113)	1,2	1,2
Otros gastos operativos	(2.234)	(2.442)	(8,5)	(8,5)
Otros ingresos (gastos) netos	32	50	(35,7)	(30,2)
Resultado de enajenación de activos	268	97	n.s.	n.s.
Bajas de fondo de comercio y activos fijos	(3)	(9)	(67,3)	(67,3)
<b>Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)</b>	<b>5.671</b>	<b>6.340</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(12,6)</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>47,2%</b>	<b>48,9%</b>	<b>(1,8 p.p.)</b>	<b>(2,8 p.p.)</b>
<b>CapEx <sup>(2)</sup></b>	<b>1.732</b>	<b>1.529</b>	<b>13,3</b>	<b>15,2</b>
Espectro	-	69	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx) <sup>(2)</sup></b>	<b>3.939</b>	<b>4.811</b>	<b>(18,1)</b>	<b>(21,0)</b>

Nota:

- OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

(1) Incluye servicios de conectividad de BA (minorista y mayorista), servicios de valor añadido, servicios de TV, ingresos de datos y TI y otros servicios de conectividad.

(2) En el tercer y cuarto trimestre de 2014 la variación orgánica excluye también los cambios en la calificación urbanística de inmuebles.



## Telefónica España. Datos operativos operadoras móviles

	2013		2014			
Datos no auditados (miles)	4T	1T	2T	3T	4T	% Var M Local
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>8.768</b>	<b>8.588</b>	<b>8.988</b>	<b>8.992</b>	<b>9.033</b>	<b>3,0</b>
<b>Tráfico de datos (TB) <sup>(1)</sup></b>	<b>13.579</b>	<b>14.058</b>	<b>15.197</b>	<b>18.295</b>	<b>22.278</b>	<b>64,1</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>16,4</b>	<b>16,1</b>	<b>16,0</b>	<b>16,0</b>	<b>15,5</b>	<b>(5,5)</b>
Prepago	6,5	6,3	6,0	6,6	5,9	(9,5)
Contrato <sup>(2)</sup>	22,3	21,0	20,8	20,6	20,0	(10,3)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>7,1</b>	<b>7,1</b>	<b>4,6</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	93,8%	94,8%	95,4%	94,5%	95,3%	1,5 p.p.
<b>Churn</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,5%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,9%</b>	<b>(0,4 p.p.)</b>
Contrato <sup>(2)</sup>	2,0%	2,2%	1,7%	1,5%	1,5%	(0,5 p.p.)

	2013		2014			
Datos no auditados (miles)	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	% Var M Local
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>34.428</b>	<b>8.588</b>	<b>17.575</b>	<b>26.567</b>	<b>35.600</b>	<b>3,4</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>54.590</b>	<b>14.058</b>	<b>29.255</b>	<b>47.549</b>	<b>69.827</b>	<b>27,9</b>
<b>ARPU (EUR) <sup>(1)</sup></b>	<b>17,7</b>	<b>16,1</b>	<b>16,0</b>	<b>16,0</b>	<b>15,9</b>	<b>(10,1)</b>
Prepago	7,3	6,3	6,1	6,3	6,2	(14,5)
Contrato <sup>(2)</sup>	24,0	21,0	20,9	20,8	20,6	(14,2)
<b>ARPU de datos (EUR) <sup>(1)</sup></b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>7,0</b>	<b>7,0</b>	<b>3,6</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	92,1%	94,8%	95,1%	94,9%	95,0%	2,8 p.p.
<b>Churn <sup>(1)</sup></b>	<b>2,2%</b>	<b>3,5%</b>	<b>2,8%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,1 p.p.</b>
Contrato <sup>(2)</sup>	2,0%	2,2%	1,9%	1,8%	1,7%	(0,3 p.p.)

### Notes:

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el período.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1 TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Impactado por la desconexión en el primer trimestre de 2014 de 569 mil accesos M2M inactivos.

(2) Excluye M2M.

# Telefónica Reino Unido

(Variaciones interanuales en moneda local)

En enero de 2015, Telefónica y Hutchison Whampoa acordaron iniciar negociaciones no vinculantes en exclusiva para la posible adquisición de O2 UK por un precio indicativo de 10.250 millones de libras esterlinas en efectivo.

Telefónica Reino Unido presenta unas tendencias sólidas, asentadas en la solidez de la marca O2, el éxito de las ofertas comerciales y la fidelización de los clientes. Así, la Compañía registra crecimiento interanual positivo de ingresos, una fuerte actividad comercial de contrato y prepago y un margen OIBDA estable en el conjunto del año.

El rápido despliegue de LTE continúa, alcanzando un 58% de cobertura exterior a diciembre (+20 p.p. interanual), representando una importante oportunidad de seguir aumentando el tráfico de datos (el uso de datos de los clientes LTE es tres veces superior al de 3G) y se traduce en un incremento del ARPU en la parte alta de un dígito. Así, los clientes LTE representan el 19% de la base móvil a finales de diciembre.

Los **accesos totales** crecen un 3% interanual y se sitúan en 24,7 millones a finales de 2014. Cabe destacar:

- ⇒ Los **accesos móviles totales** alcanzan 24,5 millones a finales de 2014 (+4% interanual). Los **clientes móviles de contrato** crecen un 6% interanual hasta representar un 56% de la base en diciembre (+2 p.p. interanual). Los **clientes móviles de prepago** permanecen estables interanualmente, revirtiendo la tendencia de descenso de trimestres anteriores (-1% a finales de septiembre).
- ⇒ La ganancia neta en 2014 asciende a 830 mil (+6% interanual).
- ⇒ El **churn de contrato**, excluyendo M2M, se mantiene en unos niveles líderes en el mercado del 1,0%, mejorando interanualmente 0,1 p.p.
- ⇒ Los **'smartphones'** se sitúan en 11,3 millones a finales de diciembre, con una penetración del 52% (+3 p.p. interanual).

⇒ El **tráfico de datos** aumenta un 72% interanual en 2014 y acelera su crecimiento hasta el 87% en el cuarto trimestre, gracias a la mayor penetración de *smartphones* y a un mayor uso por cliente.

⇒ El **ARPU**<sup>1</sup> sigue presentando una tendencia de mejora interanual.

Los **ingresos** del periodo octubre-diciembre aceleran su crecimiento hasta el 5,4% interanual, excluyendo el impacto de 'O2 Refresh' y hasta un aumento positivo en el año del 0,6%. Los ingresos reportados alcanzan 7.062 millones de euros (+0,2% interanual en 2014), gracias a las mejores tendencias de los ingresos de servicio móvil y al crecimiento de los ingresos de terminales, apoyados en la fuerte actividad comercial de terminales de gama alta.

Los **ingresos de servicio móvil**, excluyendo el impacto de 'O2 Refresh', mejoran su crecimiento hasta el 2,9% interanual en el cuarto trimestre por el fuerte aumento de los accesos, el incremento del uso de datos y la estabilización de precios. Los ingresos del servicio móvil ascienden a 5.397 millones de euros en 2014 (-6,2% interanual).

Los **ingresos de datos** crecen un 1,5% en el conjunto del año, impulsados por el continuo crecimiento de los ingresos de datos no-SMS (+18,6% interanual). Así, los ingresos de datos no-SMS aumentan su peso en 8 p.p. interanualmente hasta representar un 58% de los ingresos de datos, mientras que los ingresos de datos representan un 57% de los ingresos de servicio móvil (+4 p.p. interanual).

Los **gastos de operaciones** alcanzan 5.485 millones de euros en el año, un 0,9% inferior que en 2013.

⇒ Los **aprovisionamientos** (3.520 millones de euros) descienden en 2014 un 1,8% interanual, debido a los menores gastos de terminación móvil. Asimismo, cabe mencionar que en el primer trimestre de 2014 se registró un impacto positivo no recurrente de 24 millones de euros (ajuste de comisiones pasadas).

1. Los ingresos procedentes del modelo 'O2 Refresh' no se registran dentro de los ingresos de servicio móvil, sino como ingresos por venta de terminales, lo que implica que el incremento de las ventas de 'smartphones' no tiene reflejo en la evolución del ARPU.



⇒ Los **gastos de personal** se sitúan en 460 millones de euros y descienden un 1,2% interanual, debido a la anualización de los beneficios por la externalización del servicio de atención al cliente. El comportamiento del año (-19,6% interanual) está también afectado por gastos de reestructuración no recurrentes (5 millones de euros en el primer trimestre de 2014 y 48 millones de euros en el primer semestre de 2013).

⇒ **Otros gastos operativos** aumentan un 9,1% interanual en el año hasta 1.505 millones de euros, debido a la externalización de las actividades de atención al cliente.

El **OIBDA** alcanza 1.744 millones de euros en 2014 (+1,1% interanual) y está impactado por efectos no recurrente fundamentalmente de la venta de activos del negocio fijo en 2013 (73 millones en el segundo trimestre de 2013; 10 millones de euros en el cuarto trimestre de 2013 y 34 millones de euros en el tercer trimestre de 2014). Excluyendo estos efectos, así como el ajuste de comisiones y los gastos de reestructuración anteriormente mencionados, el OIBDA del cuarto trimestre permanece prácticamente estable (-0,6% interanual frente a -4,8% interanual en el tercer trimestre) y crece un 1,3% en el conjunto del año.

Todo esto se traduce en un **margen OIBDA** del 24,7% en 2014 (+0,2 p.p. interanual; +0,3 p.p. excluyendo los efectos no recurrentes mencionados anteriormente). 'O2 Refresh' contribuye con 3,7 p.p. al margen OIBDA anual, pero tiene un impacto prácticamente neutral en el crecimiento interanual.

El **CapEx** alcanza 755 millones de euros en 2014, y aumenta un 7,5% interanual excluyendo la adquisición de espectro (719 millones de euros en 2013), destacando fundamentalmente la expansión de LTE.

El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** se sitúa en 989 millones de euros.

# Accesos

## Telefónica Reino Unido. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>23.814,0</b>	<b>23.326,8</b>	<b>23.639,5</b>	<b>23.872,0</b>	<b>23.803,9</b>	<b>24.001,3</b>	<b>24.324,5</b>	<b>24.726,4</b>	<b>3,6</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	384,5	192,7	198,7	208,2	211,4	217,9	221,5	228,0	9,5
Accesos de datos e Internet	519,4	10,4	13,6	14,8	16,4	16,8	17,8	19,2	29,8
Banda ancha	519,4	10,4	13,6	14,8	16,4	16,8	17,8	19,2	29,8
Accesos móviles	22.910,1	23.123,7	23.427,2	23.649,0	23.576,1	23.766,6	24.085,2	24.479,1	3,5
Prepago	10.758,0	10.680,0	10.764,7	10.764,7	10.556,7	10.548,6	10.658,4	10.761,2	(0,0)
Contrato	12.152,1	12.443,7	12.662,4	12.884,3	13.019,4	13.218,0	13.426,7	13.717,9	6,5
M2M	1.750,5	1.872,3	1.943,3	1.974,5	2.038,0	2.096,1	2.116,2	2.192,0	11,0
<b>Accesos Mayoristas <sup>(2)</sup></b>	<b>42,4</b>	<b>36,8</b>	<b>40,7</b>	<b>31,6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Accesos</b>	<b>23.856,4</b>	<b>23.363,6</b>	<b>23.680,2</b>	<b>23.903,6</b>	<b>23.803,9</b>	<b>24.001,3</b>	<b>24.324,5</b>	<b>24.726,4</b>	<b>3,4</b>

## Telefónica Reino Unido. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	47,0%	46,2%	45,9%	45,5%	44,8%	44,4%	44,3%	44,0%	(1,6 p.p)
Porcentaje contrato (%)	53,0%	53,8%	54,1%	54,5%	55,2%	55,6%	55,7%	56,0%	1,6 p.p
Accesos BAM ('000)	10.214,3	10.354,3	10.647,7	10.955,8	11.044,9	10.979,5	11.338,9	11.880,2	8,4%
Penetración BAM (%)	45%	45%	45%	46%	47%	46%	47%	49%	2,2 p.p
'Smartphones' ('000)	9.718,0	9.866,1	10.158,3	10.478,0	10.566,8	10.501,2	10.835,1	11.338,0	8,2%
Penetración 'smartphones' (%)	47%	48%	48%	49%	50%	50%	50%	52%	2,7 p.p

(1) RTB (incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

(2) En el primer trimestre de 2014 la compañía dejó de ofrecer servicio mayorista.

## Telefónica Reino Unido. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Inporte neto de la cifra de negocios</b>	<b>7.062</b>	<b>6.692</b>	<b>5,5</b>	<b>0,2</b>
Ingresos de servicio móvil	5.397	5.461	(1,2)	(6,2)
Ingresos de datos	3.096	2.897	6,9	1,5
Ingresos de terminales y otros	1.665	1.231	35,3	28,4
Trabajos para inmovilizado	122	113	8,6	3,1
Gastos por operaciones	(5.485)	(5.256)	4,4	(0,9)
Aprovisionamientos	(3.520)	(3.403)	3,4	(1,8)
Gastos de personal	(460)	(543)	(15,3)	(19,6)
Otros gastos operativos	(1.505)	(1.310)	14,9	9,1
Otros ingresos (gastos) netos	(4)	0	n.s.	n.s.
Resultado de enajenación de activos	59	88	(33,8)	(37,1)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(10)	0	c.s.	c.s.
<b>Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)</b>	<b>1.744</b>	<b>1.637</b>	<b>6,5</b>	<b>1,1</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>24,7%</b>	<b>24,5%</b>	<b>0,2 p.p.</b>	
<b>CapEx</b>	<b>755</b>	<b>1.385</b>	<b>(45,5)</b>	<b>7,5</b>
Espectro	-	719	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx)</b>	<b>989</b>	<b>252</b>	<b>n.s.</b>	<b>(3,2)</b>

Nota:

- OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.



## Telefónica Reino Unido. Datos operativos operadoras móviles

Datos no auditados (miles)	2013		2014			% Var M Local
	4T	1T	2T	3T	4T	
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>12.238</b>	<b>11.973</b>	<b>12.361</b>	<b>12.252</b>	<b>12.510</b>	<b>2,2</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>14.684</b>	<b>15.978</b>	<b>20.550</b>	<b>24.199</b>	<b>27.524</b>	<b>87,4</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>19,0</b>	<b>18,5</b>	<b>18,9</b>	<b>19,3</b>	<b>18,6</b>	<b>(7,8)</b>
Prepago	7,4	7,0	7,3	7,6	7,4	(6,8)
Contrato (1)	33,6	32,8	33,3	33,7	32,5	(9,2)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>10,3</b>	<b>10,6</b>	<b>10,9</b>	<b>11,1</b>	<b>10,7</b>	<b>(2,3)</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	50,1%	56,5%	58,0%	58,5%	58,7%	8,6 p.p.
<b>Churn</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>(0,5 p.p.)</b>
Contrato (1)	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%	(0,1 p.p.)

Datos no auditados (miles)	2013		2014			% Var M Local
	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>48.479</b>	<b>11.973</b>	<b>24.334</b>	<b>36.587</b>	<b>49.096</b>	<b>1,3</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>51.319</b>	<b>15.978</b>	<b>36.528</b>	<b>60.727</b>	<b>88.251</b>	<b>72,0</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>19,6</b>	<b>18,5</b>	<b>18,7</b>	<b>18,9</b>	<b>18,8</b>	<b>(8,8)</b>
Prepago	7,7	7,0	7,2	7,3	7,3	(9,3)
Contrato (1)	35,0	32,8	33,0	33,3	33,1	(10,1)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>10,4</b>	<b>10,6</b>	<b>10,7</b>	<b>10,8</b>	<b>10,8</b>	<b>(1,5)</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	50,0%	56,5%	57,3%	57,7%	57,9%	7,9 p.p.
<b>Churn</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>(0,4 p.p.)</b>
Contrato (1)	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%	(0,1 p.p.)

### Notas:

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el período.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1 TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Excluye M2M.

# Telefónica Deutschland

El cuarto trimestre de 2014 refleja el inicio de la nueva Telefónica Deutschland, después de la integración del Grupo E-Plus desde el 1 de octubre de 2014. El objetivo de la nueva compañía es convertirse en la operadora de telecomunicaciones digital líder en Alemania, partiendo de un claro primer puesto en clientes móviles, con 42,1 millones de accesos a finales de diciembre.

La Compañía prevé la generación de más de 5.000 millones de euros de sinergias, con una contribución anual al flujo de caja operativo de 800 millones de euros a partir del quinto año desde su integración, procedentes principalmente de la combinación de redes, la reducción de tiendas, la disminución de personal y las nuevas oportunidades de generar ingresos.

Desde el 3 de febrero de 2015, la Compañía da acceso LTE a todos los clientes de O2 en contrato e inicia una campaña de marketing en el país para impulsar esta tecnología como la principal palanca de un entorno más digital. Desde el mismo día, se renuevan las tarifas 'O2 Blue', aumentando el límite disponible de datos. Adicionalmente, se incluye un nuevo paquete europeo 'Roam like home' a partir de la tarifa 'L' y se incorpora una nueva función de ampliación automática de datos que garantiza la calidad del servicio contratado y sin interrupciones cuando se alcanza el límite mensual disponible.

A finales de diciembre, los **accesos totales** de Telefónica Deutschland se sitúan en 47,7 millones, con una fuerte actividad comercial en contrato móvil en el trimestre y una mejor tendencia de los accesos minorista de DSL, que reflejan la mayor demanda de velocidades más altas.

Los aspectos operativos más destacados son:

⇒ Los **clientes móviles de contrato** alcanzan 18,8 millones a finales de diciembre, mientras que los **accesos de prepago** se sitúan en 23,4 millones, con un sólido comportamiento de los principales socios. El **total de accesos móviles** (42,1 millones) se duplican frente al año anterior (consecuencia de la incorporación de E-Plus), y los clientes de contrato representan un 45% del total de la base.

⇒ La **penetración de 'smartphones'** alcanza un 29% a finales del cuarto trimestre ante el sostenido foco comercial en canjes y paquetes de tarifas de *smartphone* con terminal.

