

Informe anual

2005

Telefonica



	Datos significativos	4
	Carta del Presidente	6
	Órganos de Gobierno	10
01	El Grupo Telefónica en 2005	12
	01 01 Así es Telefónica	14
	01 02 Estrategia de negocio	20
	01 03 Estructura del Grupo	52
	01 04 Cronología	56
02	Información al accionista	62
	02 01 Información al accionista	64
	02 02 Gestión del Riesgo	70
	02 03 Gobierno Corporativo	82
03	Responsabilidad Corporativa	90
	03 01 Responsabilidad Corporativa en Telefónica	94
	03 02 Motor de progreso económico, tecnológico y social	100
	03 03 Para todos	108
04	Resultados trimestrales enero - diciembre 2005	130
	04 01 Resultados trimestrales enero - diciembre 2005	132

En los dos últimos años, Telefónica ha acelerado su crecimiento:

x2 en número de accesos

+10 países con presencia

x1,5 en número de empleados

mejorando su rentabilidad:

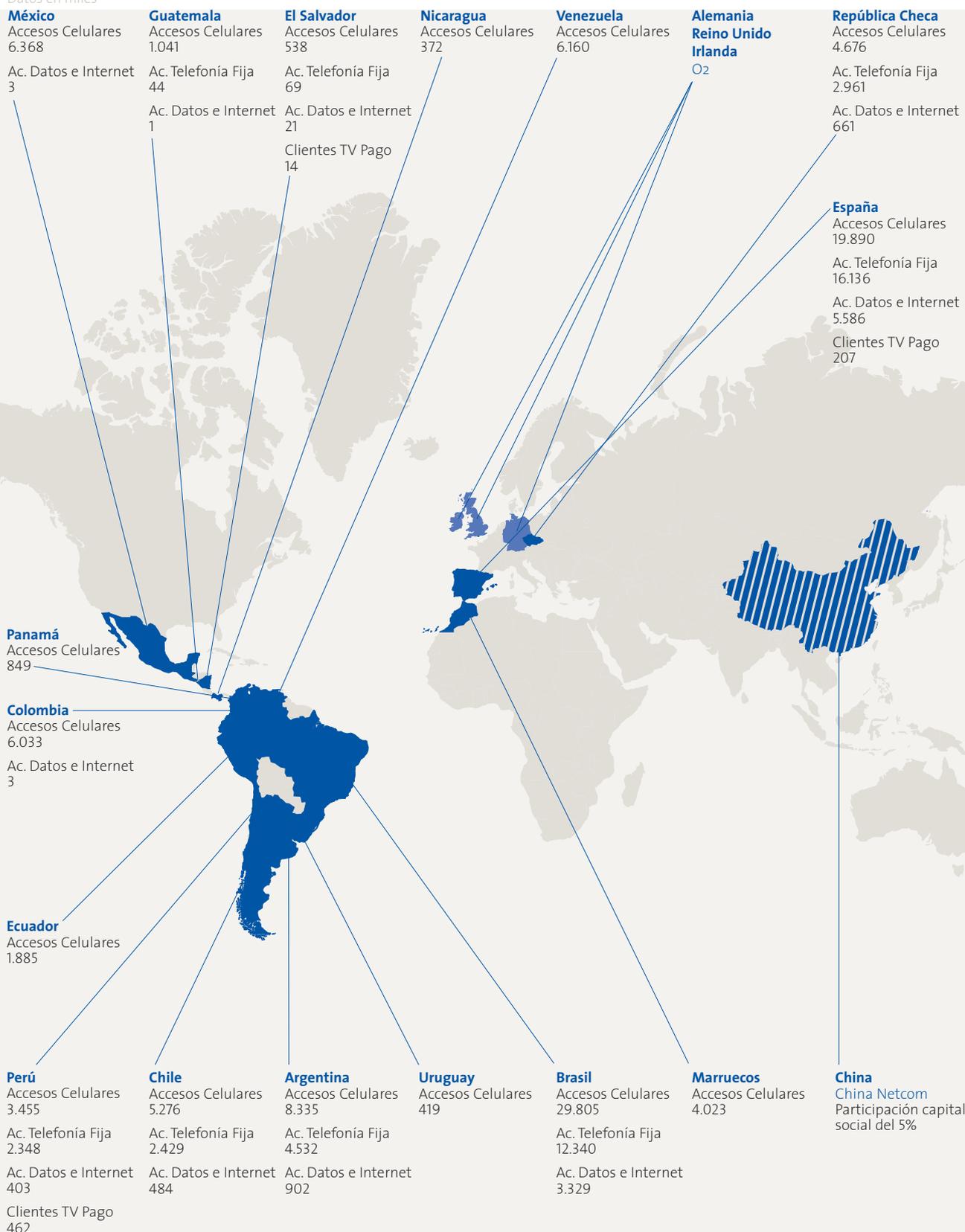
x1,7 en ingresos^(*)

x2,37 en resultado neto por acción^(*)

Datos relevantes 2005

Telefónica: Tamaño de mercado (2005)

Datos en miles



Crecimiento Rentable*

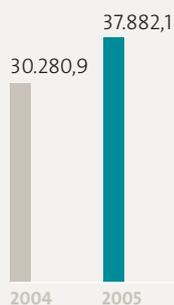
+40%

Resultados

4.445,8 Millones de euros

Ingresos

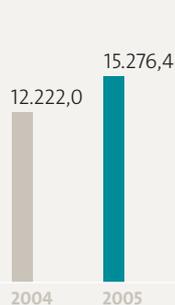
Millones de euros



+25,1%

OIBDA

Millones de euros



+25,0%

Generación Libre de Caja

(OIBDA - CAPEX)
Millones de euros



+17,3%

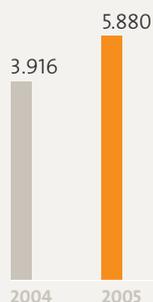
+24%

Clientes

154 millones de accesos (sin O2)