Los **ingresos** se sitúan en 5.522 millones de euros en el periodo enero-diciembre de 2014, un 12,4% superior al del mismo periodo del año anterior por la consolidación del Grupo E-Plus desde el 1 de octubre de 2014.

Para el conjunto del año 2014 (incluyendo la nueva Telefónica Deutschland en el cuarto trimestre), los **ingresos de servicio móvil** ascienden a 3.580 millones de euros, y consolidan su evolución positiva interanual (incluyendo los ingresos de servicio de ambas Compañías en el último trimestre de 2013). Esto se debe fundamentalmente al impulso de las marcas 'premium', con una composición favorable continua tanto en nuevas adquisiciones como en renovaciones de tarifas y a la mayor demanda de LTE.

Los **ingresos de datos móviles** se sitúan en 1.793 millones de euros en 2014, representando ya un 50% de los ingresos de servicio móvil. Los **ingresos de datos no-SMS** crecen hasta 1.277 millones de euros en enero-diciembre, aumentando su peso sobre los ingresos de datos hasta el 71%.

Los **ingresos de terminales** aumentan hasta 795 millones de euros en 2014, por la buena evolución de nuevos terminales y paquetes con tarifas.

Los **ingresos del negocio fijo** alcanzan 1.138 millones de euros en 2014 (-7,8% interanual).

El ejercicio 2014 está significativamente afectado por una provisión de reestructuración, sin impacto en caja, de 409 millones de euros, tras la adquisición del Grupo E-Plus. El programa de reestructuración de plantilla por 321 millones de euros en el conjunto del año afecta a la evolución de los gastos de personal.



Los **gastos por operaciones** alcanzan 4.817 millones de euros en 2014, impactados significativamente por la provisión mencionada anteriormente.

Por conceptos:

- ⇒ Los **aprovisionamientos**, 2.144 millones de euros en enero-diciembre están principalmente afectados por la mayor venta de terminales, en un contexto de intensa actividad comercial.
- ⇒ Los **gastos de personal** se sitúan en 828 millones de euros en 2014, impactados en gran medida por los gastos de reestructuración derivados de la adquisición del Grupo E-Plus anteriormente mencionados.
- ⇒ **Otros gastos operativos** (1.846 millones de euros en enero-diciembre) aumentan debido al continuo gasto comercial para captar oportunidades por la mayor demanda de LTE en el mercado.

El **OIBDA** de 2014 asciende a 733 millones de euros. El margen OIBDA, excluyendo los gastos de reestructuración, alcanza un 13,3% en el año. Asimismo, cabe mencionar que el OIBDA del cuarto trimestre de 2013 está afectado por el efecto positivo de las plusvalías obtenidas de la venta de activos de 76 millones de euros.

El **CapEx** para el conjunto del año 2014 se sitúa en 849 millones de euros, y está claramente centrado en el despliegue acelerado de LTE (cobertura exterior de 62% al cierre de diciembre; +20 p.p. interanual), y las actividades iniciales para la integración de las dos compañías.

# Accesos

## Telefónica Deutschland. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>24.218,9</b>	<b>24.216,2</b>	<b>24.306,2</b>	<b>24.042,0</b>	<b>23.875,7</b>	<b>23.964,3</b>	<b>24.113,2</b>	<b>46.548,3</b>	<b>93,6</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	2.212,8	2.176,0	2.144,9	2.124,9	2.109,1	2.078,2	2.050,9	2.036,4	(4,2)
Accesos de datos e Internet	2.630,2	2.583,1	2.543,5	2.516,1	2.491,7	2.450,2	2.413,4	2.387,0	(5,1)
Banda estrecha	294,6	287,9	277,2	271,7	265,8	258,8	252,5	243,2	(10,5)
Banda ancha	2.335,6	2.295,1	2.266,2	2.244,3	2.225,9	2.191,4	2.160,8	2.143,8	(4,5)
Accesos móviles	19.324,5	19.411,1	19.576,4	19.401,0	19.274,9	19.435,9	19.648,9	42.124,9	117,1
Prepago	9.123,6	9.150,6	9.260,7	9.114,9	8.910,9	8.919,7	8.989,3	23.350,7	156,2
Contrato <sup>(2)</sup>	10.200,9	10.260,5	10.315,7	10.286,1	10.364,0	10.516,1	10.659,6	18.774,1	82,5
M2M	82,9	84,7	89,9	90,5	94,6	97,5	106,0	414,0	n.s.
Tv de Pago <sup>(3)</sup>	51,3	46,0	41,5	-	-	-	-	-	-
<b>Accesos Mayoristas</b>	<b>1.112,9</b>	<b>1.127,2</b>	<b>1.130,4</b>	<b>1.125,0</b>	<b>1.128,0</b>	<b>1.151,8</b>	<b>1.137,6</b>	<b>1.113,3</b>	<b>(1,0)</b>
<b>Total Accesos</b>	<b>25.331,8</b>	<b>25.343,3</b>	<b>25.436,6</b>	<b>25.166,9</b>	<b>25.003,7</b>	<b>25.116,1</b>	<b>25.250,8</b>	<b>47.661,5</b>	<b>89,4</b>

## Telefónica Deutschland. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	47,2%	47,1%	47,3%	47,0%	46,2%	45,9%	45,7%	55,4%	8,5 p.p.
Porcentaje contrato (%)	52,8%	52,9%	52,7%	53,0%	53,8%	54,1%	54,3%	44,6%	(8,5 p.p.)
Accesos BAM ('000)	6.142,9	6.339,2	6.559,5	6.780,1	6.994,0	7.120,5	7.341,7	13.697,5	102,0%
Penetración BAM (%)	32%	33%	34%	35%	36%	37%	37%	33%	(2,4 p.p.)
'Smartphones' ('000)	5.059,8	5.260,5	5.491,4	5.738,0	5.957,2	6.057,2	6.230,7	11.422,2	99,1%
Penetración 'smartphones' (%)	28%	29%	30%	31%	33%	33%	34%	29%	(2,4 p.p.)

- Se consolidan los accesos de E-Plus desde el cuarto trimestre de 2014.

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

(2) En el cuarto trimestre de 2014 se excluyen 428 mil accesos de E-Plus antes de su integración por la armonización de criterios y la desconexión de un socio.

(3) En el cuarto trimestre de 2013, la Compañía dejó de ofrecer servicio de TV.



## Telefónica Deutschland. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>5.522</b>	<b>4.914</b>	<b>12,4</b>	<b>(3,5)</b>
<b>Negocio Móvil</b>	<b>4.375</b>	<b>3.673</b>	<b>19,1</b>	<b>(2,2)</b>
Ingresos de servicio móvil	3.580	2.989	19,8	(2,3)
Ingresos de datos	1.793	1.443	24,3	(1,6)
Ingresos de terminales	795	684	16,2	(1,7)
<b>Negocio fijo</b>	<b>1.138</b>	<b>1.235</b>	<b>7,8</b>	<b>(7,8)</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(1)</sup>	815	869	(6,2)	(6,2)
Ingresos de voz y acceso	306	355	(13,8)	(13,7)
Otros	18	11	61,6	61,6
Trabajos para inmovilizado	92	74	24,3	9,3
Gastos por operaciones	<b>(4.817)</b>	<b>(3.799)</b>	<b>26,8</b>	<b>0,8</b>
Aprovisionamientos	(2.144)	(1.958)	9,5	(3,9)
Gastos de personal	(828)	(419)	97,7	5,6
Otros gastos operativos	(1.846)	(1.423)	29,7	5,7
Otros ingresos (gastos) netos	(64)	43	c.s.	c.s.
Resultado de enajenación de activos	0	76	(99,6)	(99,6)
Bajas de fondo de comercio y activos fijos	0	0	-	-
<b>Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)</b>	<b>733</b>	<b>1.308</b>	<b>(44,0)</b>	<b>(22,1)</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>13,3%</b>	<b>26,6%</b>	<b>(13,4 p.p.)</b>	<b>(5,1 p.p.)</b>
<b>CapEx</b>	<b>849</b>	<b>666</b>	<b>27,5</b>	<b>(6,4)</b>
Espectro	-	-	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx)</b>	<b>(116)</b>	<b>642</b>	<b>c.s.</b>	<b>(38,3)</b>

Nota:

- Los resultados consolidados de Telefónica Deutschland consolidan los resultados de E-Plus desde el cuarto trimestre de 2014.

-OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

(1) Incluye servicios de conectividad de BA (minorista y mayorista), servicios de valor añadido, servicios de TV, ingresos de datos y TI y otros servicios de conectividad.

## Telefónica Deutschland. Datos operativos operadoras móviles

	2013		2014			% Var M Local
	4T	1T	2T	3T	4T	
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>7.520</b>	<b>7.572</b>	<b>7.775</b>	<b>7.398</b>	<b>18.441</b>	<b>n.s</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>10.042</b>	<b>10.569</b>	<b>11.247</b>	<b>12.898</b>	<b>37.159</b>	<b>n.s</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>12,5</b>	<b>12,1</b>	<b>12,5</b>	<b>12,7</b>	<b>10,9</b>	<b>(13,3)</b>
Prepago	5,1	5,0	5,2	5,3	5,6	9,2
Contrato (1)	19,3	18,5	18,8	19,1	17,7	(8,2)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>6,2</b>	<b>6,0</b>	<b>6,1</b>	<b>6,2</b>	<b>5,7</b>	<b>(8,3)</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	69,6%	72,0%	72,5%	73,8%	68,9%	(0,7 p.p.)
<b>Churn</b>	<b>2,8%</b>	<b>2,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,9%</b>	<b>0,1 p.p.</b>
Contrato (1)	2,1%	1,6%	1,3%	1,5%	2,7%	0,6 p.p.

	2013		2014			% Var M Local
	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	
<b>Datos no auditados (miles)</b>						
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>30.152</b>	<b>7.572</b>	<b>15.347</b>	<b>22.745</b>	<b>41.186</b>	<b>0,4</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>36.255</b>	<b>10.569</b>	<b>21.815</b>	<b>34.714</b>	<b>71.873</b>	<b>1,0</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>12,7</b>	<b>12,1</b>	<b>12,3</b>	<b>12,4</b>	<b>11,8</b>	<b>(7,1)</b>
Prepago	5,1	5,0	5,1	5,2	5,4	4,5
Contrato (1)	19,6	18,5	18,7	18,8	18,4	(6,0)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>6,2</b>	<b>6,0</b>	<b>6,1</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>(3,9)</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	66,5%	72,0%	72,3%	72,8%	71,2%	4,7 p.p.
<b>Churn</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,4%</b>	<b>0,1 p.p.</b>
Contrato (1)	1,6%	1,6%	1,4%	1,5%	1,9%	0,3 p.p.

## Notas:

- Los datos operativos incluyen E-Plus con efecto 1 de octubre de 2014.

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo..

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo..

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Excluye M2M.



# Telefónica Brasil

(Variaciones interanuales en términos orgánicos)

Durante el año 2014 Telefónica Brasil ha reforzado significativamente su posición competitiva en el mercado. En el negocio móvil, el foco estratégico en calidad e innovación ha permitido afianzar su liderazgo en los segmentos de mayor valor, capturando más de la mitad de los clientes en el segmento de contrato en el año y más del 38% de los nuevos accesos LTE. En el negocio fijo, se ha avanzado significativamente en el proceso de transformación de la Compañía, acelerando el despliegue de la red de fibra (4,1 millones de unidades inmobiliarias pasadas; 375 mil clientes conectados) e incrementando notablemente los accesos de TV de pago (+20% interanual).

Adicionalmente, se alcanzó un acuerdo con Vivendi para la adquisición de GVT que va a permitir reforzar el posicionamiento competitivo con la creación de una operadora integrada con cobertura nacional y focalizada en clientes de valor. La adquisición está pendiente de la aprobación regulatoria final de Anatel y de la aprobación de Cade, organismo de competencia brasileño.

Por otro lado, en el cuarto trimestre se ha adquirido el espectro adjudicado en la licitación del 30 de septiembre de 2014 de uno de los tres bloques nacionales en la banda de 700 MHz para la prestación de servicios LTE (889 millones de euros que incluyen tanto el coste por la licencia de uso como por la limpieza del espectro radioeléctrico).

Telefónica gestiona en Brasil 95,6 millones de **accesos**, un 3% más respecto a diciembre de 2013, a pesar de la aplicación de criterios más restrictivos en el cálculo de clientes de prepago.

Respecto a la evolución operativa del **negocio móvil**:

⇒ La Compañía continúa liderando el mercado alcanzando una **cuota de mercado** del 28,5% (estable interanualmente), reforzando su liderazgo en el segmento de contrato con una cuota de mercado del 41,8% (+2,0 p.p. interanual) tras haber captado el 56% de los nuevos accesos en el ejercicio. Asimismo destaca el liderazgo en la cuota de mercado en LTE (38,9%), ofreciendo la mayor cobertura del servicio a diciembre de 2014 (140 ciudades).

⇒ Los **accesos móviles** alcanzan 79,9 millones a finales de 2014 (+3% interanual) impulsados por la fuerte expansión de los accesos de contrato (+20% interanual), que representan un 35% del total (+5 p.p. interanual). Asimismo, destaca el fuerte crecimiento de los '**smartphones**' (+77% respecto a cierre de 2013) hasta alcanzar una penetración del 41% (+17 p.p. interanual).

La ganancia neta total asciende a 2,7 millones en el ejercicio. En la **ganancia neta** del último trimestre del año destaca el buen comportamiento de los accesos de contrato que, por séptimo trimestre consecutivo, superan el millón de accesos (4,7 millones en el ejercicio). En el mes de diciembre se ha registrado un nuevo récord de actividad comercial y de ganancia neta de contrato gracias a la nueva oferta comercial que es más simple (importante reducción del número de planes) e incluye más datos móviles. Asimismo, destaca la positiva evolución de 'Multivivo' (compartición de los datos y/o voz entre varios dispositivos), con 2,1 millones de usuarios.

Los accesos de prepago, con una pérdida neta de 2,0 millones en enero-diciembre, están afectados por la aplicación de criterios restrictivos para el cálculo de los clientes al estar centrada la Compañía en la rentabilidad de los mismos, así como por el éxito de las campañas de migración de los clientes de mayor valor hacia contrato. Cabe mencionar la mejora durante el trimestre de las nuevas conexiones a 'Vivo Tudo' (paquete de servicios integrados que tiene como objetivo el uso intensivo de datos), que cierra el año con 13 millones de usuarios.

⇒ El **tráfico de datos** se incrementa un 59% interanual en el ejercicio, apoyado en el fuerte crecimiento de la base de *smartphones*. Del mismo modo, la mayor calidad de los accesos se traduce en un crecimiento del **tráfico de voz** (+9% en el año), que supera ampliamente al de los accesos.

⇒ El **ARPU** permanece relativamente estable en el ejercicio (-0,6%) gracias a la captación de clientes de valor, que permite compensar el fuerte impacto regulatorio. Así, el

ARPU de salida crece un 5,3% interanual, mientras el ARPU de datos crece un 16,0%.

En el **negocio fijo**:

- ⇒ Los **accesos tradicionales** se sitúan en 10,7 millones y permanecen prácticamente estables respecto a diciembre de 2013. En el año se registra una pérdida neta de -4 mil asociada al incremento del churn de clientes de bajo valor tanto de líneas de cobre como de 'Fixed Wireless' por las estrictas políticas de control de crédito que limitan el volumen de altas pero impactan positivamente en su calidad.
- ⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** (3,9 millones de accesos) se mantienen prácticamente sin cambios interanualmente y presentan un cambio neto de +3 mil accesos en el año. La Compañía cierra el ejercicio con 4,1 millones de unidades inmobiliarias pasadas en Sao Paulo (606 mil pasadas en el último trimestre).
- ⇒ Los **accesos de TV de pago** crecen un 20% interanual hasta 771 mil, con una ganancia neta de 131 mil en el ejercicio. Los accesos conectados con fibra a través de tecnología IPTV -con un mayor ARPU respecto al promedio de la planta de TV de pago- se multiplican por 2 frente a 2013 y alcanzan 95 mil accesos.

Respecto a los resultados económicos-financieros cabe recordar que se encuentran afectados por la reducción de tarifas de interconexión llevadas a cabo el 26 de febrero de 2014 en el negocio móvil (-25,0%), la reducción de la tarifa minorista fijo-móvil (VC: -13,0%) y la reducción de la cuota básica establecida por Anatel en el negocio fijo (objetivo de trasladar al cliente los beneficios obtenidos por la fusión de los negocios fijo y móvil), impactando en los resultados desde junio de 2014.

Los **ingresos** ascienden a 11.231 millones de euros presentando un crecimiento interanual del 0,5%. Adicionalmente, el impacto negativo de la regulación reduce esta variación en 3,4 p.p. en 2014.

Los **ingresos del negocio móvil** alcanzan 7.617 millones de euros en el año 2014, con un aumento interanual del 2,9%.

- ⇒ Los **ingresos de servicio móvil** anuales (7.228 millones de euros) crecen interanualmente un 3,8% impulsados por la fuerte expansión de los ingresos de datos y pese al impacto negativo de la regulación (-3,7 p.p. en el crecimiento interanual del ejercicio).
- ⇒ Los **ingresos de datos** aumentan interanualmente un 19,9%, representando un 34% de los ingresos del servicio (+5 p.p. interanual) consecuencia de la fuerte expansión de los datos no-SMS (+38,5% interanual) representando ya el 77% de los datos móviles (+10 p.p. respecto al ejercicio anterior).
- ⇒ Los **ingresos de venta de terminales** disminuyen un 11,9% en el ejercicio debido a la menor actividad comercial incluyendo terminales.

Los **ingresos del negocio fijo** se sitúan en 3.613 millones de euros, un 4,2% inferiores a los de 2013 afectados tanto por el efecto sustitución fijo-móvil como por los impactos regulatorios comentados anteriormente que minoran la variación interanual en 3,4 p.p. en el año.

- ⇒ Los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** aumentan un 4,0% interanual apoyados principalmente en la aceleración del crecimiento de accesos conectados a fibra, con mayor ARPU, y la mayor actividad comercial en TV de pago.
- ⇒ Los **ingresos de voz y acceso** se reducen un 9,2% interanual en 2014 afectados tanto por los impactos regulatorios como por el efecto sustitución fijo-móvil.

Los **gastos por operaciones** en el año 2014 (7.742 millones de euros) permanecen prácticamente estables frente al año anterior. Por conceptos:

- ⇒ Los **aprovisionamientos** (2.680 millones de euros) disminuyen un 6,3% frente a 2013 debido a los menores gastos de interconexión asociados a los cambios regulatorios y al menor consumo de terminales.
- ⇒ Los **gastos de personal** (976 millones de euros) descienden un 4,2% respecto a enero-diciembre de 2013. La comparativa interanual refleja los beneficios derivados de las reestructuraciones de plantilla y bajas incentivadas llevadas a cabo durante 2013 (impacto no recurrente de 25 millones de euros en el cuarto trimestre y de 51 millones en el ejercicio). Excluyendo los efectos no recurrentes de los planes de reestructuración de plantilla los gastos de personal permanecerían prácticamente estables en la comparativa interanual (+0,8%).
- ⇒ Los **otros gastos operativos** (4.085 millones de euros) aumentan un 6,0% en el ejercicio por los gastos comerciales asociados a la captación de clientes de contrato y fibra y los mayores gastos de redes asociados con el despliegue y mejora de las redes fijas y móviles.

Así, el **OIBDA** totaliza 3.543 millones, creciendo un 0,9% en 2014. El impacto regulatorio minorará 3,9 p.p. la variación anual.

El **margen OIBDA** se sitúa en el 31,5% en el ejercicio (+0,1 p.p. interanual) a pesar del importante esfuerzo comercial y en despliegue y mejora de la red que es compensado por las medidas de eficiencia llevadas a cabo.

El **CapEx** totaliza 2.933 millones de euros en 2014 (+15,0% interanual en términos orgánicos, excluyendo 889 millones de euros por la adquisición de espectro en el cuarto trimestre de 2014; así como 185 millones de euros registrados en 2013), habiéndose destinado principalmente al despliegue, calidad y capacidad de las redes móviles, y al despliegue de la red de fibra.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** totaliza 610 millones de euros en el ejercicio (-13,0% interanual orgánico).



# Accesos

## Telefónica Brasil. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>91.064,4</b>	<b>91.335,8</b>	<b>91.907,9</b>	<b>92.730,0</b>	<b>94.028,1</b>	<b>95.071,1</b>	<b>95.601,5</b>	<b>95.528,6</b>	<b>3,0</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	10.550,2	10.563,5	10.624,1	10.747,8	10.828,1	10.929,1	10.942,1	10.743,4	(0,0)
Accesos de datos e Internet	3.961,0	4.035,2	4.081,8	4.102,0	4.094,5	4.103,5	4.114,8	4.082,6	(0,5)
Banda estrecha	116,5	108,2	105,6	92,1	88,1	86,4	82,0	73,7	(19,9)
Banda ancha <sup>(2)</sup>	3.767,9	3.852,1	3.898,0	3.936,7	3.933,0	3.944,9	3.961,6	3.939,8	0,1
Fibra	125,1	144,6	170,9	204,1	235,8	273,3	322,1	374,6	83,5
Otros <sup>(3)</sup>	76,5	74,9	78,2	73,2	73,3	72,1	71,2	69,0	(5,8)
<b>Accesos móviles</b>	<b>75.987,5</b>	<b>76.199,6</b>	<b>76.614,3</b>	<b>77.240,2</b>	<b>78.460,8</b>	<b>79.350,7</b>	<b>79.817,0</b>	<b>79.932,1</b>	<b>3,5</b>
Prepago	56.469,6	55.515,1	54.476,4	53.551,9	53.552,8	53.188,5	52.639,8	51.582,4	(3,7)
Contrato	19.517,9	20.684,5	22.138,0	23.688,3	24.908,0	26.162,3	27.177,2	28.349,7	19,7
M2M	1.444,6	1.839,9	2.071,2	2.358,2	2.629,0	2.920,1	3.197,5	3.506,9	48,7
Tv de Pago	565,7	537,5	587,7	640,1	644,8	687,8	727,6	770,6	20,4
<b>Accesos Mayoristas</b>	<b>23,1</b>	<b>23,0</b>	<b>19,7</b>	<b>18,8</b>	<b>27,5</b>	<b>27,0</b>	<b>26,2</b>	<b>25,9</b>	<b>37,5</b>
<b>Total Accesos</b>	<b>91.087,5</b>	<b>91.358,8</b>	<b>91.927,6</b>	<b>92.748,9</b>	<b>94.055,6</b>	<b>95.098,1</b>	<b>95.627,7</b>	<b>95.554,5</b>	<b>3,0</b>
Accesos Terra	540,4	500,9	467,7	412,5	379,3	361,8	329,9	329,9	(20,0)

## Telefónica Brasil. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	74,3%	72,9%	71,1%	69,3%	68,3%	67,0%	66,0%	64,5%	(4,8 p.p.)
Porcentaje contrato (%)	25,7%	27,1%	28,9%	30,7%	31,7%	33,0%	34,0%	35,5%	4,8 p.p.
Accesos BAM ('000)	13.477,3	15.752,8	18.005,4	20.546,5	23.790,3	26.710,3	32.342,0	33.352,1	62,3%
Penetración BAM (%)	18%	21%	24%	27%	30%	34%	41%	42%	15,1 p.p.
'Smartphones' ('000)	10.184,8	12.340,0	14.513,3	16.976,1	20.227,6	23.190,9	28.950,0	30.076,8	77,2%
Penetración 'smartphones' (%)	14%	17%	20%	24%	28%	32%	40%	41%	17,3 p.p.

(1) RTB (Incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye los accesos 'fixed wireless' de voz.

(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(3) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

## Telefónica Brasil. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>11.231</b>	<b>12.217</b>	<b>(8,1)</b>	<b>0,5</b>
<b>Negocio móvil</b>	<b>7.617</b>	<b>8.092</b>	<b>(5,9)</b>	<b>2,9</b>
Ingresos de servicio móvil	7.228	7.608	(5,0)	3,8
Ingresos de datos	2.478	2.259	9,7	19,9
Ingresos de terminales	390	484	(19,4)	(11,9)
<b>Negocio fijo</b>	<b>3.613</b>	<b>4.125</b>	<b>(12,4)</b>	<b>(4,2)</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios (1)	1.465	1.540	(4,8)	4,0
Ingresos de voz y acceso	2.113	2.545	(17,0)	(9,2)
Otros	34	40	(14,6)	(6,6)
Trabajos para inmovilizado	48	47	1,7	11,1
<b>Gastos por operaciones</b>	<b>(7.742)</b>	<b>(8.378)</b>	<b>(7,6)</b>	<b>0,1</b>
Aprovisionamientos	(2.680)	(3.128)	(14,3)	(6,3)
Gastos de personal	(976)	(1.036)	(5,8)	(4,2)
Otros gastos operativos	(4.085)	(4.213)	(3,0)	6,0
Otros ingresos (gastos) netos	7	3	n.s.	n.s.
Resultado de enajenación de activos	(6)	53	c.s.	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	4	(2)	c.s.	c.s.
<b>Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)</b>	<b>3.543</b>	<b>3.940</b>	<b>(10,1)</b>	<b>0,9</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>31,5%</b>	<b>32,3%</b>	<b>(0,7 p.p.)</b>	<b>0,1 p.p.</b>
<b>CapEx</b>	<b>2.933</b>	<b>2.127</b>	<b>37,9</b>	<b>15,0</b>
Espectro	889	185	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx)</b>	<b>610</b>	<b>1.813</b>	<b>(66,4)</b>	<b>(13,0)</b>

Nota:

- OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

(1) Incluye servicios de conectividad de BA (minorista y mayorista), servicios de valor añadido, servicios de TV, ingresos de datos y TI y otros servicios de conectividad.



## Telefónica Brasil. Datos operativos operadoras móviles

	2013		2014			% Var M Local
	4T	1T	2T	3T	4T	
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>30.698</b>	<b>31.500</b>	<b>30.503</b>	<b>31.536</b>	<b>33.872</b>	<b>10,3</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>37.329</b>	<b>43.342</b>	<b>48.337</b>	<b>56.879</b>	<b>64.154</b>	<b>71,9</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>7,6</b>	<b>7,0</b>	<b>7,3</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>0,4</b>
Prepago	4,2	3,8	3,9	4,0	4,0	(3,5)
Contrato <sup>(1)</sup>	17,0	15,3	15,8	16,0	15,6	(5,5)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>16,2</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	70,8%	75,1%	76,3%	78,0%	79,8%	9,0 p.p.
<b>Churn</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,0%</b>	<b>(0,0 p.p.)</b>
Contrato <sup>(1)</sup>	1,5%	1,5%	1,5%	1,8%	1,7%	0,3 p.p.

	2013		2014			% Var M Local
	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	
<b>Datos no auditados (miles)</b>						
<b>Tráfico de voz (Millones de minutos)</b>	<b>116.364</b>	<b>31.500</b>	<b>62.004</b>	<b>93.540</b>	<b>127.412</b>	<b>9,5</b>
<b>Tráfico de datos (TB)</b>	<b>133.842</b>	<b>43.342</b>	<b>91.679</b>	<b>148.558</b>	<b>212.712</b>	<b>58,9</b>
<b>ARPU (EUR)</b>	<b>8,0</b>	<b>7,0</b>	<b>7,1</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>(0,6)</b>
Prepago	4,5	3,8	3,9	3,9	3,9	(4,3)
Contrato <sup>(1)</sup>	18,8	15,3	15,5	15,7	15,7	(8,7)
<b>ARPU de datos (EUR)</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>16,0</b>
% ingresos no-SMS s/ing datos	67,0%	75,1%	75,7%	76,5%	77,4%	10,4 p.p.
<b>Churn</b>	<b>3,8%</b>	<b>3,4%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,6%</b>	<b>3,7%</b>	<b>(0,1 p.p.)</b>
Contrato <sup>(1)</sup>	1,7%	1,5%	1,5%	1,6%	1,6%	<b>(0,1 p.p.)</b>

Notas:

ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Excluye M2M.

# Telefónica Hispanoamérica

(Variaciones interanuales en términos orgánicos)

En el año 2014 Telefónica Hispanoamérica ha consolidado la tendencia de fuerte crecimiento en términos orgánicos tanto de ingresos como de OIBDA. Asimismo, destaca especialmente el incremento del margen OIBDA en la mayoría de los países de la región y especialmente en México, Colombia y Chile, acompañado de una fuerte intensidad comercial que resulta en un volumen de altas significativamente superior a años anteriores.

Así, los **accesos totales** alcanzan 131,6 millones a cierre de diciembre 2014 (+3% interanual).

En la evolución operativa del **negocio móvil** cabe destacar:

- ⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 110,3 millones (+3% interanual) apoyados tanto en el crecimiento del segmento contrato (+4% interanual) como del segmento prepago (+3% interanual), a pesar de la desconexión de 1,9 millones de accesos inactivos en México en el primer trimestre del año y de 1,8 millones en Centroamérica en el cuarto trimestre del año, y de la aplicación de criterios más restrictivos en el registro de clientes de prepago en otros países de la región.
- ⇒ La **ganancia neta total** asciende a 3,1 millones de accesos en el año, con un significativo incremento interanual en el volumen de altas del año (+4%), destacando México y Chile. Por otro lado, el churn se sitúa en el 3,4% en el año, afectado por la desconexión de accesos inactivos y los criterios más restrictivos en el registro de clientes comentados anteriormente.
- ⇒ Los **'smartphones'** representan la principal palanca del crecimiento interanual de accesos, aumentando un 32% interanual tras registrar una ganancia neta de 6,8 millones en enero-diciembre. Así, la penetración de *smartphones* sobre accesos móviles alcanza el 26% (+6 p.p. interanual).

- ⇒ El **ARPU** refleja un sólido crecimiento (+10,6% en el año). Esta evolución se apoya por un lado, en el sostenido crecimiento del **tráfico de voz** (+16% en el año), impulsado por el mayor volumen de minutos por cliente (+5% en el año); y por otro, en la explosión del **tráfico de datos** (+65% en enero-diciembre), apoyado en el incremento en la penetración de *smartphones* y en el mayor consumo promedio por *smartphone*.

Respecto a la evolución operativa del **negocio fijo**:

- ⇒ Los **accesos del negocio tradicional** se sitúan en 13,4 millones (-3% interanual) tras registrar una pérdida neta de 404 mil accesos en el año, con un menor nivel de actividad comercial bajo tecnología 'Fixed Wireless'.
- ⇒ Los **accesos de banda ancha** se sitúan en 5,4 millones (+6% interanual) con una ganancia neta de 304 mil accesos en enero-diciembre. Destaca la evolución del mix de accesos hacia mayores velocidades, con la mitad de los accesos a diciembre de 2014 con velocidades superiores a 4Mb (+12 p.p. interanual).
- ⇒ Los **accesos de TV de pago** crecen un 14% interanual hasta los 2,4 millones y registran una sólida ganancia neta de 298 mil en el conjunto del año.

Los **ingresos** ascienden a 13.155 millones de euros en el año 2014, un 14,6% más que en 2013. El impacto negativo de los cambios regulatorios implementados a lo largo del año minoró el crecimiento interanual en 1,6 p.p. en el año.

- ⇒ Los **ingresos de servicio móvil** aumentan un 17,5% interanual en el año con una positiva evolución tanto de los ingresos de datos como de voz, debido en ambos casos al fuerte incremento de la penetración y al mayor uso unitario.

Así, los **ingresos de datos** aumentan un 23,0% interanual en el año, representando ya un 32% de los ingresos de servicio (+2 p.p. interanual). Los ingresos de datos no-SMS son la principal palanca de este crecimiento al aumentar un 43,4% interanual en el conjunto del año y alcanzar ya un 74% de los ingresos de datos (+10 p.p. interanual).



Los **ingresos de voz** también contribuyen positivamente al crecimiento, aumentando un 10,1% interanual en enero-diciembre y acelerando hasta un 13,2% en el último trimestre del año.

Por otro lado, la intensa actividad comercial en la captación y fidelización de clientes de valor y la estrategia comercial de mayor racionalidad en términos de subsidios se refleja en la evolución de los **ingresos por venta de terminales**, que en el año se incrementan un 9,4% interanual.

- ⇒ Los **ingresos del negocio fijo** aumentan un 8,4% interanual en enero-diciembre con los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** como motor del crecimiento (+16,2% interanual en 2014).

En términos reportados, los ingresos descienden un 22,0% interanual en el conjunto del año afectados por la evolución de los tipos de cambio, tras la decisión de la Compañía de adoptar el tipo de cambio del bolívar venezolano fijado en SICAD II, al adaptarse mejor a la situación del negocio en Venezuela, así como por la depreciación de otras monedas, principalmente el peso argentino y el peso chileno.

Los **gastos por operaciones** ascienden a 9.284 millones de euros en el año 2014 con un incremento interanual del 13,6%. Por partidas:

- ⇒ Los **aprovisionamientos** (3.841 millones de euros) aumentan un 4,9% interanual en enero-diciembre por la mayor actividad comercial de terminales de gama alta, y pese al positivo impacto de la reducción de tarifas de interconexión en Chile, Colombia, Perú y México.
- ⇒ Los **gastos de personal** (1.525 millones de euros) crecen un 21,1% en el conjunto del año, excluyendo el impacto de la provisión por gastos de reestructuración llevada a cabo durante el cuarto trimestre de 2014 (99 millones de euros), reflejando el incremento generalizado de precios en algunos países de la región.
- ⇒ Los **otros gastos por operaciones** (3.918 millones de euros) crecen un 19,9% interanual en el año debido al incremento generalizado de precios en algún país de la región comentado anteriormente así como a la mayor actividad comercial y los gastos asociados a la mayor capacidad de tráfico, tanto de voz como de datos.

El **OIBDA** alcanza 4.068 millones de euros en el año 2014 creciendo interanualmente un 16,4%, con un **margen OIBDA** que se sitúa en el 30,9% en enero-diciembre (+0,5 p.p. interanual en el año). Así, en el conjunto del 2014 destaca el incremento interanual del margen en todos los países de la región, con la única excepción de Venezuela y Uruguay; destacando la positiva contribución de los márgenes en México, Colombia y Chile.

En términos reportados, el OIBDA desciende un 26,5% interanual el año por los impactos negativos comentados anteriormente de la variación de los tipos de cambio y de la provisión por reestructuración llevada a cabo en el cuarto trimestre de 2014. Asimismo, en el año 2014 se han registrado

4 millones de euros por la venta de torres no estratégicas mientras que en el año 2013 se registraron 11 millones de euros.

El **CapEx** totaliza 2.842 millones de euros en el conjunto del año, con un incremento del 29,1% interanual orgánico (excluyendo 405 millones de euros por inversión en espectro en 2014: 168 millones en Argentina y 39 millones en Venezuela en el cuarto trimestre, 111 millones en Colombia, 82 millones en Panamá y 5 millones en Nicaragua; y 251 millones en 2013: 120 millones en Perú, 109 millones en Colombia y 22 millones en Uruguay). El fuerte esfuerzo de inversión está principalmente enfocado en el despliegue de la red LTE en la mayoría de los países de la región; así como en el despliegue de red de banda ancha fija con el foco estratégico en un progresivo aumento de velocidades y digitalización.

Así, el **flujo de caja operativo** en el año 2014 se sitúa en 1.226 millones de euros y presenta un crecimiento orgánico del 2,2%.

## Telefónica Argentina

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

En el año 2014, Telefónica Argentina mantiene su liderazgo en el sector gracias a la continua mejora en la calidad de sus productos e infraestructuras y a la innovación en la oferta comercial. Todo esto se traduce en un crecimiento interanual de doble dígito de ingresos y de OIBDA en el año, lo que unido a la mayor eficiencia se refleja en la estabilidad del margen OIBDA (compensando el negativo impacto del incremento generalizado de precios y de la depreciación del peso argentino respecto al USD).