Accesos a Internet de banda ancha

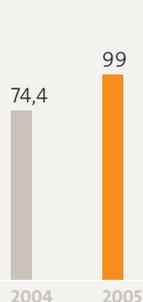
Miles de Clientes



+50,2%

Móviles

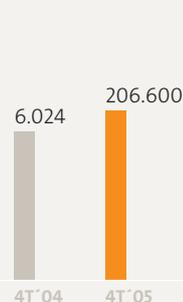
Miles de Clientes



+33,2%

Imagenio

Clientes



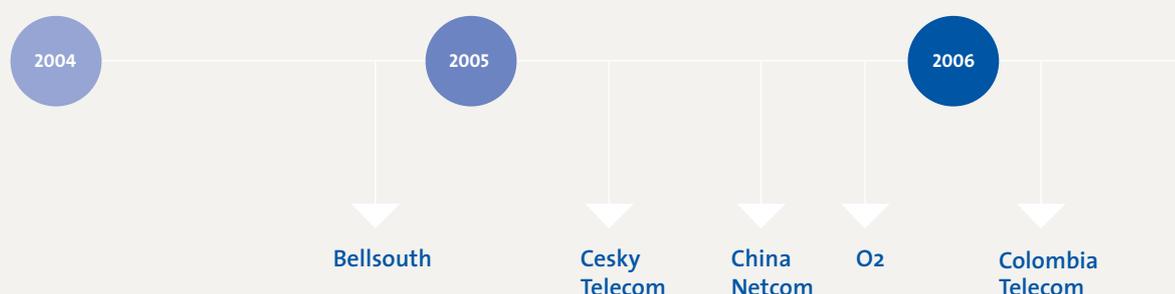
+200,6%

x2

Tamaño

5 operaciones corporativas en 2 años

Crecimiento por adquisición 2004-2005

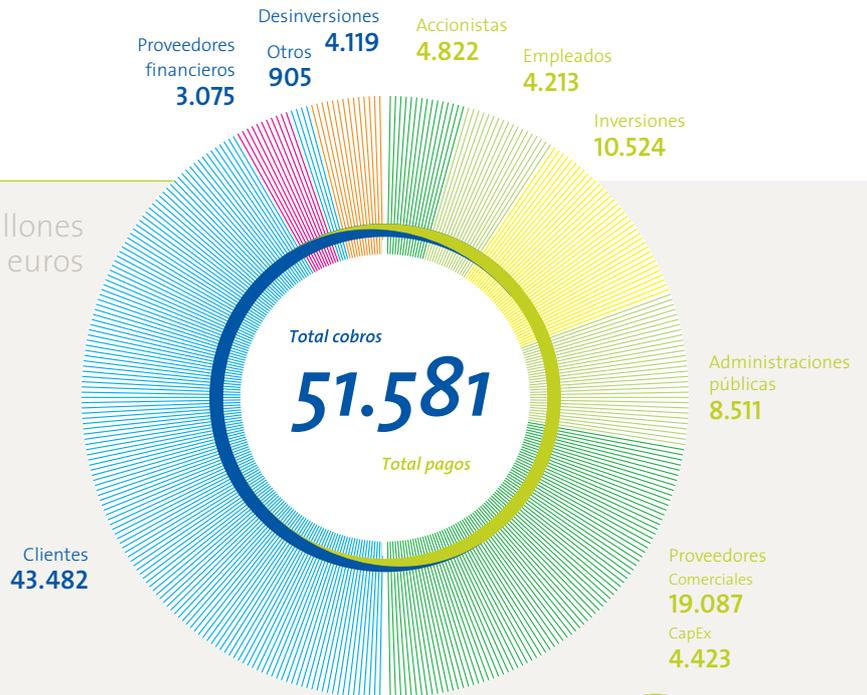


Motor de Progreso

Económico

51.581 millones de euros

- 18.000 proveedores
- 1,7% Contribución de ingresos del PIB nacional
- 154 Millones de accesos (sin O2)
- 1,5 Millones accionistas
- 207.000 Empleados



+21%

Tecnológico

2.900 millones de euros de innovación

Innovación

Millones de euros



+20,9%

I+D

Millones de euros



+16,6%

¿Quién innova?

Datos en porcentaje



+16%

Social

54 millones de euros en acción social

Acción social

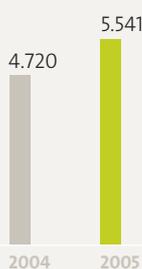
Millones de euros



+16,6%

Inclusión digital

Millones de líneas de rentas bajas LATAM



+17,4%

Formación a empleados

Miles de horas



+5%



Estimado accionista,

Un año más es para mí una verdadera satisfacción poder compartir unas líneas sobre cuáles han sido los resultados de la gestión de Telefónica, en este caso en 2005, y sobre cómo entendemos el negocio de las telecomunicaciones a futuro.

Y lo es, de forma especial, en esta ocasión en la que creo que realmente tenemos razones para felicitarnos, tanto por los resultados excepcionales obtenidos, como por el impacto de las operaciones realizadas.

Sin duda, el pasado ejercicio ha marcado un hito, no sólo por la consolidación del liderazgo y la construcción de un perfil diferencial para nuestra Compañía, sino también en cuanto a nuestras expectativas a corto y largo plazo.

El contexto actual del sector de telecomunicaciones es a la vez prometedor y desafiante. Los retos y las oportunidades son mayores que en el pasado. Hoy el mercado es más global, y los competidores más dinámicos y variados. La tecnología está eliminando las fronteras entre sectores, y abriendo nuevas oportunidades para nosotros y para compañías de sectores adyacentes al nuestro, frente a las cuales nuestra gran baza será, una vez más, ir por delante.

Una nueva Telefónica

Hace dos años iniciamos un importante cambio, que se está traduciendo en una excelente combinación entre escala y diversificación, de cara a un objetivo: aportar el máximo valor para el accionista. Cada año Telefónica marca nuevas distancias frente al resto de operadoras del sector, porque crece más que las demás, y porque al mismo tiempo tiene el mejor equilibrio geográfico y de negocio.

A la vez, Telefónica está abriendo nuevas oportunidades de negocio y alcanzando mayores niveles de eficiencia, derivados de su modelo de gestión integrada. La fortaleza comercial local, la integración de soluciones para cada segmento de cliente, las ventajas de ser una marca mundial, unidas a la transferencia de mejores prácticas y a la coordinación de redes y servicios, definen hoy los rasgos de una Telefónica más fuerte y más flexible, que se sustenta en tres pilares:

- Orientación al cliente.
- Innovación.
- Eficiencia operativa.

No sólo es distinto nuestro perfil, también lo son los resultados. El perfil único de Telefónica se debe tanto a sus características singulares como operadora de telecomunicaciones como a la solidez de sus resultados, que se aprecia en la consistencia de su crecimiento, rentabilidad, generación de caja y retribución al accionista.

En 2005, los resultados de Telefónica han vuelto a demostrar que la compañía es capaz de crecer en un entorno cada vez más competitivo. El beneficio neto aumentó un 40%, logrando de nuevo una cifra récord de 4.445,8 millones de euros y un beneficio neto por acción de 0,913 euros, un 43,4% mayor que en 2004. Estas cifras son evidencia del firme crecimiento orgánico de nuestros negocios y de la eficiencia de nuestras operaciones.

Los ingresos por operaciones superaron el notable crecimiento obtenido el año anterior, con un incremento interanual del 25,1%, que se compara favorablemente al de cualquiera del conjunto de las principales operadoras europeas, que registró en 2005 un crecimiento medio ponderado del 5,8%. A tipos de cambio constantes y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación, nuestros ingresos hubieran aumentado a un ritmo del 9,3%.

Además, este ejercicio ha permitido a Telefónica alcanzar un resultado operativo antes y después de amortizaciones de 15.276,4 millones de euros y de 8.558,8 millones de euros respectivamente, y con incrementos respecto a 2004 del 25% y el 30,5%.

Estas cifras han sido compatibles con un aumento del 42,3% de la inversión, que asciende a 5.358,7 millones de euros, mientras que la generación de flujo de caja libre alcanzó 7.108,1 millones de euros, lo que supone un ratio de conversión del 18,7% de nuestros ingresos.

Telefónica y cada una de sus líneas de actividad han cumplido con todos los objetivos financieros establecidos para el ejercicio 2005.

Estos resultados no son más que el anticipo del potencial de combinar escala, diversificación equilibrada e integración en nuestro sector.

La operadora integrada con perfil más internacional

Junto con la mejora obtenida en los resultados, también ha sido importante situar a Telefónica como la compañía con perfil más internacional entre todas las grandes operadoras integradas. El 59% de nuestros ingresos se generan ya fuera de nuestro mercado de origen, así como el 77% de nuestros accesos.

El año 2005 ha contribuido de manera decisiva a este proceso de internacionalización, con operaciones como la compra del 69,4% de la operadora Cesky Telecom, líder en telecomunicaciones fijas y móviles en la República Checa, o el cierre en enero del proceso de integración de todas las operadoras adquiridas a BellSouth en América Latina, con las que Telefónica termina el ejercicio con operaciones móviles en situación de liderazgo en 15 países que suman una población de casi 500 millones de habitantes.

Resulta destacable la inversión estratégica del 5% en China Netcom, que permite a Telefónica el acceso a una región de gran potencial y abre una fructífera vía de colaboración entre ambas compañías.

Y, finalmente, me gustaría resaltar la compra de la operadora móvil británica O2, anunciada en octubre de 2005, que con más de 27 millones de clientes a finales del ejercicio pasado, y operaciones relevantes en Gran Bretaña, Irlanda y Alemania, aporta a Telefónica un activo de calidad, una nueva fuente de crecimiento, así como rentabilidad desde el primer día.

Si con O2 Telefónica ha alcanzado plena dimensión europea, ya en 2006 se ha anunciado la adquisición del control de Colombia Telecom, con el 50% de las acciones más una, reafirmando nuestro compromiso como inversor a largo plazo con América Latina.

A cierre de 2005, Telefónica contaba con 153,5 millones de accesos totales, de los que 99,1 millones correspondían a accesos móviles, 40,9 millones a telefonía fija, y el resto a accesos de datos, Internet y TV de pago. Con la incorporación de O2, la base de accesos total de Telefónica se sitúa en 180,9 millones, sólo superada a nivel mundial por dos compañías chinas. Este crecimiento en accesos también tiene su reflejo en la presencia de Telefónica en nuevos mercados, con operaciones relevantes en 19 países, de los que 10 han sido incorporados en los dos últimos años, que suman una población total de 670 millones de habitantes.