Por otro lado, como muestra del compromiso de la Compañía con el desarrollo de las telecomunicaciones en el país, en el cuarto trimestre se ha adquirido un bloque de 2x10 MHz de espectro en la banda AWS por un importe de 168 millones de euros. Asimismo, está pendiente de adjudicación un bloque de 2x10 MHz en la banda de 700 MHz asignados en la subasta del pasado mes de octubre.

La Compañía gestiona 26,6 millones de **accesos** a cierre de 2014, manteniéndose estables interanualmente. En la evolución operativa del **negocio móvil**, cabe destacar:

- ⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 20,0 millones (+0,3% interanual), destacando el crecimiento interanual de la planta de *smartphones* del 6%, que representan un 31% del total (+2 p.p. interanual).
- ⇒ La **ganancia neta** en el último trimestre del año aumenta significativamente tanto en contrato como en prepago, tras la buena acogida de la oferta comercial, destacando el relanzamiento de la oferta 2x1 en equipos para el segmento contrato.

Así, la ganancia neta del ejercicio asciende a 67 mil accesos, a pesar del entorno económico que ha afectado a los niveles de consumo, y del elevado churn de prepago (4,0% en el 2014) asociado a clientes de bajo valor.

⇒ El **tráfico de voz** se incrementa un 2% interanual en el ejercicio y el tráfico de datos sigue mostrando un fuerte ritmo de crecimiento interanual (+50% en enero-diciembre) explicado por el crecimiento de los *smartphones* y el mayor consumo unitario.

⇒ El **ARPU** mejora su crecimiento interanual en el cuarto trimestre hasta el 24,9% (+16,9% en 2014) apoyado en la monetización de los servicios de voz y en el fuerte crecimiento del tráfico de datos.

Respecto a la **actividad comercial** del negocio fijo:

⇒ Los **accesos tradicionales fijos** ascienden a 4,7 millones (-2% interanual) con una pérdida neta en el ejercicio de 107 mil accesos asociada a la menor actividad comercial y pese a que el churn se mantiene en niveles referencia para el sector (0,8% en el ejercicio).

⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** totalizan 1,9 millones (+2% interanual) y presentan una ganancia neta anual de 35 mil accesos. Cabe destacar el foco estratégico en el reposicionamiento de accesos a planes con velocidades superiores a 4 Mb, alcanzando un 31% de la base de accesos (+11 p.p. interanual).

Los **ingresos** se sitúan en 3.063 millones de euros y crecen interanualmente un 23,8% en 2014 por la buena evolución de ambos negocios.

Así, los **ingresos del negocio móvil** alcanzan 2.007 millones de euros, incrementándose un 22,7% interanual en 2014.

⇒ Los **ingresos de servicio móvil** se sitúan en 1.697 millones de euros y aumentan un 19,3% interanual en el ejercicio apoyado en el mayor consumo unitario tanto de voz como de datos. Los ingresos de 2014 están afectados por el cambio en el modelo de facturación, pasando a facturarse por segundo tras completarse los primeros treinta segundos de la llamada (con un impacto negativo de 3,8 p.p. en la comparativa interanual del ejercicio).

Los **ingresos de datos** aumentan un 14,8% interanual en enero-diciembre y representan el 47% de los ingresos de servicio (-2 p.p. interanual). Los ingresos de datos no-SMS, impulsados por los *smartphones*, aumentan un 38,1% interanual en el ejercicio, representando el 59% de los datos móviles (+10 p.p. interanual).

Los **ingresos en el negocio fijo** ascienden a 1.055 millones de euros, un 25,9% más que en 2013.

⇒ Los **ingresos de voz y acceso** aumentan un 10,6% interanual por el crecimiento del ARPU.

⇒ Los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** se incrementan un 39,9% interanual en enero-diciembre explicados por el mayor ARPU tras haber aumentado sustancialmente la calidad de la base de accesos. Estos ingresos suponen el 53% de los ingresos fijos (+5 p.p. respecto a 2013).

Los **gastos por operaciones** totalizan 2.284 millones de euros en 2014 y aumentan un 24,4% frente a 2013 principalmente por los mayores gastos de personal y de servicios exteriores asociados al incremento generalizado de precios.

El **OIBDA** asciende a 802 millones de euros en 2014 y crece un 24,2% interanual y el margen OIBDA se sitúa en el 25,8% (+0,1 p.p. interanual). Cabe mencionar que las medidas de eficiencia ejecutadas compensan la subida generalizada de los precios y el impacto de la depreciación del peso.

El **CapEx** totaliza 676 millones de euros en 2014, crece un 31,7% interanual (excluyendo 168 millones de euros por la adquisición de espectro en el cuarto trimestre comentada anteriormente) y está destinado principalmente a la mejora y expansión tanto de las redes móviles como fijas.

Así, el **flujo de caja operativo** (OIBDA-CapEx) totaliza 126 millones de euros y aumenta un 13,5% interanual en 2014.

## Telefónica Chile

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

Durante el año 2014, Telefónica Chile ha reforzado su liderazgo en el mercado de las telecomunicaciones, destacando el avance en los segmentos de mayor valor. En el negocio móvil, el foco ha sido el despliegue de LTE (cobertura del 64% de la población y una base de 434 mil de accesos a diciembre 2014) y en el negocio fijo el despliegue de la red de VDSL y de fibra (288 mil unidades inmobiliarias pasadas a diciembre 2014).

Adicionalmente, las mejoras en eficiencia se han reflejado en el crecimiento del OIBDA interanual y en una mejora importante del margen, a pesar del entorno altamente competitivo y del impacto de los cambios regulatorios del año.

Así, desde el 25 de enero de 2014 se aplican las nuevas tarifas de terminación en red móvil (-75%) así como la reducción de la tarifa minorista fijo-móvil (-49%). Al mismo tiempo, desde el 1 de mayo de 2014 aplica el Nuevo Decreto Tarifario Fijo que supone una reducción de la tarifa de terminación en red fija del 37% desde esa fecha y desde el 25 de marzo de 2014 se elimina gradualmente el cargo de larga distancia nacional.

Telefónica Chile gestiona 13,9 millones de **accesos**, un 2% más que en 2013. En el **negocio móvil** destaca:

⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 10,7 millones y crecen un 2% interanual impulsados por el segmento de contrato (+4% interanual; 26% del total; +1 p.p. interanual). Los *smartphones* continúan mostrando un fuerte aumento (+27% interanual), alcanzado una penetración del 28% (+5 p.p. interanual).



⇒ La **ganancia neta** asciende a 170 mil accesos en el año destacando el buen comportamiento del segmento de contrato (+120 mil accesos en el año) gracias al éxito de los planes paquetizados que han hecho posible un fuerte aumento las altas. Asimismo, cabe mencionar la positiva evolución de la portabilidad en contrato durante todo el ejercicio (+87 mil accesos en el ejercicio).

Por otro lado, la ganancia neta de prepago vuelve a ser positiva en el último trimestre (+293 mil accesos) compensando la pérdida neta en los tres primeros trimestres (+50 mil accesos en el año) asociada a la pérdida de accesos de bajo valor que impactan en el **churn** total (3,2% en el año; 3,3% en el trimestre).

⇒ El foco en la captación de datos móviles se refleja en el fuerte crecimiento del **tráfico de datos** en el ejercicio (+78% interanual). El **tráfico de voz** continúa mejorando la tendencia interanual (-6% en el año) apoyado en la mayor base de accesos de valor.

⇒ El ARPU de salida aumenta interanualmente un 5,1% en enero-diciembre impulsado por el ARPU de datos (+28,9% interanual en el año). Por lo que respecta al **ARPU** (-8,0% interanual), se encuentra muy afectado por los impactos regulatorios comentados anteriormente.

En cuanto a la actividad comercial en el negocio fijo destaca el buen comportamiento de la banda ancha y de la TV de pago gracias al éxito de la campaña de paquetización de los tres servicios.

⇒ Los **accesos del negocio tradicional** se sitúan en 1,6 millones a diciembre (-5% interanual) y registran una pérdida neta en el ejercicio de 75 mil accesos.

⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** crecen un 7% interanual hasta 1,0 millones accesos y registran una ganancia neta anual de 71 mil accesos prácticamente duplicando la ganancia neta de 38 mil accesos en 2013. Destaca además el mayor peso de altas de fibra y de VDSL, que representan un 26% del total en 2014 (+8 p.p. respecto a 2013).

⇒ Los **accesos de TV de pago** (601 mil) aumentan un 19% interanual y registran una ganancia neta de 98 mil en enero-diciembre resultado de una oferta diferencial apalancada en la plataforma y en la difusión en alta definición, que ya se emite en 80 canales.

Los **ingresos** ascienden a 2.089 millones de euros, un 3,0% menos que en 2013 y están fuertemente impactados por el efecto negativo de la regulación comentado anteriormente (-8,4 p.p. en el ejercicio).

Los ingresos del **negocio móvil** se sitúan en 1.247 millones de euros en 2014 (-3,8% interanual).

⇒ Los **ingresos de servicio móvil** descienden interanualmente un 4,7% en el año afectado principalmente por la reducción de las tarifas de interconexión. Excluyendo este impacto, crecerían un 7,3% por el crecimiento de los accesos móviles de contrato y el mayor consumo promedio de datos y de voz.

Los **ingresos de datos** aumentan un 30,7% interanual en 2014, representando ya el 29% de los ingresos del servicio (+8 p.p. interanual). Los ingresos no-SMS siguen siendo la principal palanca de este crecimiento (+42,8% interanual en enero-diciembre) y ya suponen el 92% de los ingresos de datos (+8 p.p. interanual).

⇒ Los **ingresos de terminales** registran un significativo crecimiento interanual en el cuarto trimestre (+41,0%; +3,8% en el año) debido a la mayor actividad comercial de venta de equipos de gama alta.

Los ingresos del **negocio fijo** alcanzan 842 millones de euros, un 1,7% inferiores a los de 2013 al estar afectados negativamente por los cambios regulatorios mencionados anteriormente y pese a la mejor actividad comercial. Excluyendo efectos regulatorios los ingresos crecerían un 3,0% interanual.

⇒ Los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** aumentan un 8,7% interanual en 2014 por el crecimiento de los accesos de banda ancha y TV de pago y por la mejora del ARPU. Así, estos ingresos representan ya el 63% de los ingresos del negocio fijo (+6 p.p. interanual).

⇒ Los **ingresos de voz y acceso** (-15,7% interanual en el ejercicio) continúan muy impactados por los cambios regulatorios descritos y por el efecto sustitución fijo-móvil.

Los **gastos por operaciones** ascienden a 1.422 millones de euros, reduciéndose interanualmente un 3,7% en 2014. Esta caída se produce por los menores gastos de aprovisionamientos derivados de los cambios regulatorios y por las medidas de eficiencia, que permiten compensar el esfuerzo comercial en la captación de clientes de valor.

Así, el **OIBDA** alcanza 708 millones de euros y acelera el crecimiento interanual en el último trimestre del ejercicio al 3,0% interanual (+1,5% en 2014) pese al negativo impacto de los cambios regulatorios (+5,6% interanual en enero-diciembre excluyendo este efecto). Así, el margen OIBDA se sitúa en el 33,9% (+1,5 p.p. interanual).

El **CapEx** totaliza 429 millones de euros (+1,4% interanual en 2014) y está destinado a la mejora en cobertura y capacidad de las redes móviles y fijas.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** se sitúa en 279 millones de euros, +1,7% interanual en 2014.

## Telefónica Perú

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

En 2014, Telefónica Perú continúa liderando el mercado de telecomunicaciones y presenta el mayor crecimiento de accesos móviles de contrato de Telefónica Hispanoamérica y un sólido aumento de las conexiones de banda ancha y TV de pago.

Este positivo comportamiento comercial se traduce en un sostenido crecimiento de los ingresos que, junto con los continuos esfuerzos en la mejora de la eficiencia, se refleja en el aumento interanual del OIBDA y en la expansión orgánica del margen OIBDA en el año.

En el mes de octubre se ha simplificado la estructura societaria de la Compañía con la integración de las sociedades fija y móvil.

En el último trimestre del año se ha intensificado el esfuerzo comercial en el negocio móvil y fijo con campañas de fidelización a clientes de alto valor.

Telefónica Perú alcanza 22,0 millones de **accesos totales** a cierre de diciembre (+5% interanual). En el **negocio móvil** destaca:

⇒ Los **accesos móviles** (16,8 millones) crecen un 7% interanual apalancados en el segmento contrato (+14% interanual; 30% del total; +2 p.p. interanual), tras el éxito de las tarifas de 4G 'Planes Vuela' lanzadas en enero de 2014. La mayor calidad de los accesos también se refleja en el fuerte impulso de los **'smartphones'** (+37% interanual) que alcanzan una penetración del 15% (+3 p.p. interanual). Por otro lado, destacar que los accesos de prepago con recargas frecuentes aumentan interanualmente un 17%.

⇒ La **ganancia neta** anual totaliza un millón de accesos en el año. En prepago asciende a 418 mil accesos en el año, consecuencia del crecimiento de las altas (+2% interanual) y a pesar de estar afectada por las bajas de accesos de reducido valor. En contrato, la ganancia neta alcanza 611 mil en el año, con una reducción interanual de los niveles del churn hasta el 1,6% en el año (-0,4 p.p.) como resultado de las políticas de fidelización adoptadas por la Compañía en un entorno de mayor intensidad competitiva en el mercado.

⇒ El **tráfico de voz** aumenta en un 22% en el año, apoyado en el crecimiento de la base de accesos y la mejora en el mix de clientes. Asimismo, el **tráfico de datos** sigue creciendo a tasas muy elevadas (+69% en el ejercicio), apoyado en el crecimiento de los **smartphones**.

⇒ El **ARPU** mantiene su tendencia de aceleración en el crecimiento interanual (+2,7% en el año) ante la mayor calidad de los accesos y la mayor penetración de los servicios de datos. Así, el ARPU de datos aumenta un 25,4% interanual en el año.

Respecto a la actividad comercial en el **negocio fijo**:

⇒ Los **accesos del negocio tradicional** totalizan 2,7 millones a cierre de año (-3% interanual), tras haber registrado una pérdida neta de 87 mil accesos en el año, por la menor actividad en 'Fixed Wireless' y pese a la mejora en el churn del ejercicio (-0,1 p.p. interanual).

⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** se sitúan en 1,5 millones a diciembre (+6% interanual), tras registrar una ganancia neta de 90 mil accesos en enero-diciembre y un nivel de churn prácticamente estable respecto al mismo periodo del año anterior. Adicionalmente, destaca el esfuerzo de reposicionamiento de clientes hacia velocidades más

altas llevado a cabo en el año, con el 73% de los accesos en planes con velocidades iguales o superiores a 4 Mb (+30 p.p. interanual).

⇒ Los **accesos de TV de pago** ascienden a 948 mil a cierre de año (+6% interanual), tras consolidarse en octubre-diciembre la tendencia de ganancia neta positiva (+59 mil accesos) de los últimos dos trimestres. Este comportamiento se produce por el mayor volumen de altas (x2 interanual) y el buen comportamiento del churn (-0,2 p.p. interanual).

Los **ingresos** se sitúan en 2.504 millones de euros en 2014 y aumentan un 7,3% interanual.

Los **ingresos del negocio móvil** totalizan 1.427 millones de euros, un 12,6% interanual superiores a los de 2013.

⇒ Los **ingresos de servicio móvil** aumentan un 13,4% en el año y aceleran su crecimiento hasta el 14,7% interanual.

Los **ingresos de datos** crecen un 32,9% interanual en el ejercicio y ya representan un 29% de los ingresos de servicio (+4 p.p. interanual). Así, los ingresos de datos no-SMS representan el 87% de los ingresos de datos móviles (+6 p.p. interanual) tras aumentar un 42,7% interanual en el año.

⇒ Los **ingresos de terminales** crecen en el año un 7,1% interanual con una estrategia comercial focalizada en la fidelización de clientes de alto valor.

Los **ingresos del negocio fijo** totalizan 1,077 millones de euros en el año 2014, con un crecimiento interanual del 1,0% en el año.

⇒ Los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** aumentan un 5,6% interanual en enero-diciembre, representando ya el 65% del total de ingresos del negocio fijo (+3 p.p. interanual).

⇒ Los **ingresos de voz y acceso** disminuyen un 7,6% interanual en el año, afectados por el efecto sustitución fijo-móvil y la pérdida de accesos.

Los **gastos por operaciones** ascienden a 1.696 millones de euros en el periodo enero-diciembre y aumentan un 6,6% interanual (excluyendo 65 millones de euros relativos a gastos de reestructuración). Este aumento es consecuencia de los mayores gastos comerciales en el trimestre asociados al esfuerzo comercial en fidelización de clientes de valor que son compensados en parte por la mejor evolución de los gastos personal.

Así, el **OIBDA** se sitúa en 844 millones de euros a cierre de año y crece un 9,2% interanual. El margen OIBDA se sitúa en el 33,7% en enero-diciembre y presenta un crecimiento de 0,6 p.p. interanual.

El **CapEx** se sitúa en 421 millones de euros en el ejercicio (+23,4% interanual), destacando el incremento de la inversión en banda ancha con el fin de mejorar la calidad del servicio y en el despliegue de las redes 3G y 4G.



Así, el **flujo de caja operativo** (OIBDA-CapEx) totaliza 423 millones de euros a cierre de 2014 (-0,6% interanual).

## Telefónica Colombia

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

En el año 2014, Telefónica Colombia muestra unos sólidos resultados tanto en términos operativos (crecimiento de accesos en todos los servicios), como en términos financieros (sostenido incremento interanual de los ingresos y de doble dígito en OIBDA gracias a las eficiencias logradas).