La inversión en nuestros motores de crecimiento

Una de las características distintivas de la ejecución de Telefónica es la anticipación en los diferentes planos de sus operaciones. Este factor, junto con la evolución tecnológica hace que Telefónica esté aumentando la inversión destinada a nuevos negocios e iniciativas de crecimiento: el despliegue de la banda ancha y la mejora de las redes fijas, el desarrollo pionero de la Televisión sobre IP, el incremento de capacidad de las redes móviles y el despegue de 3G en España, o la regionalización de infraestructuras y sistemas para favorecer la eficiencia de nuestras operaciones en América Latina.

En 2005, Telefónica ha dedicado en conceptos asociados a la innovación tecnológica más de 2.900 millones de euros, cifra un 21% superior a la de 2004. De éstos, 533 millones corresponden a investigación y desarrollo, lo que supone un 1,4% de nuestra cifra de negocios, colocando a Telefónica en este epígrafe entre los primeros puestos del sector de Telecomunicaciones a nivel mundial. Durante 2005, la Comisión Europea ha reconocido a Telefónica como la primera empresa española por esfuerzo en I+D y por participación en proyectos europeos.

Esta inversión en nuestros motores de crecimiento y rentabilidad se ve validada por el crecimiento de los accesos y servicios de banda ancha, tanto en España como en América Latina, por los aumentos de penetración de los servicios móviles y por la positiva progresión de nuestra oferta de soluciones.

Estamos creando el mercado de banda ancha en España, la República Checa y América Latina. Hemos apostado por la tecnología ADSL y las tendencias, a nivel mundial, confirman que no nos hemos equivocado: el 66% de los consumidores de todo el mundo han elegido también esta opción.

A finales de 2005, Telefónica contaba con casi 5,9 millones de líneas ADSL (3,5 millones en España). Cabe destacar igualmente el crecimiento del 52,1% de la banda ancha en América Latina hasta alcanzar 2,2 millones de líneas, o el desempeño de Imagenio, el servicio de televisión de pago sobre DSL que en España consiguió el pasado año una cobertura del 33% y más de 200.000 usuarios.

Sabemos lo que queremos ser

Queremos estar entre los más capaces de adelantarse a los deseos y las necesidades del consumidor y de convertir los avances tecnológicos en elementos imprescindibles del día a día.

A ello hemos dirigido una profunda transformación de nuestras estructuras con un objetivo bien definido: reorientar toda nuestra organización a la interacción, la colaboración y las sinergias entre todas las personas y áreas de negocio que componen Telefónica.

Desde una prioridad, el consumidor como centro, y la oferta de soluciones integrales como meta.

A través de distintos programas de transformación que abarcan todas nuestras áreas de servicio y de gestión, con una clara visión de compañía: queremos ser la operadora integral más competitiva, la más capaz de aportar soluciones al consumidor, y al mismo tiempo, de ofrecer la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad para el accionista.

En este marco, Telefónica está inmejorablemente posicionada para obtener valor de los productos de valor añadido, los mercados emergentes o las nuevas posibilidades de un sector ampliado, y de hecho ya lo está haciendo.

La mejor combinación de crecimiento y retribución al accionista

Nuestro desempeño y nuestra evolución nos permiten ofrecer, un año más, la mejor combinación de crecimiento y retribución al accionista del sector. Un crecimiento que, como ya comenté antes, alcanza este año el 25,1 % en ingresos. En cuanto a la retribución al accionista, en 2005 se ha entregado un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2004 de 0,5 euros por acción, se han distribuido acciones propias en la proporción 1x25 correspondientes al 4% del capital social, y se ha avanzado en el programa de recompra de acciones.

En esta dirección se encuadran los cambios societarios que nos enfocan más en las actividades clave y habilitan el aligeramiento de la estructura de activos y costes. En mayo de 2005, fue aprobada la absorción de Terra Networks por parte de Telefónica S.A., accediendo así a los beneficios de la integración operativa de las actividades en red fija e Internet, que se hace más necesaria con el desarrollo de la banda ancha. Ya en 2006, se propone la fusión entre Telefónica Móviles y Telefónica S.A., reforzando un modelo estratégico que se beneficia de las economías de escala y alcance, así como de una oferta integrada, y es coherente con un desarrollo tecnológico que difumina las barreras entre redes y servicios fijos y móviles.

Los resultados y las decisiones de 2005 mejoran el posicionamiento de Telefónica para abordar las perspectivas de los próximos años. Perspectivas que seguirán siendo favorables tanto para Europa y América Latina en el plano macroeconómico, como para la actividad del sector TIC. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están demostrando que son esenciales para incrementar la competitividad y la productividad de las economías, así como la calidad de vida de los ciudadanos. Las Telecomunicaciones son la herramienta clave para hacer realidad la Sociedad de la Información, cuyo desarrollo ya lideran, y por ello nuestro sector cuenta con expectativas de crecimiento muy positivas, asociadas a los aumentos de uso, de penetración, y a los nuevos servicios y mercados.

El compromiso de Telefónica

Creo que tenemos motivos más que suficientes para ser optimistas.

Estamos preparados para una nueva fase, donde la estrategia se medirá por el éxito en la ejecución. Por eso y para eso seguiremos trabajando. Desde un triple compromiso: con nuestro equipo de profesionales, con el conjunto social y, por supuesto, con todos y cada uno de nuestros accionistas.

En nombre del Consejo de Administración de Telefónica y en el mío propio quiero agradecerle, una vez más, la confianza que ha depositado en nosotros y asegurarle que pondremos todo nuestro esfuerzo para seguir mereciéndola.



César Alierta

Presidente Ejecutivo Telefónica, S.A.

Órganos de Gobierno

Composición del Consejo de Administración¹

Presidente Ejecutivo

D. César Alierta Izuel

Vicepresidentes

D. Isidro Fainé Casas

D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Consejeros

D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda

D. David Arculus

D. Maximino Carpio García

D. Carlos Colomer Casellas

D. Peter Erskine

D. Alfonso Ferrari Herrero

D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo

D. Pablo Isla Álvarez de Tejera

D. Luis Lada Díaz

D. Julio Linares López

D. Antonio Massanell Lavilla

D. Vitalino Manuel Nafria Aznar

D. Enrique Used Aznar

D. Mario E. Vázquez

D. Antonio Viana-Baptista

Secretario (no Consejero)

D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies

¹ Mayo 2006

Comisión Delegada

Presidente Ejecutivo

D. César Alierta Izuel

Vicepresidentes

D. Isidro Fainé Casas

D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Vocales

D. Maximino Carpio García

D. Carlos Colomer Casellas

D. Peter Erskine

D. Julio Linares López

D. Antonio Viana-Baptista

Secretario

D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies

Composición Comisiones del Consejo de Administración¹

Comisión de Auditoría y Control:

D. Antonio Massanell Lavilla (Presidente)
D. Maximino Carpio García
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo
D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno:

D. Alfonso Ferrari Herrero (Presidente)
D. Maximino Carpio García
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo

Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa:

D. Pablo Isla Álvarez de Tejera (Presidente)
D. Alfonso Ferrari Herrero
D. Antonio Massanell Lavilla
D. Enrique Used Aznar

Comisión de Regulación:

D. Enrique Used Aznar (Presidente)
D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda
D. Julio Linares López
D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial:

D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo (Presidente)
D. Carlos Colomer Casellas
D. Luis Lada Díaz
D. Antonio Massanell Lavilla

Comisión de Asuntos Internacionales:

D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda (Presidente)
D. Alfonso Ferrari Herrero
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo
D. Enrique Used Aznar
D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

¹ Mayo 2006

Estructura Organizativa de Telefónica*

Presidente

D. César Alierta Izuel**

Secretaría General

D. Ramiro Sánchez de Lerin

Servicios Jurídicos

D. Juan C. Ros

Comunicación Corporativa

D. Luis Abril

Auditoría Interna

D. Calixto Ríos

Relaciones Institucionales y Fundación⁷

D. Javier Nadal

Coordinación, Desarrollo del Negocio y Sinergias¹

D. Julio Linares**

Estrategia, Presupuestación y Control

D. Alfonso Alonso

Comercial²

D. Adrián García Nevado

Infraestructuras y Sistemas de Información

D. Vicente San Miguel

Compras³

D. Alberto Horcajo

Recursos Humanos

D. Oscar Maraver

O2⁴

D. Peter Erskine**

Telefónica Móviles

D. Antonio Viana**

Telefónica de España⁵

D. Luis Lada**

Telefónica LATAM

D. José M^a Álvarez Pallete**

Finanzas y Desarrollo Corporativo

D. Santiago Fernández Valbuena**

Finanzas

D. Santiago Fernández Valbuena

Desarrollo Corporativo

D. Ángel Vila

Filiales y Participadas⁶

D. Luis Blasco

*Diciembre 2005

**Miembro Comité Ejecutivo

¹ Adicionalmente es responsable de las Secretarías de los Comités Ejecutivo y Directivo. Incluye Telefónica I+D

² Incluye Terra Networks asociadas

³ Incluye Inmobiliario, Logística y *tgestiona*

⁴ Cesky Telecom y Telefónica Deutschland dependerían de esta Unidad

⁵ Incluye la Dirección General de Cataluña

⁶ Incluye Endemol, Atento, TSA, Telefè y las Sociedades Participadas.

⁷ Incluye la Regulación y la Dirección General de Relaciones Externas.

El Grupo Telefónica en 2005

01

Telefónica ha adquirido en 2005 una nueva dimensión, con un nuevo tamaño de escala regional y una mayor diversificación de los negocios

01 01	Así esTelefónica	14
01 02	Estrategia de negocio	20
01 03	Estructura del Grupo	52
01 04	Cronología	56



Telefónica es líder mundial en el sector de las telecomunicaciones, con más de 181* millones de accesos y presencia en 19 países

Así es Telefónica 2006

Más de 181* millones de accesos

4ª compañía mundial de telecomunicaciones por número de clientes

Cerca de 2.900 millones de euros invertidos en innovación tecnológica

Más de 207.000 empleados

Incluida en el Dow Jones Global 50 Titans

Telefónica es líder mundial en el sector de las telecomunicaciones

Accesos

A cierre de 2005, el Grupo Telefónica cuenta con 153,5 millones de accesos totales. Incluyendo los clientes de O2, cuya adquisición se ha materializado en 2006, la base de clientes del Grupo Telefónica asciende a 180,9 millones.

La base de clientes de telefonía móvil se incrementó hasta los 99,1 millones y la telefonía fija alcanzó la cifra de 40,9 millones de clientes.

Incluyendo los clientes de O2, Telefónica es la cuarta compañía mundial de telecomunicaciones por número de clientes.

Inversión

En los últimos dos años, Telefónica ha ampliado considerablemente su dimensión con la adquisición de los activos en América Latina de BellSouth en 2004 y 2005, la adquisición de Cesky Telecom, la compra del 5% del capital social de China Netcom en 2005 y la adquisición de la operadora O2 en 2006.

Telefónica posee operaciones relevantes en 19 países, siendo el primer inversor privado en América Latina.

Durante el año 2005, Telefónica dedicó cerca de 2.900 millones de euros a actividades de innovación tecnológica.

I+D+i

Durante 2005, la cifra dedicada a I+D alcanzó los 311 millones de euros en España, y más de 533 millones en todo el mundo.

En 2005 Telefónica dedicó a innovación tecnológica cerca de 2.900 millones de euros, un 20,9% superior al período anterior.

Resultados

Los ingresos del Grupo Telefónica se incrementaron un 25,1% respecto a 2004, alcanzando la cifra de 37.882,1 millones de euros.

El OIBDA del Grupo Telefónica alcanzó la cifra de 15.276,4 millones de euros, con un incremento del 25,0% respecto a 2004.

El resultado neto del Grupo Telefónica alcanzó la cifra de 4.445,8 millones de euros, con un incremento del 40,0% respecto a 2004, gracias a la buena evolución del conjunto de las operaciones y a la positiva contribución de las adquisiciones realizadas.

Empleados

La plantilla física de Telefónica como Grupo consolidado asciende a más de 207.000 empleados, de los cuales el 37% se encuentra en Europa y el 63% en América Latina.

Accionistas

Telefónica es una compañía enteramente privada, con más de 1,5 millones de accionistas directos y que cotiza en las principales bolsas nacionales y extranjeras.

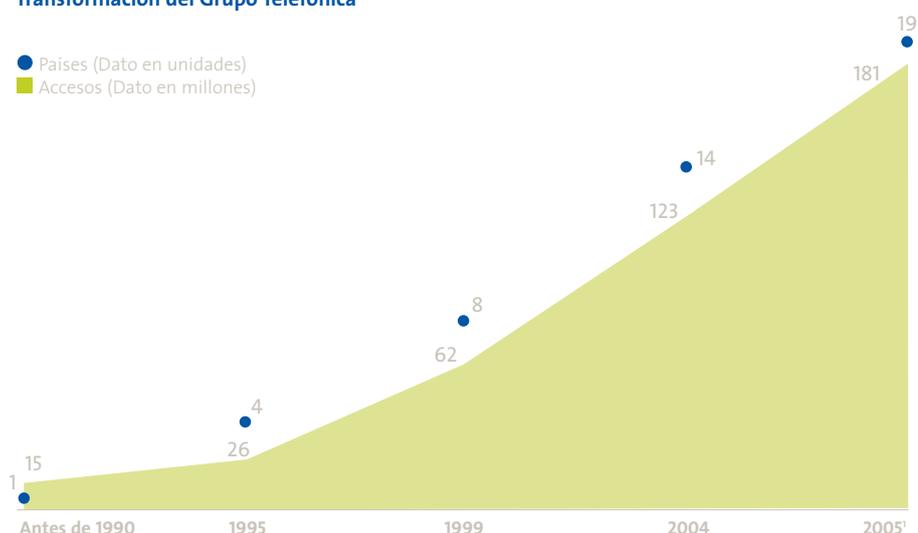
Está incluida en el índice Dow Jones Global 50 Titans, que incluye a las 50 compañías más importantes del mundo.

Más información
www.telefonica.es/acercadetelefonica

*Incluyendo o2

Transformación del Grupo Telefónica

● Países (Dato en unidades)
■ Accesos (Dato en millones)



¹ Incluyendo los clientes de o2

Presencia Internacional

Presencia global, foco local

Telefónica opera en numerosos países, cada uno de ellos con desafíos y oportunidades muy diferentes. El valor del negocio no se centra únicamente en una dinámica de entrada en nuevos mercados, sino en la gestión del día a día de las compañías, pensando de forma global pero manteniendo el foco local de nuestras operaciones.

Telefónica sólo se convertirá en una compañía verdaderamente global, si actúa y gestiona como una compañía local. Para ello, el foco común del Grupo Telefónica está en el Cliente; y esta importancia es lo que diferencia a Telefónica de otros operadores.

Dimensión y escala

El año 2005 ha supuesto un importante salto en cuanto a la dimensión y escala del Grupo Telefónica. La integración de las operaciones de BellSouth y Cesky Telecom, unido a la compra de O2, han acelerado su perfil de crecimiento, ampliando su factor diferencial respecto de sus homólogos europeos.

Estas operaciones vienen a poner de manifiesto, que la obtención de sinergias para el Grupo sigue siendo uno de los objetivos estratégicos de Telefónica. En concreto, y como resultado de la integración de las operadoras de móviles de BellSouth en Latinoamérica, el Grupo Telefónica ha obtenido sinergias que superan un 50% sus propias previsiones.

A partir de abril de 2006 Telefónica se ha convertido en socio estratégico de la operadora estatal Colombia Telecom. Telefónica posee un 5% del capital social de la compañía China Netcom, lo que le ha permitido iniciar un marco de cooperación estratégico en áreas como adquisición conjunta de tecnología e infraestructura, transferencias de tecnología y otras áreas relacionadas con la gestión.