Asimismo, continúa la estrategia enfocada en los clientes de mayor valor y se está liderando el despliegue de 4G. En los últimos dos trimestres, la actividad comercial móvil elimina los subsidios en venta de terminales (una vez eliminada la cláusula de permanencia desde julio), lo que supone una reducción en la actividad comercial y una mayor eficiencia en los gastos comerciales.

Por otro lado, el 30 de diciembre el regulador colombiano ('CRC') dictó la Resolución que reduce gradualmente las tarifas de terminación móvil hasta el año 2017, prorrogando hasta ese año la aplicación de tarifas de interconexión asimétricas con el operador dominante, cuya eliminación estaba inicialmente prevista para enero de 2015.

A cierre de diciembre la Compañía gestiona 15,7 millones de **accesos**, con un crecimiento del 6% interanual. Respecto a la evolución operativa del **negocio móvil**:

⇒ Los **accesos móviles** alcanzan 12,8 millones y crecen un 6% respecto al cierre de 2013, tras registrar una **ganancia neta** de 721 mil accesos en el ejercicio, un 72% superior a la registrada en 2013. El segmento prepago es la principal palanca de crecimiento (+9% interanual), con una ganancia neta de 764 mil accesos en 2014.

Los '**smartphones**' mantienen un fuerte impulso (+28% interanual) y alcanzan una penetración del 28% (+5 p.p. interanual).

⇒ El **tráfico de datos** acelera su crecimiento interanual hasta un +40% en el año y el **tráfico de voz** sube un 10% interanual en el periodo enero-diciembre.

El **ARPU** en el año desciende un 1,8% interanual en 2014, afectado por la reducción de las tarifas de interconexión. No obstante, el ARPU de datos registra un crecimiento interanual del 7,1% en el ejercicio.

Respecto al **negocio fijo**:

⇒ Los **accesos del negocio tradicional** (1,5 millones) aumentan un 1% respecto a 2013 y registran una ganancia neta anual de 14 mil accesos gracias a la paquetización de servicios que permite mantener el churn estable interanualmente en ambos periodos.

⇒ Los **accesos minoristas de banda ancha** totalizan 962 mil clientes (+13% interanual) y ya representan el 66% del total de accesos fijos (+7 p.p. respecto a diciembre de 2013), tras presentar una ganancia neta de 108 mil accesos en enero-diciembre.

⇒ Los **accesos de TV de pago** se sitúan en 416 mil, un 20% más que en 2013, con una ganancia neta de 68 mil accesos en el año, apoyada en el lanzamiento de canales en alta definición y la mejora de la interactividad de la plataforma.

Los **ingresos** del periodo enero-diciembre de 2014 ascienden a 1.719 millones de euros y aumentan un 7,8% interanual, debido al crecimiento tanto del negocio móvil como del fijo. Excluyendo el impacto negativo de la reducción de las tarifas de interconexión, los ingresos aumentarían un 8,7% interanual en el ejercicio.

Los **ingresos del negocio móvil** alcanzan 1.090 millones de euros en enero-diciembre de 2014 con un sólido crecimiento interanual del 10,7% interanual.

⇒ Los **ingresos de servicio móvil** aumentan un 8,8% interanual en el año 2014 y excluyendo el impacto de la reducción de tarifas de interconexión aumentarían un 10,1% interanual en el año.

Los **ingresos de datos** representan el 26% ingresos de servicio móvil (+1 p.p. interanual) y crecen un 15,0%. Los ingresos no-SMS (+19,7% interanual en enero-diciembre) explican esta evolución y representan ya el 95% de los ingresos de datos (+4 p.p. interanual).

⇒ Los **ingresos por venta terminales** aumentan un 33,6% interanual en el año apoyados en la eliminación de los subsidios desde el tercer trimestre y en el mayor peso de la venta de terminales de gamas medias y altas.

Los **ingresos en el negocio fijo** totalizan 629 millones de euros en el ejercicio (+3,1% interanual).

⇒ Los **ingresos de banda ancha y nuevos servicios** (57% de los ingresos fijos; +3 p.p. interanual) crecen un 9,1% en el año por los mayores accesos y el ARPU de la TV de pago (mayor mix de clientes con paquetes Premium y canales de alta definición).

⇒ Los **ingresos de voz y acceso** descienden un 3,4% interanual 2014 por el efecto sustitución fijo-móvil y a pesar del crecimiento de accesos.

Los **gastos por operaciones** ascienden a 1.130 millones de euros, un 3,3% más que en 2013, si bien en el último trimestre caen un 1,6% por la menor actividad comercial móvil (eliminación de subsidios) y la mejora en eficiencia (constante revisión de gastos y simplificación de procesos). Las variaciones orgánicas excluyen el impacto de 2 millones de euros por gastos de reestructuración.

El **OIBDA** alcanza 627 millones de euros en 2014 (+16,2% interanual) y acelera su crecimiento interanual en el cuarto trimestre hasta el 18,9% gracias a la mayor eficiencia y una mayor racionalidad en los gastos comerciales. Así, el margen

OIBDA del trimestre aumenta hasta el 39,0% (+4,4 p.p. interanual), llevando el del ejercicio hasta el 36,5% (+2,7 p.p. interanual).

El **CapEx** se sitúa en 496 millones de euros (+17,9% interanual en términos orgánicos excluyendo 111 millones de euros por la renovación del espectro llevada a cabo en el primer trimestre del 2014) y refleja los esfuerzos de la Compañía en avanzar hacia una oferta diferencial, incrementando la velocidad de conexión móvil y fija y consolidando el liderazgo en el despliegue de la red 4G.

Así, el **flujo de caja operativo** (OIBDA-CapEx) asciende a 132 millones de euros en el ejercicio (+13,7% interanual).

## Telefónica México

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

Durante el año 2014 se ha consolidado la progresiva mejora operativa y financiera iniciada a finales de 2013, basada tanto en el reposicionamiento comercial como en unos activos de calidad resultado del fuerte esfuerzo de inversión realizado en los últimos años. En el cuarto trimestre, la Compañía alcanza nuevamente una cifra récord de altas y mantiene la tendencia de fuerte aceleración de crecimiento interanual de los ingresos y OIBDA.

Adicionalmente, la implantación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en 2014 ha permitido crear un nuevo entorno competitivo en el mercado de las telecomunicaciones mexicano. Entre las medidas aprobadas cabe destacar la aplicación de tarifas asimétricas en la terminación de red móvil (principalmente desde el mes de agosto).

Al mismo tiempo, en los últimos meses se ha ido adaptando continuamente la oferta comercial a las necesidades de los clientes y al nuevo entorno competitivo. En el último trimestre, ha continuado impulsando el consumo de datos con el lanzamiento el pasado 3 de octubre de los nuevos planes de LTE 'Vas a Volar' en la Ciudad de México y el Área Metropolitana. Adicionalmente, la oferta de prepago se ha reforzado con los planes 'Prepago Simple' con la que los clientes pueden hablar, enviar SMS y navegar con una tarifa de 0,85 pesos (por minuto, SMS y MB).

Respecto a la evolución operativa del negocio:

- ⇒ Los **accesos** se sitúan en 23,2 millones a final de 2014 y presentan un crecimiento del 6% interanual a pesar de la desconexión de 1,9 millones de accesos inactivos en el segmento prepago y accesos fijos bajo tecnología 'Fixed Wireless' en el primer trimestre del año.
- ⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 21,7 millones (+7% interanual). En el periodo enero-diciembre de 2014 se ha registrado una **ganancia neta** de 1,3 millones de accesos, a pesar del impacto negativo de la desconexión de accesos mencionada anteriormente.
- ⇒ Así, las altas presentan un nuevo récord histórico y crecen un +37% en el año, como resultado del éxito en el lanzamiento de las nuevas ofertas comerciales así como de la mejora tanto de la capacidad y cobertura de red como del canal de distribución.
- ⇒ Un trimestre más, destaca los datos de portabilidad, que presentan un saldo positivo de +389 mil en el año, y el parque de clientes que recarga frecuentemente, que aumenta un 20% en el año.
- ⇒ Los **'smartphones'**, con plan de datos asociado, crecen un 82% interanual hasta alcanzar los 5,4 millones con una penetración sobre accesos móviles del 26% (+11 p.p. interanual).
- ⇒ La nueva oferta comercial impulsa el fuerte incremento tanto del tráfico voz como de datos. Así, el **tráfico de voz** aumenta un +49% en el año, apoyado principalmente en el crecimiento del consumo promedio por usuario, y el **tráfico de datos** se multiplica por dos respecto al cuarto trimestre de 2013 (por más de dos interanual en el año), ante la explosión del crecimiento de *smartphones* y el mayor consumo promedio por cliente.
- ⇒ Este mayor volumen de tráfico impacta positivamente en el **ARPU**, que aumenta un +1,5% en el año.
- ⇒ Los **accesos fijos** a través de tecnología 'Fixed Wireless' (1,6 millones) se mantienen estables respecto a diciembre de 2013.
- ⇒ Los **ingresos de servicio móvil** (1.413 millones de euros) aumentan un 10,0% interanual en el año y aceleran nuevamente su crecimiento en el trimestre hasta el 12,9%, lo que representa el mayor crecimiento interanual desde 2009. Este comportamiento está impulsado tanto por el crecimiento de la base de accesos como por el mayor consumo unitario de voz y datos.
- ⇒ Los **ingresos de datos** crecen un +6,7% interanual registrando un cambio de tendencia una vez absorbido el impacto negativo de los cambios tarifarios de los SMS en los últimos trimestres. Los ingresos de datos representan ya el 24% de los ingresos de servicio móvil y los ingresos de datos no-SMS suponen el 69% de los ingresos de datos (+13 p.p. interanual).
- ⇒ Los **ingresos de venta de terminales** aumentan un 2,4% frente a los doce meses de 2013.



Los **gastos por operaciones** (1.346 millones de euros) crecen un 3,1% interanual en el año principalmente por los menores gastos de interconexión asociados a la eliminación del cargo de terminación de llamada en la red del operador dominante desde el mes de agosto, que compensan los mayores gastos por actividad comercial.

El **OIBDA** asciende a 337 millones de euros en el año 2014 (+36,6% interanual) tras duplicarse interanualmente en el cuarto trimestre (109 millones de euros). Esta aceleración en el crecimiento es fruto del nuevo entorno competitivo, de la calidad diferencial de los activos de la Compañía y de la generación de economías de escala derivadas del fuerte crecimiento de los accesos. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 20,5% en el año y en el 24,1% en el cuarto trimestre (+4,3 p.p. y +11,7 p.p. interanual respectivamente).

El **CapEx** totaliza 252 millones de euros en 2014 (+8,4% interanual) y se ha destinado principalmente a la expansión y mejora de las redes 3G y 4G, así como a la transformación del canal de distribución.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza los 86 millones de euros en 2014.

## Telefónica Venezuela y Centroamérica

### (Variaciones interanuales en términos orgánicos)

Durante el año 2014 Telefónica ha reforzado su posicionamiento diferencial en Venezuela y Centroamérica gracias a las continuas mejoras en la calidad de servicio y la cobertura de red, contribuyendo a una evolución positiva en términos operativos y financieros.

Así, como muestra de su compromiso con el desarrollo del sector de las telecomunicaciones, Telefónica Venezuela ha adquirido en la subasta del pasado 3 de diciembre un total de 60 MHz de espectro para la prestación del servicio 4G, 2 bloques de 10MHz en las bandas 1700-2170 MHz y 2 bloques de 20MHz en la banda 2600 MHz, por un importe aproximado de 39 millones de euros.

Cabe mencionar que los resultados económico-financieros en Venezuela en el cuarto trimestre están afectados por la decisión de la Compañía de adoptar el tipo de cambio del bolívar venezolano de 50 bolívars fuertes por dólar. Esta modificación en la conversión de la información financiera implica una minoración de los ingresos de 2.187 millones de euros y de 915 millones en el OIBDA en el cuarto trimestre con objeto de adaptar los resultados de los anteriores trimestres al nuevo tipo de cambio. La adaptación del tipo de cambio supone el segundo cambio sobre la contribución de Venezuela (tras la adopción en el primer trimestre del sistema SICAD I) e implica un cambio desde los 6,30 hasta los 50 bolívars fuertes por dólar, con un impacto significativo sobre las variaciones interanuales en términos reportados.

Respecto a la evolución operativa del negocio:

⇒ Los **accesos** se sitúan en 23,2 millones a cierre de 2014 y disminuyen un 1% interanual por la desconexión de 1,8 millones de accesos inactivos de prepago en Centroamérica en el cuarto trimestre de 2014. En Venezuela los accesos alcanzan 11,9 millones (+2% interanual) y en Centroamérica 11,4 millones (-4% interanual).

⇒ Los **accesos móviles** ascienden a 21,5 millones (-1% interanual). En Venezuela, totalizan 10,7 millones (+2% interanual; +3% en contrato) tras el fuerte incremento de la ganancia neta en el trimestre (407 mil accesos) gracias al éxito de la Campaña de Navidad y la mayor disponibilidad de terminales. Esto ha permitido cerrar el ejercicio con un saldo positivo de 164 mil accesos (-52 mil en 2013). En Centroamérica, los accesos móviles se sitúan en 10,8 millones y caen un 3% interanual por la desconexión de accesos mencionada anteriormente, que impactan negativamente en la evolución del **churn** de la región (2,6% en el año; 2,4% en el trimestre excluyendo dicho impacto).

⇒ Los **'smartphones'** con plan de datos asociado, aumentan un 37% interanual a diciembre de 2014 hasta los 7,0 millones y alcanzan una penetración del 33% (+9 p.p. interanual), consolidándose como la principal palanca de crecimiento de los accesos. En Venezuela, los *smartphones* crecen un 20% interanual y la penetración continúa siendo una referencia en la región (49% de los accesos móviles; +7 p.p. interanual). En Centroamérica, la base de *smartphones* multiplica por más de 2 veces la cifra de 2013 hasta los 2,0 millones.

⇒ El **tráfico de voz** aumenta un 16% interanual, impulsado por el mayor consumo unitario. Asimismo, el **tráfico de datos** sigue mostrando una evolución muy positiva, con un crecimiento del 58% en el año, reflejando tanto el fuerte incremento de la penetración como del mayor consumo unitario.

⇒ Los **accesos de TV de pago** en Venezuela crecen un 21% interanual hasta alcanzar los 467 mil accesos a cierre de 2014.

Los **ingresos** en el año 2014 alcanzan 1.420 millones de euros (+30,5% interanual). En Venezuela, los ingresos se sitúan en 692 millones de euros, aumentando un 35,8% en el año. En Centroamérica, los ingresos suben un 7,2% interanual en el año.

⇒ Los **ingresos de servicio móvil** crecen un 36,8% en el año, apoyados en el incremento del tráfico, principalmente de datos móviles. En Venezuela, los ingresos de servicio móvil aumentan un 44,2% en 2014 y en Centroamérica un 7,7% en el año.

Los **ingresos de datos** suponen el 30% de los ingresos de servicio móvil y aumentan un 40,5% interanual en el año 2014. Esta evolución se debe al fuerte incremento de los ingresos de datos no-SMS (+67,7% en el año), que representan ya el 76% de los ingresos de datos (+12 p.p. interanual).

⇒ Los **ingresos por venta de terminales** crecen un 84,0% interanualmente en el cuarto trimestre (-9,3% en el año) tras crecer en Venezuela un 88,4% interanual en el trimestre (-10,4% en el año) por el fuerte incremento de la actividad comercial.

Los **gastos por operaciones** (962 millones de euros) suben un 34,0% interanual en el año afectados principalmente por el incremento generalizado de precios y el impacto de la aplicación del nuevo sistema cambiario comentado anteriormente sobre los gastos dolarizados así como por la mayor intensidad comercial en el trimestre en Venezuela. Por otro lado, se mantiene el foco en la generación de medidas de eficiencia para compensar dicho incremento.

El **OIBDA** totaliza 463 millones de euros en 2014 y crece un 20,9% interanual. El margen OIBDA se sitúa en el 32,6% en el año, con una disminución interanual de 3,1 p.p.

El **CapEx** alcanza 435 millones de euros en el año 2014 (+64,8% interanual excluyendo la inversión en espectro de 39 millones de euros en Venezuela en el cuarto trimestre de 2014 comentada anteriormente y de 82 millones de euros en Panamá en el primer trimestre de 2014) reflejando el compromiso de la Compañía en una continua mejora de la red y de las infraestructuras en la región para proveer la mejor calidad de servicio.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** asciende a 27 millones de euros en 2014 (-14,1% interanual).