Operador integrado: diversificación de negocio

Los resultados económico-financieros de 2005 se han visto fortalecidos por la diversificación que supone ser un operador integrado. En este contexto, el negocio móvil se configura como el principal contribuidor a los ingresos del Grupo (+38,1% anual) mientras que el negocio de telefonía fija lo hace en rentabilidad, al crecer en España un 19,9% y en Latinoamérica un 14,6% respecto a 2004.

Por zonas geográficas, España representa el 51,9% de los ingresos consolidados del Grupo mientras que Latinoamérica representa el 41,5%. La incorporación de Cesky Telecom, desde julio de 2005, aporta mayor diversificación geográfica, al originarse en la República Checa un 2,7% de los ingresos consolidados.

Crecimiento de Telefónica 2003 - 2005:

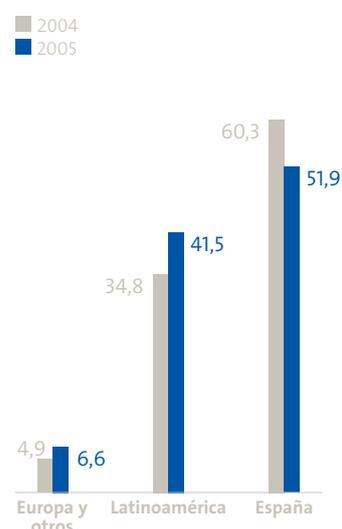
Accesos X2

Países +10

Empleados x1,5

Distribución geográfica de ingresos¹

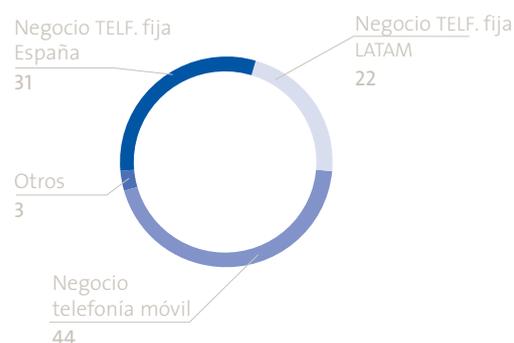
Datos en porcentajes



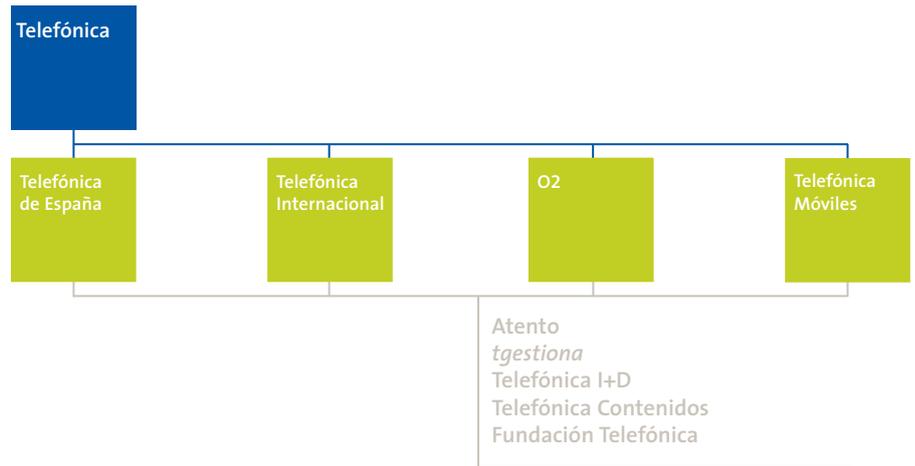
¹Ingresos aportados por cada región al consolidado del Grupo Telefónica

Ingresos por línea de continuidad

Datos en %



Otros incluye: Cesky Telecom, Negocio Directorios, Grupo Atento, Negocio Contenidos, otras sociedades y eliminaciones



Perfil organizativo

A lo largo de los últimos años, Telefónica ha concentrado su negocio de telecomunicaciones, reforzando su presencia en los mercados de telefonía fija y telefonía móvil y orientando su modelo de negocio a satisfacer las necesidades de comunicación de todos sus clientes.

Líneas de actividad

Telefónica de España

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija y banda ancha en España. Telefónica Empresas, Telefónica Soluciones y Terra en España están también integradas dentro de esta unidad de negocio, ofreciendo servicios de valor añadido para sus clientes.

Telefónica Internacional

Las inversiones de Telefónica en el sector de la telefonía fija en Latinoamérica se gestionan a través de Telefónica Internacional. Su actividad se desarrolla principalmente en Argentina (TASA), Brasil (Telesp), Chile (CTC) y Perú (TdP). Telefónica Empresas América, Terra Latinoamérica y Telefónica Internacional Wholesale Services están también integradas en esta unidad de negocio.

Telefónica Móviles

Telefónica Móviles es la compañía líder de telefonía móvil en los mercados de habla hispano portuguesa. Telefónica Móviles ofrecía servicio en diciembre de 2005 a más de 94,4 millones de clientes, alcanzando presencia en todos los mercados clave de Latinoamérica y una posición de liderazgo en la región.

O2

A inicios de 2006, Telefónica completó una oferta de adquisición sobre la operadora O2, que cuenta con operaciones significativas en Alemania, Irlanda y Reino Unido. Con motivo de la reorganización efectuada por Telefónica en Diciembre de 2005, Cesky Telecom y Telefónica Deutschland están también integradas dentro de esta unidad de negocio.

Otras

Atento

Presta servicios de atención al cliente a través de contact centers o plataformas multicanal.

Telefónica I+D

Se orienta a la creación de servicios, la gestión de las redes, los servicios y los negocios con especial atención a la innovación tecnológica de carácter estratégico o inexistente en el mercado.

tgestiona

Es el soporte administrativo del Grupo encargado de la gestión de actividades no estratégicas, comunes para las distintas empresas.

Fundación Telefónica

Canaliza todas las actividades sociales y culturales sin ánimo de lucro.

El Centro Corporativo

Es responsable de la estrategia global y de las políticas corporativas, la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades de negocio.

Motor de progreso

Telefónica es un importante actor del desarrollo económico, social y tecnológico en los países donde está presente.

Motor de progreso económico

Telefónica distribuyó en 2005 más de 51.000 millones de euros entre todos sus grupos de interés, de los cuales más de 4.000 millones de euros se destinaron a compensaciones a empleados; cerca de 5.000 millones de euros a accionistas y más de 19.000 millones de euros a proveedores. Es importante señalar el papel recaudador de Telefónica que, a través de tasas, licencias, impuestos al consumo e impuestos indirectos, ha canalizado más de 8.500 millones de euros a las Administraciones Públicas.

Los ingresos de Telefónica suponen de media el 1,7% del Producto Interior Bruto de las economías de los principales países donde está presente.

Más de 18.000 proveedores colaboran con Telefónica en el mundo, con un alto porcentaje de adjudicaciones a proveedores ubicados en el propio país, cuya media fue del 85% en 2005.

Motor de progreso tecnológico

Durante el año 2005, Telefónica dedicó cerca de 2.900 millones de euros a actividades de I+D+i.

Telefónica incrementó aun más su I+D en 2005, alcanzando una cifra total de 533 millones de euros, lo que representa el 1,4% del total de los ingresos del Grupo Telefónica.

Motor de progreso social

Telefónica quiere ser percibida como una empresa responsable y comprometida con sus grupos de interés.

Telefónica está cada vez más orientada a las necesidades de sus clientes con un servicio excelente en calidad y servicio. En España durante 2005 Telefónica ha alcanzado un nivel de satisfacción de sus clientes del 83%.

Durante el año 2005, Fundación Telefónica realizó una revisión estratégica de todos sus proyectos, centrando sus esfuerzos en dos grandes áreas de actividad: Educación (Educared) e integración de la infancia en la sociedad (Proniño). Cabe destacar el compromiso de los empleados con el voluntariado o su compromiso con las personas con discapacidad a través de ATAM.

La inclusión digital de personas con bajos recursos económicos (más de 5 millones de líneas prepago y control en América Latina) o personas con discapacidad (a través del proyecto Telefónica Accesible) son iniciativas que demuestran el compromiso de Telefónica con la inclusión social.

Implantación del Código Ético en el Grupo Telefónica.

Publicación de los informes anuales sobre Responsabilidad Corporativa en Argentina, Brasil, Chile y Perú.

Presencia de Telefónica en los principales índices de sostenibilidad DJSI y FTSE4good, entre otros.

51.000 millones de euros redistribuidos entre los grupos de interés

Ingresos / PIB = 1,7% para los principales países

Más de 18.000 proveedores

533 millones de euros en I+D

83% de satisfacción de clientes en España

5,5 millones de accesos para rentas bajas en América Latina

Más de 54 millones de euros en acción social y cultural



Telefónica articula su estrategia de negocio -orientada al crecimiento- bajo el lema “Acelerar para ser más Líderes”, que desarrolla 5 ejes de trabajo: Cliente, Innovación, Excelencia, Liderazgo e Identidad y Comunicación

Estrategia de negocio



Una nueva escala

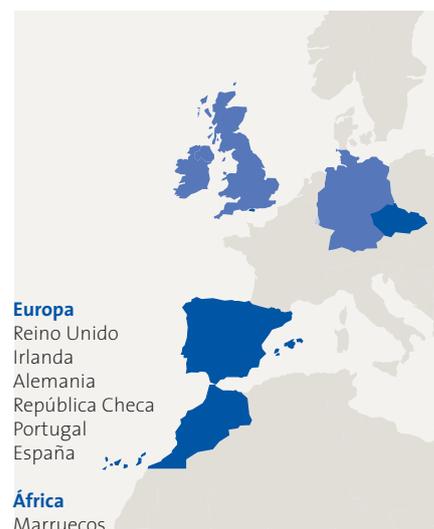
Telefónica ha adquirido en el año 2005 una nueva dimensión. De hecho, se ha transformado en una nueva y mejor Compañía, con un nuevo tamaño de escala regional y una mayor diversificación de los negocios. Las razones de esta transformación vienen avaladas por la puesta en marcha de plataformas de crecimiento adecuadas y gracias al equilibrio geográfico y de negocio. La rápida integración de los activos adquiridos a BellSouth, la adquisición de Cesky Telecom y la incorporación de O2 a los activos de Telefónica son los principales hitos que han marcado el último ejercicio.

A partir de Abril de 2006 Telefónica se convertía, también, en socio estratégico de la operadora estatal Colombia Telecom. Así mismo, Telefónica posee un 5% del capital social de la compañía China de telecomunicaciones China Netcom, lo que le ha permitido iniciar un marco de cooperación estratégico en áreas como adquisición conjunta de tecnología e infraestructura, transferencias de tecnología y otras áreas relacionadas con la gestión.

Este perfil único y distintivo de Telefónica en el conjunto de la industria sitúa a la Compañía en una posición incomparable para obtener el máximo beneficio de las oportunidades de crecimiento que ofrece el sector. Esta circunstancia ha permitido a Telefónica diferenciarse del resto, superando las previsiones del mercado y ganando credibilidad gracias al cumplimiento de sus compromisos.

En concreto, en los últimos 20 años, Telefónica ha incrementado siete veces el valor de sus activos, ha multiplicado por veintiuno los ingresos generados y ha aumentado su capitalización bursátil en treinta y nueve veces. Así mismo ha incrementado tres veces el número de empleados y veinte veces su número de clientes.





Operador integrado, diversificado y global

Telefónica ha cumplido con todos los objetivos financieros establecidos para el ejercicio 2005. Estos resultados económico-financieros se han visto fortalecidos por la diversificación que supone ser un operador integrado. En este contexto, el negocio móvil se configura como el principal contribuidor a los ingresos del Grupo (+38,1% anual) mientras que el negocio de telefonía fija lo hace en rentabilidad, al crecer en España un 19,9% y en Latinoamérica un 14,6% respecto a 2004.

Por zonas geográficas, España representa el 51,9% de los ingresos consolidados del Grupo mientras que Latinoamérica representa el 41,5% debido a la incorporación de las operadoras de BellSouth. La incorporación de Cesky Telecom, desde julio de 2005, aporta mayor diversificación geográfica, al originarse en la República Checa un 2,7% de los ingresos consolidados.

Telefónica opera en numerosos países, cada uno de ellos con desafíos y oportunidades muy diferentes. El valor de nuestro negocio no se centra únicamente en una dinámica de entrada en nuevos mercados, sino en la gestión del día a día de nuestras compañías, pensando de forma global pero manteniendo el foco local de nuestras operaciones. Telefónica sólo se convertirá en una compañía verdaderamente global, si actúa y gestiona como una compañía local. Para ello, el foco común del Grupo Telefónica está en el Cliente y la importancia que el Cliente tiene para Telefónica es lo que le diferencia de otros operadores.

Por otra parte, Telefónica ha sido una de las pocas incumbentes que ha revisado sus previsiones de crecimiento al alza en 2005 gracias a la obtención del mayor crecimiento orgánico de la industria europea, a la confianza en su capacidad de generación de ingresos, por encima de la media del mercado, algunos aspectos en los que también ofrece los mayores perfiles de crecimiento respecto a sus homólogas europeas. Así, las previsiones apuntan a unos incrementos en los ingresos de entre el 34% y el 37%, y una inversión de alrededor de 7.200 millones de euros.

En este sentido, 2006 va a estar marcado por la integración y consolidación de O2, que no sólo conlleva importantes beneficios de escala y sinergias, sino que junto a la actividad en la República Checa, permiten reequilibrar y diversificar la exposición del Grupo.

Orientado al crecimiento

Todas estas operaciones vienen a poner de manifiesto que la obtención de sinergias sigue siendo uno de los objetivos estratégicos de Telefónica. En concreto, y como resultado de la integración de las operadoras de móviles de BellSouth en Latinoamérica, Telefónica ha obtenido sinergias que superan un 50% de sus previsiones. En el caso de la integración de O2, las previsiones apuntan a que las sinergias producidas alcancen en el primer año los 3.300 millones de euros.

Telefónica continúa manteniendo su objetivos de ofrecer la mejor combinación de crecimiento y retorno al accionista del sector. Para ello, la visión de la Compañía pasa por situar al Cliente en primer plano, ser el operador más competitivo de cada mercado, ofrecer servicios innovadores de manera sencilla y gestionar Telefónica como una compañía IP integrada.

Por ello, su estrategia de negocio se desarrolla con una clara orientación al crecimiento, al diseño de una oferta integrada que satisfaga las necesidades globales de comunicación de sus clientes, que extienda la innovación desde el terreno tecnológico a los diferentes procesos de la cadena de valor, que posea los mejores niveles sectoriales de satisfacción del Cliente y que destaque por su acción social y por el orgullo de pertenencia de sus empleados.

Esta estrategia de negocio viene a alinearse en torno a cuatro principios: una excelencia financiera, una menor estructura de gastos, una gestión integrada, basada en una clara orientación al Cliente a través de una compañía totalmente IP, y un importante crecimiento de los ingresos. Estos últimos, impulsados fundamentalmente por el aumento tanto de la base de clientes y del ratio obtenido por cliente, con productos innovadores y soluciones integradas de comunicación, información y entretenimiento. En este contexto hay que destacar la evolución ya en 2005 del tradicional modelo de negocio, centrado en la voz, hacia un mayor peso de los ingresos por datos, banda ancha y otros.

En este contexto, y con el objetivo de convertirse en la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad para el accionista, en 2005 Telefónica ha continuado desarrollando su programa de transformación que, bajo el lema Acelerar para ser más líderes, se alinea en torno a cinco ejes de trabajo: orientación al Cliente, innovación, excelencia operativa, liderazgo de personas y una comunicación e identidad común.

Con una estrategia clara orientada al crecimiento



Objetivo 2009

Telefónica cuenta hoy con una serie de empresas que gestionan los negocios, otras transversales a todos ellos, una serie de áreas de apoyo, y un Centro Corporativo, responsable de la estrategia global y de las políticas corporativas, de la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades de negocio. Así, en 2005, y como consecuencia de su estrategia hacia una mayor internacionalización del negocio y un modelo de operador global e integrado, la Compañía adaptaba su organización, creando, además, una Dirección General de Coordinación, Desarrollo del Negocio y Sinergias de Telefónica, encargada de profundizar en el avance de la Gestión del Grupo como una compañía única e integrada.