## Accesos

### Telefónica Hispanoamérica. Accesos

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
<b>Accesos Clientes Finales</b>	<b>121.318,7</b>	<b>123.609,4</b>	<b>125.990,1</b>	<b>128.316,6</b>	<b>127.595,0</b>	<b>128.691,4</b>	<b>129.347,1</b>	<b>131.586,6</b>	<b>2,5</b>
Accesos de telefonía fija <sup>(1) (2) (3)</sup>	13.561,0	13.729,6	13.758,7	13.778,5	13.561,0	13.603,4	13.515,7	13.374,4	(2,9)
Accesos de datos e Internet	4.876,2	4.998,6	5.106,0	5.137,7	5.194,5	5.285,0	5.371,3	5.433,8	5,8
Banda estrecha	69,5	62,6	61,0	33,4	31,2	27,6	27,3	25,2	(24,5)
Banda ancha <sup>(4)</sup>	4.777,3	4.906,7	5.015,6	5.074,9	5.134,5	5.228,7	5.315,1	5.379,4	6,0
Otros <sup>(5)</sup>	29,3	29,4	29,4	29,4	28,8	28,7	28,9	29,2	(0,6)
<b>Accesos móviles</b>	<b>100.994,9</b>	<b>102.912,8</b>	<b>105.070,4</b>	<b>107.266,9</b>	<b>106.647,6</b>	<b>107.508,3</b>	<b>108.117,1</b>	<b>110.346,5</b>	<b>2,9</b>
Prepago <sup>(6) (7)</sup>	79.801,2	81.080,9	82.734,1	84.524,1	83.703,0	84.197,0	84.688,7	86.698,0	2,6
Contrato	21.193,7	21.831,9	22.336,3	22.742,7	22.944,6	23.311,3	23.428,4	23.648,5	4,0
M2M	1.565,5	1.622,8	1.693,9	1.791,4	1.873,3	1.923,3	1.970,9	2.062,2	15,1
Tv de Pago	1.886,6	1.968,4	2.055,1	2.133,5	2.192,0	2.294,6	2.343,0	2.431,9	14,0
<b>Accesos Mayoristas</b>	<b>22,3</b>	<b>23,2</b>	<b>22,4</b>	<b>22,7</b>	<b>21,8</b>	<b>21,8</b>	<b>112,7</b>	<b>16,4</b>	<b>(27,6)</b>
<b>Total Accesos</b>	<b>121.341,0</b>	<b>123.632,6</b>	<b>126.012,5</b>	<b>128.339,3</b>	<b>127.616,8</b>	<b>128.713,1</b>	<b>129.459,8</b>	<b>131.603,0</b>	<b>2,5</b>

### Telefónica Hispanoamérica. Accesos móviles

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Porcentaje prepago (%)	79,0%	78,8%	78,7%	78,8%	78,5%	78,3%	78,3%	78,6%	(0,2 p.p.)
Porcentaje contrato (%)	21,0%	21,2%	21,3%	21,2%	21,5%	21,7%	21,7%	21,4%	0,2 p.p.
Accesos BAM ('000)	15.450,9	20.195,1	21.284,0	23.078,5	24.813,7	26.753,7	28.831,0	29.536,3	28,0%
Penetración BAM (%)	15%	20%	20%	22%	23%	25%	27%	27%	5,3 p.p.
Smartphones ('000)	13.169,4	17.965,0	19.194,4	21.170,8	23.057,9	25.092,5	27.257,6	27.992,8	32,2%
Penetración smartphones (%)	14%	18%	19%	20%	22%	24%	26%	26%	5,8 p.p.

(1) RTB (incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye los accesos 'fixed wireless' de voz.

(2) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 45 mil accesos 'fixed wireless' inactivos en México.

(3) En el segundo trimestre de 2014, los accesos de telefonía fija incluyen 50 mil clientes adicionales de 'fixed wireless' en Perú.

(4) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(5) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

(6) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 1,9 millones de accesos inactivos en México.

(7) En el cuarto trimestre de 2014 se dieron de baja 1,8 millones de accesos inactivos en Centroamérica.



## Telefónica Hispanoamérica. Resultados consolidados

Datos no auditados (millones de euros)	Enero-Diciembre		% Variación	
	2014	2013	Reportado	Orgánico
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>13.155</b>	<b>16.855</b>	<b>(22,0)</b>	<b>14,6</b>
Trabajos para inmovilizado	104	109	(4,9)	8,3
<b>Gastos por operaciones</b>	<b>(9.284)</b>	<b>(11.498)</b>	<b>(19,3)</b>	<b>13,6</b>
Aprovisionamientos	(3.841)	(4.983)	(22,9)	4,9
Gastos de personal	(1.525)	(1.746)	(12,7)	21,1
Otros gastos operativos	(3.918)	(4.769)	(17,9)	19,9
Otros ingresos (gastos) netos	89	58	52,6	(20,5)
Resultado de enajenación de activos	4	6	(39,1)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	0	-	-
<b>Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)</b>	<b>4.068</b>	<b>5.531</b>	<b>(26,5)</b>	<b>16,4</b>
<b>Margen OIBDA</b>	<b>30,9%</b>	<b>32,8%</b>	<b>(1,9 p.p.)</b>	<b>0,5 p.p.</b>
<b>CapEx</b>	<b>2.842</b>	<b>3.118</b>	<b>(8,8)</b>	<b>29,1</b>
Espectro	405	251	n.s.	n.s.
<b>OpCF (OIBDA-CapEx)</b>	<b>1.226</b>	<b>2.413</b>	<b>(49,2)</b>	<b>2,2</b>

Notas:

- OIBDA nates de gastos de gerenciamiento y de marca.

- Los datos reportados de 2013 y 2014 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

## Telefónica Hispanoamérica. Accesos por país (I)

	2013				2014				% Var
Datos no auditados (miles)	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
Argentina									
Accesos clientes finales	24.781,4	25.706,4	26.985,6	26.636,7	26.300,0	26.159,9	25.910,5	26.629,1	(0,0)
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	4.765,0	4.786,7	4.819,3	4.833,5	4.812,7	4.779,6	4.750,4	4.726,8	(2,2)
'Fixed wireless'	255,4	283,3	315,6	342,7	342,8	323,0	304,5	296,0	(13,6)
Accesos de datos e Internet	1.772,0	1.806,1	1.835,2	1.848,5	1.845,4	1.854,5	1.870,7	1.880,2	1,7
Banda estrecha	16,0	17,4	16,4	12,9	11,2	12,2	11,8	9,8	(24,4)
Banda ancha <sup>(2)</sup>	1.755,9	1.788,6	1.818,8	1.835,5	1.834,2	1.842,3	1.859,0	1.870,5	1,9
Accesos móviles	18.244,4	19.113,6	20.331,0	19.954,7	19.641,9	19.525,8	19.289,4	20.022,1	0,3
Prepago	11.502,3	12.268,2	13.389,8	12.916,6	12.649,6	12.522,0	12.337,2	12.957,6	0,3
Contrato	6.742,1	6.845,5	6.941,3	7.038,1	6.992,3	7.003,8	6.952,1	7.064,5	0,4
M2M	376,5	389,4	406,2	427,4	452,6	454,9	470,8	470,7	10,1
Accesos Mayoristas	13,8	14,7	13,9	14,0	14,0	13,9	104,9	8,4	(39,8)
Total Accesos	24.795,2	25.721,1	26.999,4	26.650,7	26.314,0	26.173,9	26.015,4	26.637,6	0,0%
Chile									
Accesos clientes finales	13.330,8	13.497,8	13.447,4	13.625,2	13.566,9	13.576,0	13.586,1	13.888,1	1,9
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	1.715,0	1.696,2	1.674,5	1.654,2	1.631,0	1.616,8	1.593,9	1.579,0	(4,6)
Accesos de datos e Internet	945,0	960,0	972,5	977,5	984,5	1.005,3	1.030,5	1.047,7	7,2
Banda estrecha	10,2	5,3	5,2	5,2	5,1	4,4	4,9	4,8	(7,7)
Banda ancha <sup>(2)</sup>	932,3	952,2	964,9	969,9	977,0	998,7	1.023,4	1.040,7	7,3
Otros <sup>(3)</sup>	2,5	2,5	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3	2,3	(4,8)

## Telefónica Hispanoamérica. Accesos por país (I)

Datos no auditados (miles)	2013				2014				% Var
	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
Accesos móviles	10.229,0	10.377,1	10.319,8	10.490,3	10.424,3	10.394,0	10.381,4	10.660,2	1,6
Prepago	7.624,9	7.722,9	7.656,1	7.806,5	7.693,6	7.595,2	7.563,7	7.856,6	0,6
Contrato	2.604,1	2.654,2	2.663,8	2.683,8	2.730,7	2.798,7	2.817,7	2.803,6	4,5
M2M	238,8	253,0	263,2	281,6	306,5	322,0	319,9	307,3	9,1
TV de Pago	441,8	464,5	480,5	503,2	527,1	559,9	580,3	601,3	19,5
Accesos Mayoristas	4,8	4,8	4,8	5,0	5,4	5,4	5,4	5,6	12,7
<b>Total Accesos</b>	<b>13.335,6</b>	<b>13.502,6</b>	<b>13.452,2</b>	<b>13.630,2</b>	<b>13.572,3</b>	<b>13.581,4</b>	<b>13.591,5</b>	<b>13.893,8</b>	<b>1,9%</b>
<b>Perú</b>									
Accesos clientes finales	20.268,0	20.548,6	20.896,9	20.897,6	21.081,6	21.287,9	21.632,6	21.976,4	5,2
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	2.874,0	2.872,6	2.844,2	2.801,5	2.725,7	2.776,9	2.749,3	2.714,7	(3,1)
'Fixed wireless' <sup>(4)</sup>	346,4	339,4	328,8	313,5	251,4	292,8	280,2	262,7	(16,2)
Accesos de datos e Internet	1.359,8	1.397,4	1.425,5	1.437,1	1.457,2	1.490,7	1.505,2	1.523,4	6,0
Banda estrecha	5,5	5,5	5,4	5,0	4,9	1,1	1,2	1,2	77,0
Banda ancha <sup>(2)</sup>	1.333,7	1.371,3	1.399,2	1.411,1	1.431,8	1.468,8	1.483,2	1.501,3	6,4
Otros <sup>(3)</sup>	20,5	20,7	20,8	21,0	20,5	20,7	20,8	21,0	0,0
Accesos móviles	15.126,4	15.366,1	15.722,4	15.762,0	16.012,9	16.133,1	16.489,0	16.790,2	6,5
Prepago	11.303,9	11.310,7	11.385,5	11.258,7	11.377,8	11.288,6	11.450,9	11.676,3	3,7
Contrato	3.822,5	4.055,4	4.336,8	4.503,3	4.635,2	4.844,5	5.038,1	5.113,9	13,6
M2M	74,5	74,8	80,5	82,6	82,8	85,6	87,8	86,2	4,4
TV de Pago	907,8	912,5	904,8	897,1	885,7	887,3	889,1	948,0	5,7
Accesos Mayoristas	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	9,6
<b>Total Accesos</b>	<b>20.268,4</b>	<b>20.549,0</b>	<b>20.897,2</b>	<b>20.898,0</b>	<b>21.082,1</b>	<b>21.288,4</b>	<b>21.633,0</b>	<b>21.976,8</b>	<b>5,2%</b>
<b>Colombia</b>									
Accesos clientes finales	14.001,6	14.227,4	14.247,6	14.778,7	15.128,7	15.052,5	15.403,9	15.689,7	6,2
Accesos de telefonía fija <sup>(1)</sup>	1.427,5	1.435,0	1.445,8	1.447,1	1.459,9	1.464,0	1.468,6	1.461,0	1,0
Accesos de datos e Internet	758,8	798,0	836,2	862,2	895,1	922,4	952,9	970,2	12,5
Banda estrecha	8,4	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	(0,7)
Banda ancha <sup>(2)</sup>	750,4	789,5	827,7	853,7	886,7	913,9	944,5	961,7	12,6
Accesos móviles	11.516,3	11.680,1	11.633,5	12.121,7	12.409,8	12.281,9	12.581,6	12.842,5	5,9
Prepago	8.446,9	8.490,1	8.369,6	8.818,5	9.105,9	8.982,4	9.313,3	9.582,6	8,7
Contrato	3.069,4	3.190,1	3.263,8	3.303,2	3.303,9	3.299,5	3.268,3	3.259,9	(1,3)
M2M	351,0	356,9	372,4	392,9	404,7	416,2	421,5	427,8	8,9
TV de Pago	299,1	314,2	332,1	347,6	363,8	384,1	400,8	416,0	19,7
Accesos Mayoristas	3,3	3,3	3,3	3,3	1,9	1,9	1,9	1,9	(41,1)
<b>Total Accesos</b>	<b>14.004,9</b>	<b>14.230,7</b>	<b>14.250,9</b>	<b>14.782,0</b>	<b>15.130,6</b>	<b>15.054,4</b>	<b>15.405,9</b>	<b>15.691,6</b>	<b>6,2%</b>

(1) RTB (incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye los accesos 'fixed wireless' de voz.

(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(3) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

(4) En el segundo trimestre de 2014, los accesos de telefonía fija incluyen 50 mil clientes adicionales.



## Telefónica Hispanoamérica. Accesos por país (II)

	2012				2013				% Var
Datos no auditados (miles)	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
México									
Accesos móviles	19.251,7	19.086,8	19.145,8	20.332,8	19.324,8	20.244,2	20.561,0	21.673,4	6,6
Prepago <sup>(1)</sup>	17.663,6	17.545,7	17.662,4	18.863,2	17.862,0	18.777,4	19.127,6	20.207,5	7,1
Contrato	1.588,1	1.541,1	1.483,4	1.469,7	1.462,8	1.466,8	1.433,4	1.465,8	(0,3)
M2M	322,5	329,3	333,0	349,9	351,0	354,1	362,1	433,7	24,0
Accesos Mayoristas <sup>(2)</sup>	1.259,0	1.403,1	1.476,3	1.558,9	1.504,8	1.530,6	1.540,4	1.551,3	(0,5)
Total Accesos	20.510,7	20.489,9	20.622,1	21.891,7	20.829,6	21.774,8	22.101,5	23.224,7	6,1%
Venezuela y centro américa <sup>(3)</sup>									
Accesos de telefonía fija <sup>(4)</sup>	1.475,4	1.483,3	1.445,2	1.426,7	1.377,3	1.386,0	1.361,8	1.288,4	(9,7)
'Fixed wireless'	1.248,9	1.249,9	1.194,6	1.168,7	1.127,4	1.138,2	1.128,7	1.065,0	(8,9)
Accesos de datos e Internet	40,7	37,1	36,6	12,4	12,2	12,1	11,9	12,3	(0,8)
Banda estrecha	29,4	25,8	25,4	1,7	1,6	1,4	1,1	1,0	(40,0)
Banda ancha <sup>(5)</sup>	5,0	5,1	5,0	4,7	4,8	4,9	5,1	5,3	13,7
Otros <sup>(6)</sup>	6,3	6,2	6,2	6,0	5,9	5,8	5,8	5,9	(1,0)
Accesos móviles	19.796,1	20.419,9	21.029,2	21.666,8	21.813,8	21.919,5	21.947,2	21.471,9	(0,9)
Prepago <sup>(7) (8)</sup>	17.827,0	18.331,4	18.892,5	19.485,4	19.602,9	19.676,2	19.721,3	19.242,6	(1,2)
Contrato	1.969,1	2.088,4	2.136,7	2.177,0	2.210,9	2.243,3	2.225,9	2.229,2	2,4
M2M	97,6	105,3	112,9	119,8	123,8	129,8	134,9	141,7	18,3
TV de Pago	237,9	277,2	337,6	385,6	415,3	463,2	472,8	466,6	21,0
Total Accesos	21.550,1	22.217,5	22.848,6	23.491,6	23.618,6	23.780,9	23.793,7	23.239,2	(1,1)
Ecuador									
Accesos móviles	4.988,3	5.025,5	5.042,8	5.094,6	5.174,5	5.155,4	4.995,9	5.002,5	(1,8)
Prepago	4.148,4	4.138,6	4.117,2	4.120,9	4.165,4	4.111,9	3.915,1	3.897,8	(5,4)
Contrato	839,9	886,9	925,6	973,7	1.009,1	1.043,5	1.080,9	1.104,7	13,4
M2M	80,8	88,4	95,4	104,2	116,4	124,2	136,9	154,2	48,0
Fixed wireless	45,0	52,7	53,4	56,6	49,5	49,5	51,3	53,1	(6,1)
Total Accesos	5.033,3	5.078,2	5.096,1	5.151,3	5.224,0	5.204,9	5.047,3	5.055,6	(1,9)
Uruguay									
Accesos móviles	1.842,8	1.843,6	1.845,9	1.843,9	1.845,7	1.854,4	1.871,6	1.883,8	2,2
Prepago	1.284,3	1.273,2	1.261,0	1.250,0	1.245,8	1.243,2	1.259,6	1.276,9	2,2
Contrato	558,5	570,4	584,9	593,9	599,9	611,2	612,0	606,9	2,2
M2M	23,8	25,8	30,3	33,1	35,5	36,6	37,0	40,6	22,8
Total Accesos	1.842,8	1.843,6	1.845,9	1.843,9	1.845,7	1.854,4	1.871,6	1.883,8	2,2%

(1) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 1,9 millones de accesos inactivos.

(2) En el primer trimestre de 2014 se dieron de baja 45 mil accesos inactivos.

(3) Centroamérica incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

(4) RTB (incluyendo TUP) X1; Acceso Básico RDSI X1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 X30. Incluye autoconsumo. Incluye los accesos 'fixed wireless' de voz.

(5) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(6) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

(7) Incluye accesos M2M de prepago.

(8) En el cuarto trimestre de 2014 se dieron de baja 1.8 millones de accesos inactivos en Centroamérica.

## Telefónica Hispanoamérica. Datos financieros seleccionados por país (I)

Datos no auditados (millones de euros)	enero - diciembre			
	2014	2013	%Var	% Var M Local
<b>Argentina <sup>(1)</sup></b>				
Importe neto de la cifra de negocios	3.063	3.681	(16,8)	23,8
<b>Negocio Móvil</b>	<b>2.007</b>	<b>2.434</b>	<b>(17,5)</b>	<b>22,7</b>
Ingresos de servicio móvil	1.697	2.118	(19,8)	19,3
Ingresos de datos	790	1.023	(22,8)	14,8
Ingresos de terminales	310	316	(2,1)	45,7
<b>Negocio Fijo</b>	<b>1.055</b>	<b>1.247</b>	<b>(15,4)</b>	<b>25,9</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(2)</sup>	564	600	(6,0)	39,9
Ingresos de voz y acceso	442	594	(25,7)	10,6
Otros	50	53	(6,1)	39,6
OIBDA	802	977	(17,9)	22,1
Margen OIBDA <sup>(3)</sup>	25,8%	26,1%	(0,3 p.p.)	
CapEx	676	574	17,8	75,2
Espectro	168	-	-	-
OpCF (OIBDA-CapEx)	126	403	(68,8)	(53,5)
<b>Chile <sup>(1)</sup></b>				
Importe neto de la cifra de negocios	2.089	2.483	(15,9)	(3,0)
<b>Negocio Móvil</b>	<b>1.247</b>	<b>1.495</b>	<b>(16,6)</b>	<b>(3,8)</b>
Ingresos de servicio móvil	1.113	1.346	(17,3)	(4,7)
Ingresos de datos	318	281	13,4	30,7
Ingresos de terminales	134	149	(10,0)	3,8
<b>Negocio Fijo</b>	<b>842</b>	<b>988</b>	<b>(14,8)</b>	<b>1,7</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(2)</sup>	530	562	(5,7)	8,7
Ingresos de voz y acceso	295	403	(26,9)	(15,7)
Otros	17	23	(25,1)	(13,7)
OIBDA	708	818	(13,5)	(0,2)
Margen OIBDA	33,9%	32,9%	0,9 p.p.	
CapEx	429	488	(12,1)	1,4
Espectro	-	-	-	-
OpCF (OIBDA-CapEx)	279	330	(15,6)	(2,6)
<b>Perú <sup>(1)</sup></b>				
Importe neto de la cifra de negocios	2.504	2.454	2,0	7,3
<b>Negocio Móvil</b>	<b>1.427</b>	<b>1.333</b>	<b>7,0</b>	<b>12,6</b>
Ingresos de servicio móvil <sup>(4)</sup>	1.250	1.159	7,8	13,4
Ingresos de datos	335	265	26,3	32,9
Ingresos de terminales	177	174	1,8	7,1
<b>Negocio Fijo</b>	<b>1.077</b>	<b>1.121</b>	<b>(3,9)</b>	<b>1,0</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(2)</sup>	705	702	0,4	5,6
Ingresos de voz y acceso	351	399	(12,1)	(7,6)
Otros	21	19	9,2	14,8
OIBDA	844	875	(3,5)	1,4
Margen OIBDA <sup>(3)</sup>	33,7%	35,6%	(1,9 p.p.)	