Telefónica se sitúa, hoy, en una posición privilegiada para capturar las prometedoras oportunidades de crecimiento que ofrece el sector. Así, del total del mercado de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), un 59% se corresponde con las telecomunicaciones, que ocupan un papel central en su desarrollo y, en definitiva, una enorme oportunidad para Telefónica. Las telecomunicaciones liderarán por tanto este crecimiento impulsadas por cuatro grandes palancas de crecimiento: las telecomunicaciones móviles, la banda ancha fija, los mercados emergentes y otros negocios afines. Sólo aquellas compañías capaces de adaptarse a las tendencias del mercado podrán explotar todas sus posibilidades.

Así, Telefónica se prepara para alcanzar, en 2009, 255 millones accesos en todo el mundo, lo que supondría un incremento del 41% respecto a los 181 millones de usuarios con que cuenta actualmente. El mayor crecimiento se producirá en el negocio de la telefonía móvil, en el que casi duplicará su cartera de clientes en cuatro años, hasta 186 millones de accesos, y en el de accesos rápidos a Internet (ADSL), cuyas previsiones apuntan a duplicarse también, de 7 a 16 millones.

Para este reto a futuro, Telefónica posee la escala regional para responder a la globalización, la capacidad para hacer frente a la competencia y una gran capacidad de adaptación a la convergencia.



El Cliente

El cliente

Innovación

Excelencia

Identidad y comunicación

Liderazgo de personas



El "eje cliente" ha sido, quizás, la línea estratégica sobre la que han basculado los demás ejes estratégicos a lo largo del ejercicio. Así, Telefónica ha intensificado su perfil comercial con un modelo de negocio diseñado para hacer frente a un contexto de importantes cambios que se han ido sucediendo en el sector de las Telecomunicaciones. Esto ha supuesto, en 2005, un nuevo escenario para nuestros negocios, caracterizado por cambios tecnológicos constantes, mayor competencia y unos clientes con nuevas necesidades. La respuesta de Telefónica ha estado basada, por un lado, en el crecimiento rentable, y por otro en profundizar en su estrategia de transformación comercial iniciada en 2004.

trimestre del año de medio millón de accesos, siendo el mayor crecimiento trimestral absoluto registrado hasta el momento en España. A este crecimiento ha contribuido de forma determinante el éxito de la oferta ADSL de Telefónica en España, que en su conjunto (mayorista más minorista incluyendo los accesos que solo prestan el servicio Imagenio) alcanzaba a finales del 2005 los 3.479.824 accesos. Además de en España, el mercado de banda ancha en 2005 refleja, también, un fuerte dinamismo y crecimiento en Latinoamérica y República Checa, alcanzando los accesos minoristas a Internet de banda ancha del Grupo a finales de diciembre la cifra de 5,0 millones, un 55,7% superior a la cifra del año anterior.

Un año de crecimiento

El ejercicio 2005 ha estado caracterizado por una fuerte expansión de la base de clientes (más de un 24,3%), que se ha producido tanto por crecimiento orgánico como por la entrada en nuevos mercados. Este crecimiento ha sido compatible con un incremento de los ingresos medios por cliente, lo que ha permitido, en conjunción con otros elementos de gestión, lograr esa cifra de beneficio neto récord de 4.445,8 millones de euros, un 40% superior a la cifra del año anterior.

En el negocio de fija, Telefónica de España cumplía holgadamente las previsiones avanzadas a comienzos de año. Así, en 2005 se alcanzan unas cuotas estimadas de mercado del 85% en accesos de telefonía fija, 66% en tráfico de voz, 89% en accesos fijos a Internet de banda ancha y 55% en accesos minoristas a Internet de banda ancha con un crecimiento en el cuarto

Es significativo resaltar todo ello se ha conseguido en un entorno de fuerte agresividad comercial, tanto de parte de nuestros competidores de cable como de los de bucle de alquiler.

Pero, a la vez, este esfuerzo comercial se ha traducido, también, en el cumplimiento de 12 de los 16 objetivos de calidad establecidos por el regulador. De acuerdo al estudio realizado por la Secretaría de Estado, Telefónica de España ofrece mejor calidad promedio que los operadores alternativos en los trece parámetros medidos. También la Unión de Consumidores de España le situaba como la operadora fija española con la mejor relación calidad/precio. El estudio se basaba en la información de precios procedente de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, CMT, y de calidad facilitada por la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, SETSI.

Los dos últimos años han sido el período de mayor crecimiento y transformación de la Compañía



Además de en España, el mercado de banda ancha en 2005 refleja, también, un fuerte dinamismo y crecimiento en Latinoamérica y República Checa, alcanzando los accesos minoristas a Internet de banda ancha del Grupo a finales de diciembre la cifra de 5,0 millones, un 55,7% superior a la cifra del año anterior.

Telefónica Móviles, por su parte, se consolidaba, en 2005, como uno de los principales operadores del sector a nivel mundial, con más de 94,4 millones de clientes gestionados al cierre del ejercicio (+26,9% respecto al 2004) y tras captar casi 5,4 millones de clientes en el cuarto trimestre, debido principalmente al fuerte crecimiento registrado en los mercados de Latinoamérica. Todo ello, en un año marcado por el proceso de integración de las 10 operadoras adquiridas a BellSouth, migraciones tecnológicas en 8 países, y una fuerte presión competitiva en los principales mercados de operaciones, y en el que Telefónica Móviles obtenía, además, el mayor beneficio neto de su historia.

Por su parte, Telefónica Publicidad e Información (TPI) acometía, en 2005, un intenso proceso de adaptación de su modelo de negocio a las nuevas necesidades de sus clientes y usuarios. TPI contaba, a diciembre de 2005, con más de 455.000 clientes, de los que el 67% correspondían a España, y el restante 33% a sus filiales en Latinoamérica. Las visitas a la red de sitios en España crecían un 70,6% respecto a 2004 y la nueva estrategia comercial obtenía, como resultado, un crecimiento de clientes en España por encima del 4%.

Tras la adquisición de Telinver, compañía comercializadora de los directorios telefónicos en este país, culminaba el

proceso de integración, bajo la gestión de TPI, de todos los activos de directorios en Latinoamérica del Grupo Telefónica.

Desde noviembre de 2005, el Grupo TPI tiene presencia en Argentina a través de la adquisición de Telinver, compañía comercializadora de los directorios telefónicos en este país. Esta adquisición culmina el proceso de integración, bajo la gestión de TPI, de todos los activos de directorios en Latinoamérica del Grupo Telefónica.

En febrero de 2006, el Consejo de Administración de Telefónica acordaba el inicio de un proceso de desinversión (venta) de la participación de Telefónica en el capital de TPI. La operación culminaba en el mes de mayo con la aceptación de una Oferta Pública de Adquisición del 59,905% del capital social de TPI -actualmente propiedad de Telefónica- por parte de la compañía de directorios telefónicos inglesa, Yell Group plc. En virtud de dicho acuerdo, Yell se compromete a presentar ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) la solicitud de autorización de una Oferta Pública de Adquisición dirigida a la totalidad de las acciones de TPI, mientras que Telefónica se compromete a aceptar la Oferta respecto de la totalidad de las acciones de TPI de que es titular, conforme a los términos y condiciones del referido acuerdo. Sólo en el supuesto de que alguna oferta pública competidora autorizada por la CNMV ofreciese una contraprestación superior en más de un 10% al precio inicial de la oferta de YELL, y de que ésta última no optara por mejorar dicha oferta, Telefónica podría liberarse de su compromiso de aceptación de la misma.



Una oferta renovada

Dentro del proceso de cambio hacia una empresa con una fuerte orientación comercial y un modelo de negocio eficiente en costes, el año 2005 ha planteado la derivación natural de este proceso hacia un nuevo planteamiento de transformación: la convergencia. Esto ha significado, por una parte, que la tecnología de soporte de los servicios y productos ofrecidos por la Compañía ha pasado a ser algo cada vez más "transparente" para el cliente, y le ha permitido a Telefónica, por otra parte, dotar de mayor valor añadido su oferta y establecer una relación más estrecha con sus clientes.

El Grupo Telefónica en 2005, ha dirigido su esfuerzo hacia una visión global del cliente, contemplando de manera íntegra todas sus necesidades, conectividad, movilidad, ancho de banda, etc.