## Telefónica Hispanoamérica. Datos financieros seleccionados por país (I)

Datos no auditados (millones de euros)	enero - diciembre			
	2014	2013	%Var	% Var M Local
CapEx	421	479	(12,1)	(7,6)
Espectro	-	120	n.s.	n.s.
OpCF (OIBDA-CapEx)	423	396	6,9	12,4
<b>Colombia</b>				
Importe neto de la cifra de negocios	1.719	1.705	0,8	7,8
<b>Negocio Móvil</b>	<b>1.090</b>	<b>1.052</b>	<b>3,6</b>	<b>10,7</b>
Ingresos de servicio móvil	985	969	1,7	8,8
Ingresos de datos	258	240	7,5	15,0
Ingresos de terminales	104	84	25,9	33,6
<b>Negocio Fijo</b>	<b>629</b>	<b>652</b>	<b>(3,6)</b>	<b>3,1</b>
Ingresos de BA y nuevos servicios <sup>(2)</sup>	356	349	2,1	9,1
Ingresos de voz y acceso	271	300	(9,6)	(3,4)
Otros	1	3	(54,6)	(51,5)
OIBDA	627	580	8,2	15,7
Margen OIBDA <sup>(3)</sup>	36,5%	34,0%	2,5 p.p.	
CapEx	496	457	8,5	16,0
Espectro	111	109	n.s.	n.s.
OpCF (OIBDA-CapEx)	132	123	7,2	14,6

Nota:

- OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

(1) Como resultado de la integración el desglose de ingresos ha sido clasificado en 2103 de acuerdo a un criterio proforma, asignando las eliminaciones 'inter.company' dentro de los negocios fijo y móvil. Así, todas las compañías en Latinoamérica están bajo este criterio.

(2) Incluye servicios de conectividad BA (minorista mayorista), servicios de valor añadido, servicios de TV, ingresos de datos y TI, y otros servicios de conectividad.

(3) Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

(4) Incluye ingresos de 'fixed wireless'.

## Telefónica Hispanoamérica. Datos financieros seleccionados por país (II)

Datos no auditados (millones de euros)	enero - diciembre			
	2014	2013	%Var	% Var M Local
<b>México</b>				
Importe neto de la cifra de negocios	1.649	1.580	4,3	8,8
Ingresos de servicio móvil	1.413	1.340	5,4	10,0
Ingresos de datos	340	375	(9,2)	(5,4)
Ingresos de terminales	236	240	(1,8)	2,4
OIBDA	337	266	26,7	32,1
Margen OIBDA	20,5%	16,9%	3,6 p.p.	
CapEx	252	242	4,0	8,4
Espectro	-	-	-	-
OpCF (OIBDA-CapEx)	86	24	n.s.	n.s.
<b>Venezuela y centroamérica <sup>(1) (2)</sup></b>				
Importe neto de la cifra de negocios	1.420	4.228	(66,4)	30,5
Ingresos de servicio móvil	1.305	3.738	(65,1)	36,8
Ingresos de datos <sup>(3)</sup>	397	1.117	(64,5)	40,5
Ingresos de terminales	114	490	(76,6)	(9,3)
OIBDA	463	1.739	(73,4)	21,1
Margen OIBDA	32,6%	41,1%	(8,5 p.p.)	
CapEx	435	739	(41,1)	n.s.
Espectro <sup>(4)</sup>	126	-	n.s.	n.s.
OpCF (OIBDA-CapEx)	27	1.000	(97,3)	(56,6)
<b>Ecuador</b>				
Importe neto de la cifra de negocios	508	505	0,5	0,4
Ingresos de servicio móvil	471	460	2,5	2,5
Ingresos de datos	151	145	4,4	4,3
Ingresos de terminales	36	45	(20,3)	(20,3)
OIBDA	188	182	3,1	3,0
Margen OIBDA	37,0%	36,1%	0,9 p.p.	
CapEx	102	94	9,4	9,4
Espectro	-	-	-	-
OpCF (OIBDA-CapEx)	85	89	(3,6)	(3,7)
<b>Uruguay</b>				
Importe neto de la cifra de negocios	232	256	(9,7)	2,8
Ingresos de servicio móvil	218	244	(10,6)	1,7
Ingresos de datos	88	93	(5,0)	8,1
Ingresos de terminales	14	13	9,2	24,3
OIBDA	94	105	(10,0)	2,4
Margen OIBDA	40,7%	40,9%	(0,1 p.p.)	
CapEx	31	46	(31,7)	(22,3)
Espectro	-	22	n.s.	n.s.
OpCF (OIBDA-CapEx)	63	59	7,0	21,7

Nota:

- OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

(1) Las cifras de Venezuela incluyen los ajustes por hiperinflación en ambos ejercicios. A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2013, las variaciones en moneda local de las partidas afectadas por el ajuste por inflación se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

(2) Centroamérica incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

(3) Los ingresos de datos no incluyen ajustes por hiperinflación.

(4) Corresponde a Panamá, Nicaragua y Venezuela.



## Telefónica Hispanoamérica. Datos operativos operadoras móviles por país (I)

	2013	2014				
Datos no auditados	4T	1T	2T	3T	4T	% Var M Local
Argentina						
Tráfico de voz (millones de minutos)	5.984	5.480	5.773	5.870	5.959	(0,4)
Tráfico de datos (TB)	5.100	5.836	6.549	7.284	8.541	67,5
ARPU (EUR)	8,7	7,0	6,8	7,4	8,3	24,9
Prepago	2,8	2,1	2,2	2,3	2,7	24,1
Contrato <sup>(1)</sup>	20,7	16,7	15,9	17,6	19,4	22,9
ARPUde datos (EUR)	4,2	3,4	3,3	3,4	3,3	4,5
% Ingresos no SMS s/ing datos	52,5%	57,9%	59,1%	61,5%	57,3%	4,7 p.p.
Churn	3,6%	3,2%	3,2%	3,1%	2,6%	(1,0 p.p.)
Contrato <sup>(1)</sup>	1,1%	1,1%	1,2%	1,2%	1,0%	(0,1 p.p.)
Chile						
Tráfico de voz (millones de minutos)	3.338	3.151	3.107	3.095	3.239	(3,0)
Tráfico de datos (TB)	9.319	11.510	13.550	14.686	15.895	70,6
ARPU (EUR)	10,7	8,9	8,4	8,6	9,0	(10,1)
Prepago	4,8	3,9	3,6	3,6	3,7	(18,3)
Contrato <sup>(1)</sup>	29,9	25,8	24,4	24,7	26,1	(6,7)
ARPUde datos (EUR)	2,2	2,3	2,4	2,7	2,7	29,0
% Ingresos no SMS s/ing datos	86,7%	89,2%	91,6%	93,3%	93,4%	6,8 p.p.
Churn	3,0%	3,3%	3,1%	3,2%	3,3%	0,3 p.p.
Contrato <sup>(1)</sup>	2,0%	1,7%	1,7%	2,0%	2,1%	0,0 p.p.
Perú						
Tráfico de voz (millones de minutos)	6.540	7.886	6.762	7.177	7.607	16,3
Tráfico de datos (TB)	2.524	2.901	3.078	3.599	4.206	66,6
ARPU (EUR)	6,4	6,1	6,2	6,7	6,9	4,3
Prepago	4,0	3,9	3,8	4,1	4,2	(1,0)
Contrato <sup>(1)</sup>	11,8	12,0	11,9	12,6	13,4	10,7
ARPUde datos (EUR)	1,6	1,5	1,6	1,8	2,0	25,7
% Ingresos no SMS s/ing datos	86,2%	85,5%	88,4%	88,6%	85,9%	(0,3 p.p.)
Churn	4,5%	3,8%	4,0%	3,8%	3,7%	(0,7 p.p.)
Contrato <sup>(1)</sup>	2,0%	2,1%	1,5%	1,4%	1,9%	(0,1 p.p.)
Colombia						
Tráfico de voz (millones de minutos)	5.733	5.603	5.525	5.607	5.781	0,8
Tráfico de datos (TB)	5.982	6.670	7.454	8.708	9.410	57,3
ARPU (EUR)	6,9	6,1	6,4	6,6	6,2	(5,8)
Prepago	2,0	1,7	1,7	1,8	1,8	(5,1)
Contrato <sup>(1)</sup>	21,9	20,4	21,4	22,6	21,5	2,4
ARPUde datos (EUR)	1,7	1,6	1,7	1,8	1,7	6,9
% Ingresos no SMS s/ing datos	92,6%	93,7%	94,7%	95,4%	97,5%	4,9 p.p.
Churn	3,0%	3,0%	3,8%	2,7%	3,0%	(0,0 p.p.)
Contrato <sup>(1)</sup>	2,3%	2,3%	2,1%	2,2%	2,1%	(0,2 p.p.)

Notas:

-ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo.

-Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Excluye M2M.

## Telefónica Hispanoamérica. Datos operativos operadoras móviles por país (II)

	2013	2014				
Datos no auditados	4T	1T	2T	3T	4T	% Var M Local
México						
Tráfico de voz (millones de minutos)	6.204	6.626	7.723	7.454	8.807	42,0
Tráfico de datos (TB)	3.572	4.460	4.590	6.497	6.832	91,3
ARPU (EUR) <sup>(1)</sup>	4,9	4,6	5,0	5,0	5,2	3,5
Prepago <sup>(1)</sup>	4,1	3,9	4,3	4,4	4,6	8,4
Contrato <sup>(2)</sup>	19,9	20,0	19,1	19,2	19,3	(6,0)
ARPUde datos (EUR) <sup>(1)</sup>	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	(0,4)
% Ingresos no SMS s/ing datos	60,7%	65,4%	68,2%	70,2%	73,4%	15,7 p.p.
Churn <sup>(1)</sup>	2,5%	5,7%	2,9%	3,5%	3,4%	0,9 p.p.
Contrato <sup>(2)</sup>	1,3%	1,1%	1,4%	1,4%	1,6%	0,3 p.p.
Venezuela y centroamérica <sup>(3)</sup>						
Tráfico de voz (millones de minutos)	8.762	9.173	9.262	9.413	9.627	17,0
Tráfico de datos (TB)	7.878	9.993	10.434	11.848	13.400	70,1
ARPU (EUR) <sup>(4) (5)</sup>	12,1	8,3	8,8	9,3	(9,7)	n.s.
Prepago <sup>(5)</sup>	10,2	6,9	7,1	7,7	(8,1)	n.s.
Contrato <sup>(2)</sup>	30,4	21,5	25,6	25,3	(25,2)	n.s.
ARPUde datos (EUR) <sup>(5) (6)</sup>	4,7	3,2	3,5	3,7	(4,4)	n.s.
% Ingresos no SMS s/ing datos	67,8%	70,9%	74,4%	78,0%	79,7%	14,1 p.p.
Churn <sup>(5)</sup>	2,8%	2,6%	2,8%	3,1%	4,8%	2,0 p.p.
Contrato <sup>(2)</sup>	1,1%	1,1%	1,2%	1,3%	1,2%	0,1 p.p.
Ecuador						
Tráfico de voz (millones de minutos)	1.192	1.175	1.203	1.212	1.201	4,7
Tráfico de datos (TB)	1.108	1.142	1.223	1.315	1.485	34,0
ARPU (EUR)	7,0	6,8	7,0	7,3	7,8	0,8
Prepago	4,1	4,0	3,9	4,1	4,4	(0,8)
Contrato <sup>(2)</sup>	22,0	21,1	22,1	21,8	22,3	(6,7)
ARPUde datos (EUR)	2,3	2,3	2,4	2,4	2,6	4,3
% Ingresos no SMS s/ing datos	75,6%	76,8%	78,6%	78,5%	80,6%	6,0 p.p.
Churn	2,7%	2,5%	2,8%	3,7%	3,2%	0,5 p.p.
Contrato <sup>(2)</sup>	1,2%	1,3%	1,3%	1,3%	1,7%	0,5 p.p.
Uruguay						
Tráfico de voz (millones de minutos)	900	850	845	862	864	(0,4)
Tráfico de datos (TB)	919	1.045	1.118	1.318	1.499	63,2
ARPU (EUR)	10,3	9,5	9,1	9,2	9,8	(1,5)
Prepago	5,1	4,6	4,3	4,2	4,6	(6,5)
Contrato <sup>(2)</sup>	22,3	20,8	20,1	20,6	21,8	1,2
ARPUde datos (EUR)	4,0	3,9	3,8	3,9	4,2	9,4
% Ingresos no SMS s/ing datos	47,7%	51,5%	54,0%	56,7%	60,8%	14,6 p.p.
Churn	1,9%	1,9%	1,6%	1,4%	1,5%	(0,4 p.p.)
Contrato <sup>(2)</sup>	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,9%	0,3 p.p.

## Notas:

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Impactado por la desconexión en el primer trimestre de 2014 de 1,9 millones de accesos inactivos.

(2) Excluye M2M.

(3) Centroamérica incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

(4) A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2013, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.

(5) Impactado por la desconexión en el cuarto trimestre de 2014 de 1,8 millones de accesos inactivos en Centroamérica.

(6) No incluye ajuste por hiperinflación.



## Telefónica Hispanoamérica. Datos operativos acumulados operadoras móviles por país (I)

	2013	2014				
Datos no auditados	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	% Var M Local
Argentina						
Tráfico de voz (millones de minutos)	22.540	5.480	11.253	17.123	23.081	2,4
Tráfico de datos (TB)	18.798	5.836	12.385	19.669	28.210	50,1
ARPU (EUR)	9,4	7,0	6,9	7,1	7,4	16,9
Prepago	3,3	2,1	2,2	2,2	2,3	6,8
Contrato <sup>(1)</sup>	21,4	16,7	16,3	16,7	17,4	21,0
ARPUde datos (EUR)	4,5	3,4	3,4	3,4	3,4	12,1
% Ingresos no SMS s/ing datos	49,1%	57,9%	58,5%	59,5%	59,0%	9,9 p.p.
Churn	2,3%	3,2%	3,2%	3,2%	3,0%	0,6 p.p.
Contrato <sup>(1)</sup>	1,0%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	0,1 p.p.
Chile						
Tráfico de voz (millones de minutos)	13.339	3.151	6.259	9.354	12.593	(5,6)
Tráfico de datos (TB)	31.218	11.510	25.059	39.745	55.640	78,2
ARPU (EUR)	10,9	8,9	8,7	8,6	8,7	(8,0)
Prepago	4,9	3,9	3,7	3,7	3,7	(12,5)
Contrato <sup>(1)</sup>	30,6	25,8	25,1	24,9	25,2	(5,0)
ARPUde datos (EUR)	2,3	2,3	2,4	2,5	2,5	28,9
% Ingresos no SMS s/ing datos	84,2%	89,2%	90,4%	91,5%	91,9%	7,8 p.p.
Churn	2,7%	3,3%	3,2%	3,2%	3,2%	0,5 p.p.
Contrato <sup>(1)</sup>	1,9%	1,7%	1,7%	1,8%	1,9%	0,0 p.p.
Perú						
Tráfico de voz (millones de minutos)	24.193	7.886	14.648	21.825	29.432	21,7
Tráfico de datos (TB)	8.164	2.901	5.979	9.578	13.784	68,8
ARPU (EUR)	6,6	6,1	6,1	6,3	6,5	2,7
Prepago	4,3	3,9	3,8	3,9	4,0	(2,7)
Contrato <sup>(1)</sup>	12,3	12,0	11,9	12,1	12,4	6,7
ARPUde datos (EUR)	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7	25,4
% Ingresos no SMS s/ing datos	81,1%	85,5%	86,9%	87,5%	87,1%	6,0 p.p.
Churn	4,4%	3,8%	3,9%	3,9%	3,8%	(0,6 p.p.)
Contrato <sup>(1)</sup>	2,0%	2,1%	1,5%	1,5%	1,6%	(0,4 p.p.)
Colombia						
Tráfico de voz (millones de minutos)	20.551	5.603	11.128	16.735	22.516	9,6
Tráfico de datos (TB)	23.111	6.670	14.124	22.832	32.242	39,5
ARPU (EUR)	6,9	6,1	6,2	6,3	6,3	(1,8)
Prepago	1,9	1,7	1,7	1,8	1,8	0,2
Contrato <sup>(1)</sup>	22,6	20,4	20,9	21,5	21,5	1,7
ARPUde datos (EUR)	1,7	1,6	1,7	1,7	1,7	7,1
% Ingresos no SMS s/ing datos	91,6%	93,7%	94,2%	94,6%	95,3%	3,8 p.p.
Churn	3,7%	3,0%	3,4%	3,2%	3,1%	(0,6 p.p.)
Contrato <sup>(1)</sup>	2,0%	2,3%	2,2%	2,2%	2,2%	0,2 p.p.

Notas:

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Excluye M2M.

## Telefónica Hispanoamérica. Datos operativos acumulados operadoras móviles por país (II)

	2013	2014				
Datos no auditados	ene-dic	ene-mar	ene-jun	ene-sep	ene-dic	% Var M Local
México						
Tráfico de voz (millones de minutos)	20.598	6.626	14.349	21.804	30.611	48,6
Tráfico de datos (TB)	8.757	4.460	9.050	15.547	22.379	n.s.
ARPU (EUR) <sup>(1)</sup>	5,1	4,6	4,8	4,9	5,0	1,5
Prepago <sup>(1)</sup>	4,3	3,9	4,1	4,2	4,3	4,8
Contrato <sup>(2)</sup>	20,0	20,0	19,5	19,4	19,4	1,4
ARPUde datos (EUR) <sup>(1)</sup>	1,6	1,3	1,4	1,4	1,4	(10,7)
% Ingresos no SMS s/ing datos	56,5%	65,4%	66,8%	67,9%	69,3%	12,7 p.p.
Churn <sup>(1)</sup>	2,9%	5,7%	4,3%	4,0%	3,9%	1,0 p.p.
Contrato <sup>(2)</sup>	1,6%	1,1%	1,3%	1,4%	1,4%	(0,2 p.p.)
Venezuela y centroamérica <sup>(3)</sup>						
Tráfico de voz (millones de minutos)	32.304	9.173	18.435	27.848	37.475	16,0
Tráfico de datos (TB)	28.981	9.993	20.427	32.274	45.675	57,6
ARPU (EUR) <sup>(4) (5)</sup>	11,6	8,3	8,5	8,8	4,2	25,3
Prepago <sup>(5)</sup>	9,7	6,9	7,0	7,2	3,4	24,1
Contrato <sup>(2)</sup>	29,9	21,5	23,6	24,2	11,8	29,3
ARPUde datos (EUR) <sup>(5) (6)</sup>	4,5	3,2	3,3	3,5	1,5	31,0
% Ingresos no SMS s/ing datos	64,0%	70,9%	72,5%	74,6%	76,1%	12,3 p.p.
Churn <sup>(5)</sup>	2,7%	2,6%	2,7%	2,9%	3,3%	0,6 p.p.
Contrato <sup>(2)</sup>	1,1%	1,1%	1,1%	1,2%	1,2%	0,1 p.p.
Ecuador						
Tráfico de voz (millones de minutos)	4.482	1.175	2.378	3.589	4.790	7,0
Tráfico de datos (TB)	4.024	1.142	2.366	3.680	5.165	28,4
ARPU (EUR)	7,3	6,8	6,9	7,0	7,2	(1,2)
Prepago	4,3	4,0	3,9	4,0	4,1	(6,0)
Contrato <sup>(2)</sup>	23,3	21,1	21,7	21,7	21,9	(6,0)
ARPUde datos (EUR)	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	2,9
% Ingresos no SMS s/ing datos	74,4%	76,8%	77,7%	78,0%	78,6%	4,2 p.p.
Churn	3,1%	2,5%	2,6%	3,0%	3,0%	(0,0 p.p.)
Contrato <sup>(2)</sup>	1,2%	1,3%	1,3%	1,3%	1,4%	0,2 p.p.
Uruguay						
Tráfico de voz (millones de minutos)	3.440	850	1.695	2.557	3.421	(0,5)
Tráfico de datos (TB)	3.179	1.045	2.163	3.482	4.981	56,7
ARPU (EUR)	10,6	9,5	9,3	9,2	9,4	0,6
Prepago	5,3	4,6	4,4	4,4	4,4	(5,4)
Contrato <sup>(2)</sup>	23,4	20,8	20,4	20,5	20,8	1,2
ARPUde datos (EUR)	4,2	3,9	3,8	3,9	4,0	7,2
% Ingresos no SMS s/ing datos	45,2%	51,5%	52,7%	54,0%	55,7%	10,4 p.p.
Churn	1,9%	1,9%	1,7%	1,6%	1,6%	(0,3 p.p.)
Contrato <sup>(2)</sup>	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,0 p.p.

## Notas:

- ARPU: Ingreso medio mensual dividido entre el promedio de accesos medios para el periodo.

- Tráfico de voz se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

- Tráfico de datos se define como Terabytes cursados por clientes de la Compañía tanto de 'upload' como de 'download' (1TByte = 10<sup>12</sup> bytes). Se incluye el tráfico promocional. Se incluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

(1) Impactado por la desconexión en el primer trimestre de 2014 de 1,9 millones de accesos inactivos.

(2) Excluye M2M.

(3) Centroamérica incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

(4) A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2013, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.

(5) Impactado por la desconexión en el cuarto trimestre de 2014 de 1,8 millones de accesos inactivos en Centroamérica.

(6) No incluye ajuste por hiperinflación.



# ANEXOS

## Participaciones más significativas del Grupo Telefónica

### Telefónica España

	% Par T.
Telefónica España	100,0
Telefónica Móviles España	100,0
Telyco	100,0
Iberbanda	100,0
Acens Technologies	100,0
Tuenti	100,0

### Telefónica Reino unido

	% Par T.
Telefónica Reino unido	100,0

### Telefónica Deutschland

	% Par T.
Telefónica Deutschland	62,4

### Telefónica Brasil

	% Par T.
Telefónica Brasil	74,0

### Telefónica Hispanoamérica

	% Par T.
Telefónica de Argentina	100,0
Telefónica Móviles Argentina	100,0
Telefónica Móviles Chile	100,0
Telefónica Móviles México	100,0
Telefónica Venezuela	100,0
Telefónica Ecuador	100,0
Telefónica Móviles Uruguay	100,0
Telefónica Costa Rica	100,0
Telefónica del Perú	98,6
Telefónica Chile	97,9
Telefónica Colombia	70,0
Telefónica Móviles El Salvador	60,0
Telefónica Móviles Guatemala	60,0
Telefonía Celular Nicaragua	60,0
Telefónica Móviles Panamá	60,0

### Otras participaciones

	% Par T.
Telefónica de contenidos	100,0
T. Intern. Wholesale serv. (TIWS)	100,0
Telefónica Digital	100,0
Telco SpA <sup>(1)</sup>	66,0
DTS, Distribuidora de Televisión Digital	44,0
China unicom <sup>(2)</sup>	2,5
BBVA	0,7

Nota:

(1) 66,0% de los derechos económicos.

(2) Con fecha 10 de noviembre de 2014 se ha procedido a la venta de un 2,5% del capital de China Unicom, reduciéndose la participación en dicha compañía al 2,51%.

## Cambios en el Perímetro

Durante el ejercicio 2014 se han producido las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación:

- ⇒ El regulador de las telecomunicaciones de Brasil (ANATEL), en su reunión del 22 de diciembre de 2014, aprobó la escisión de Telco, S.p.A. condicionándola a la suspensión de los derechos políticos de Telefónica en Telecom Italia y en sus filiales, entre otras medidas. Telefónica está conforme con la referida suspensión de derechos políticos y ha ofrecido a Anatel presentar una declaración formal en este sentido. Por este motivo, en esa misma fecha, Telefónica ha dejado de tener influencia significativa en su participación indirecta en Telecom Italia, S.p.A., y ha procedido a reclasificar su inversión como un activo financiero disponible para la venta.
- ⇒ En noviembre de 2014 Telefónica procedió a la venta de acciones representativas de un 2,5% del capital social de China Unicom. Telefónica mantiene una participación del 2,51% en dicha compañía, que ha sido reclasificada como activo financiero disponible para la venta.
- ⇒ El 1 de octubre de 2014 Telefónica Deutschland completó la adquisición de E-Plus, que comienza consolidarse dentro del Grupo Telefónica por el método de integración global a partir de dicha fecha.
- ⇒ El 15 de julio de 2014 se cerró la venta del 100% de Telefónica Irlanda tras obtener las autorizaciones regulatorias pertinentes, causando baja en el perímetro de consolidación con efecto 1 de julio de 2014.
- ⇒ El 4 de julio de 2014 se formalizó la adquisición del 22% del capital social de Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (DTS), propiedad de Mediaset España Comunicación, S.A. Con esta adquisición, la participación del Grupo Telefónica en DTS asciende a un 44%.
- ⇒ El 28 de enero de 2014 se completó la venta del 65,9% del capital de Telefónica República Checa una vez obtenida la autorización regulatoria pertinente, causando baja en el perímetro de consolidación con efecto 1 de enero de 2014. Posteriormente, Telefónica ha vendido la participación del 4,9% restante en dicha Compañía (renombrada como O2 Czech Republic, a.s. desde el día 21 de junio de 2014).

## Aviso legal

Las manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones contenidas en este documento pueden ser identificadas, en determinados casos, por la utilización de palabras como 'será', 'objetivo', 'expectativa', 'deseo', 'anticipación', 'debería', 'debe', 'asume', 'estima', 'plan', 'propósito', 'creencia' o de un lenguaje similar u otras fórmulas con significado semejante, en cada caso, o su correspondiente forma negativa. Otras manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones pueden ser identificadas en el contexto en el que las manifestaciones son realizadas o por la propia naturaleza de predicción que tienen las cuestiones referidas a estrategias, planes o intenciones.

Estas manifestaciones incluyen declaraciones con respecto a nuestra intención, creencia o expectativas actuales con respecto a, entre otros: el efecto sobre nuestros resultados de las operaciones de la competencia en los mercados de telecomunicaciones; las tendencias que afectan a nuestra condición financiera del negocio, los resultados de las operaciones o flujos de efectivo; las adquisiciones, inversiones o desinversiones que podemos hacer en el futuro; nuestro plan de inversiones de capital; nuestra disponibilidad de fondos estimada; nuestra capacidad para pagar la deuda con flujos de efectivo futuros estimados; nuestras políticas de remuneración al accionista; la supervisión y regulación de los sectores de telecomunicaciones donde operamos significativamente; nuestras alianzas estratégicas; y el potencial de crecimiento y la competitividad en los ámbitos actuales y futuros de nuestro negocio.

Dichas manifestaciones de futuro o previsiones no constituyen garantías de un futuro cumplimiento, encontrándose condicionadas por riesgos e incertidumbres y los resultados reales pueden diferir materialmente de los anticipados en las manifestaciones de futuro o previsiones como resultado de diversos factores. Los riesgos y las incertidumbres involucradas en nuestros negocios que podrían afectar a los asuntos mencionados en dichas manifestaciones incluyen, pero no se limitan a: cambios en la situación económica, en los negocios o en las condiciones

políticas en los mercados nacionales o internacionales en los que operamos o tenemos inversiones materiales puedan afectar a la demanda de nuestros servicios; exposición a los tipos de cambio de divisa extranjera, tipos de interés o riesgo crediticio relacionadas con nuestras inversiones de autocartera o en algunas de nuestras transacciones financieras; las condiciones actuales o el deterioro de los mercados financieros internacionales; el impacto de la regulación actual, pendiente o futura, en los países en los que operamos, así como el hecho de no renovar u obtener las licencias, autorizaciones y concesiones necesarias para prestar nuestros servicios y el impacto de las limitaciones en la capacidad del espectro; el cumplimiento de la regulación contra la corrupción y los programas de sanciones económicas; la percepción de los clientes de los servicios ofrecidos por la Compañía; las acciones de los competidores existentes y potenciales en cada uno de nuestros mercados, así como los efectos potenciales de los cambios tecnológicos; el fallo de los proveedores en el suministro de equipos y servicios necesarios en el tiempo solicitado; el impacto de interrupciones de red imprevistas incluidos los debidos a acciones de seguridad cibernética; el efecto de los informes que sugieren que los campos electromagnéticos pueden causar problemas de salud; el posible saneamiento contable de activos debido a cambios de carácter regulatorio, de negocio o políticos; la potencial responsabilidad resultante de un uso ilegal o ilícito de Internet a través de nuestros servicios de acceso a Internet y de alojamiento, incluida la difusión inadecuada o modificación de los datos de clientes; y el resultado de los litigios pendientes o futuros u otros procedimientos legales.

Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Compañía y, en particular, por los analistas e inversores que consulten el presente documento. Salvo en la medida en que lo requiera la ley aplicable, Telefónica no se obliga a informar públicamente del resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas

manifestaciones para adaptarlas a hechos o circunstancias posteriores a esta presentación, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier otra posible circunstancia sobrevenida.

Este documento puede contener información resumida o información no auditada. En este sentido, la información contenida en el mismo debe leerse en conjunto y está sujeta a toda la información pública disponible, incluyendo, en su caso, otros documentos emitidos por la Compañía que contengan información más completa.

Por último, se hace constar que ni este Informe ni nada de lo aquí contenido puede interpretarse como una oferta de compra, venta o canje, o una solicitud de una oferta de compra, venta o canje de valores, o una recomendación o asesoramiento sobre ningún valor.

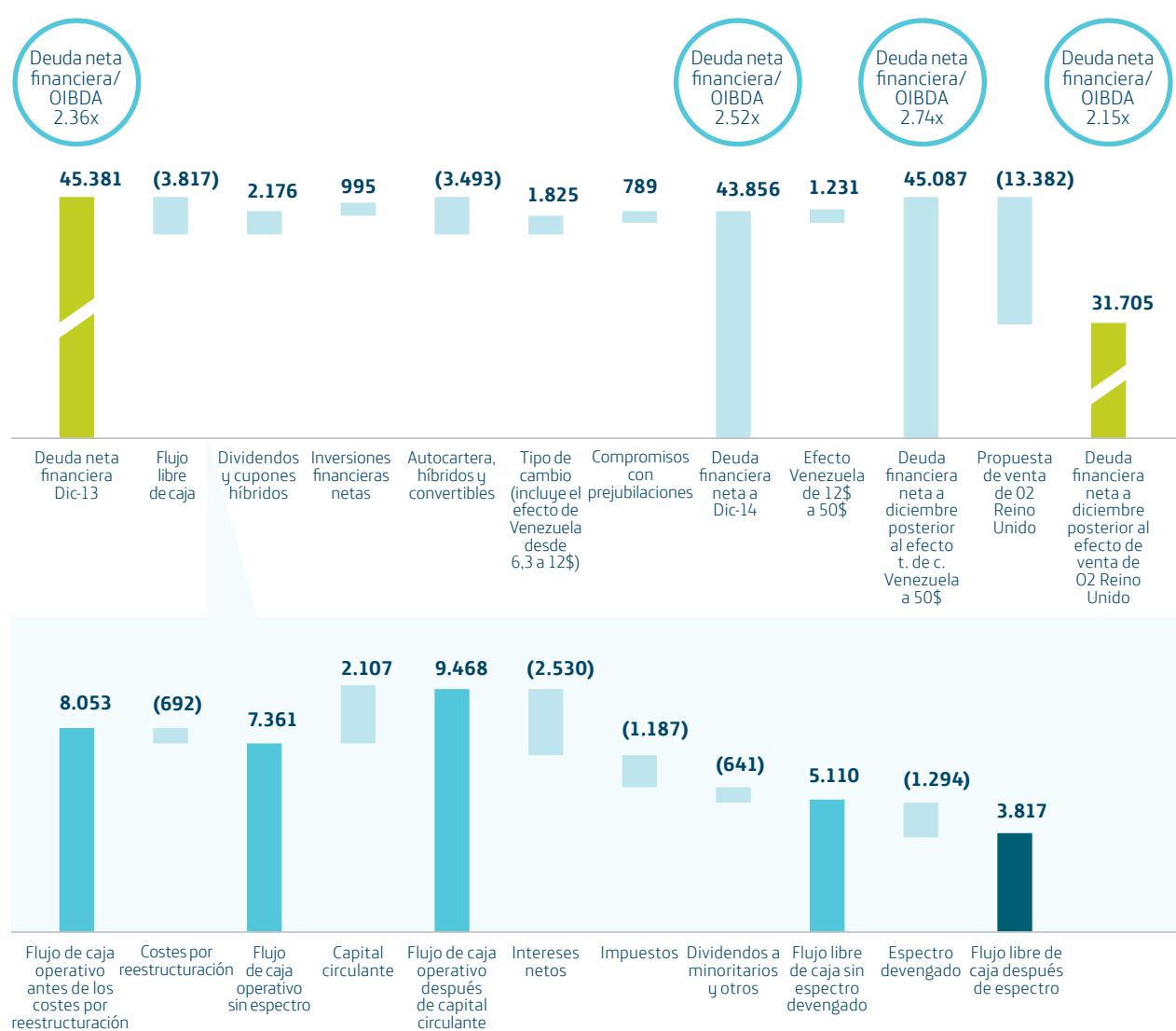
# Situación *financiera*

La deuda financiera neta de Telefónica asciende a 31.705 millones de euros tras la venta de O2 UK, al tiempo que el ratio de endeudamiento se ha situado en 2,15 veces. Estos datos confirman la solidez del balance de la Compañía.



La deuda financiera neta se ha reducido en 294 millones de euros en los últimos doce meses, hasta 45.087 millones de euros, impactada por la adopción del tipo de cambio fijado en SICAD II en Venezuela, que supone un aumento de la deuda en 1.231 millones de euros. Por lo tanto, es de destacar que la deuda se situaría en 31.705 millones de euros y el ratio de endeudamiento (deuda financiera neta sobre OIBDA) en 2,15 veces. Todo ello, tras el cierre de la venta de O2 UK al final del ejercicio y pese al ajuste cambiario de Venezuela.

## Deuda financiera neta



Telefónica, S.A.  
Informe Integrado 2014

El presente Informe está disponible en  
<http://informeanual2014.telefonica.com>

Se encuentra a disposición de los accionistas y el público  
en general la información exigida por la legislación vigente.

**Publicación:**  
Dirección de Asuntos Públicos y Regulación de Telefónica, S.A.

**Diseño y Maquetación:**  
MRM Worldwide Spain, S.A.

**Fecha de edición:**  
Junio de 2015





*Telefonica*