Un ejemplo de esta oferta integral son los Dúos y Tríos, con una amplia gama de modalidades, tarifa plana metropolitana, nacional, ADSL 24 horas, ADSL mini, Imagenio TV... El servicio Imagenio cumplía su objetivo para 2005 alcanzando los 206.572 clientes, con una ganancia neta en el cuarto trimestre de 114.466 clientes, lo que da una idea de la capacidad operativa para gestionar un número tan considerable de altas. Con este crecimiento, Imagenio alcanza ya una cuota del 6%, dentro del mercado de la televisión de pago en España, frente al 0,3% que representaba en el año 2004.

Caben destacar, también, otros lanzamientos comerciales, entre ellos la inclusión del tráfico fijo-móvil en los planes de Tarifa Plana de Voz Mini y Tarifa Plana Nacional, las llamadas fijo-móvil con una facturación a precio único por minuto y sin



Transformar los avances tecnológicos en soluciones de comunicación sencillas orientadas al beneficio de nuestros clientes

una Compañía enfocada en el producto



Servicios y planes masivos
Requerimientos genéricos
Enfoque al producto
Comprar a cada empresa

una Compañía enfocada en el cliente



Oferta personalizada
Necesidades específicas
Enfoque al beneficio
Relación con Telefónica

establecimiento de llamada, o la tarifa Mini Internacional, con precios atractivos a diversos destinos internacionales, tanto con terminación fija como móvil.

En relación al servicio Wi-Fi, el acuerdo suscrito con Telecom Italia y Portugal Telecom, viene a abrir el servicio de Roaming Wi-Fi en ambos países, ampliándose así la cobertura a 790 nuevas zonas Wi-Fi en Portugal y a 800 en Italia. Zonas que vienen a sumarse a la “Zona ADSL Wi-Fi” cuya cobertura operativa es la mayor de España con 1.555 hotspots en el mes de diciembre de 2005.

Otros ejemplos de la renovada oferta comercial de Telefónica de España son la Gestión Integral de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), nuevos catálogos de Soluciones sectoriales de Empresas, y un nuevo posicionamiento en cuanto a terminales (nuevo concepto de terminal de referencia, con marca cobranded, y el desarrollo y comercialización de terminales multimedia IP).

A lo largo del año, Telefónica ha puesto en marcha importantes iniciativas, adaptando tanto la propia oferta como los canales de comercialización, siempre en la búsqueda de una nueva manera de relacionarse con los clientes.

Es el caso, por ejemplo, del módulo “Impulso Comercial” de Telefónica de España, integrado en su programa “Meta Cliente”, de transformación comercial, que se organizó en cuatro bloques relacionados con proyectos comerciales: organización comercial, actitudes y comportamientos, capacidades y talentos comerciales.

A destacar, también, el Grupo Atento, que durante 2005, afrontó numerosos desafíos para mejorar su oferta de servicios, respondiendo de este modo a la confianza depositada en la organización por sus más de 400 clientes, líderes en sus respectivos sectores: banca y seguros, telecomunicaciones, energía, gran consumo, transporte, servicios y Administración Pública, entre otros.

Por otra parte, *tgestiona*, la empresa de Telefónica especializada en la provisión de servicios integrales de apoyo a la gestión, inició, también durante 2005, una nueva trayectoria de progresiva captación de clientes externos a Telefónica, manteniendo al mismo tiempo su compromiso de calidad y eficiencia en el servicio con las empresas del Grupo, que siguen constituyendo el núcleo principal de actividad de la empresa.

Sinergias de escala

Telefónica se encuentra, en la actualidad, en diversos mercados que, a su vez, están en diferentes etapas de desarrollo, lo que permite ir modulando la oferta y aprovechando las sinergias del Grupo, siempre en beneficio de los clientes.

En este contexto, cobra especial importancia el hecho de compartir conocimiento entre las diferentes empresas que conforman el Grupo. Así, se están trasladando las mejores prácticas entre los diferentes operadores, entre ellos O2, en “customer satisfaction” y en el manejo del “customer experience”.

En España, se llevó a cabo en 2005 la iniciativa “Inteligencia comercial” para potenciar el uso de las herramientas en la organización, facilitando a la red de ventas la información precisa para ofrecer a cada

cliente la propuesta de valor más adecuada a sus necesidades. También se desarrollaron diferentes “Comunidades de Prácticas” entre los profesionales comerciales con el propósito de compartir ideas y conocimiento para aflorar, aún más, el conocimiento tácito y complementar el conocimiento explícito de los clientes.

Satisfacción del Cliente

La satisfacción de sus clientes es el objetivo prioritario del Grupo Telefónica y el eje central de toda su estrategia. Con el fin de conocer la evolución de la misma y comprobar los efectos de las distintas medidas adoptadas por Telefónica, las empresas del Grupo realizan seguimientos periódicos de los niveles de satisfacción a través de encuestas. La metodología de medición de la Satisfacción General utilizada por Telefónica Internacional, por Telefónica Móviles España y por Telefónica de España es homogénea, y se prevé extender su uso a Telefónica Móviles Latam desde 2006.

Telefónica de España tomó más de 500.000 muestras en sus encuestas de satisfacción en 2005. En la última medición del ejercicio, cuyos resultados se conocieron en Diciembre se entrevistó en Latinoamérica a 4.789 clientes del segmento residencial, 3.624 pymes, 1.079 empresas y adicionalmente a 3.499 clientes del servicio de banda ancha Speedy. El número de encuestados en los estudios de Telefónica Móviles España fue de 27.000, un 14,5% más que en el ejercicio anterior; alcanzando un nivel de satisfacción global en 2005 del 85,6%.

En esta misma dirección Telefónica hacía foco en 2005 en el análisis de distintos frentes de trabajo que interactúan bajo el paraguas de la consulta, la planificación,

Mapa de canales del Grupo Telefónica



¹Incluye propios y ajenos

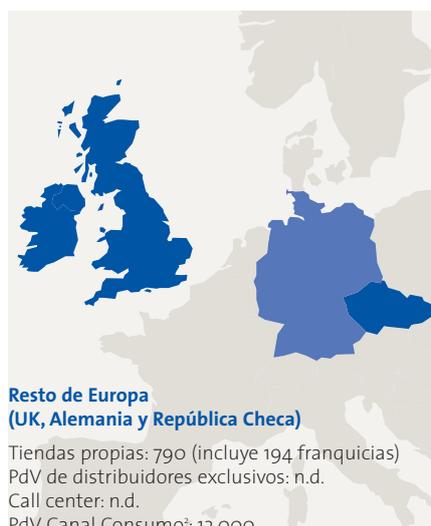
²No incluye O2 UK

³Incluye GG.SS. Y LBM

la acción y la solución: Encuestas, Indicadores, Proyecto Bandera, Seis Sigma y Certificaciones.

Igualmente, son de destacar los esfuerzos realizados en actividades de fidelización. A destacar Telefónica Móviles que, en España, lanzaba campañas que premiaban el tiempo de permanencia como cliente y ofreciendo condiciones favorables para la renovación del terminal, incentivando el mayor compromiso de nuestros clientes. Ello explica que, en el cuarto trimestre de 2005 se registraran casi 1,1 millones de canjes, siendo el aumento de cerca de 4,5 millones en el conjunto del año 2005 (+23,2% respecto al año 2004). Estas actividades y las iniciativas comerciales como el "Ya te llamo yo" o la promoción "100x1" han supuesto una importante herramienta de fidelización, y han permitido la contención del churn en niveles del 1,8% para el conjunto del año 2005, a pesar de la agresividad comercial de la competencia.

Telefónica de España trabajó, también, en una serie de iniciativas que buscaban favorecer una actitud y una mentalidad individual hacia el proceso de transformación comercial potenciando internamente determinados aspectos críticos como una mayor orientación al cliente y la toma de iniciativa. Es el caso de "Acércate a Ventas", "Forode Mejores Prácticas", "Rolle modeling", o "Acércate a Marketing", ésta última con el objetivo de establecer una nueva manera de trabajar en marketing (lenguaje y metodología común), y consolidar un nivel de conocimiento de marketing en la organización, con el resultado de más de 45 ideas de negocio, de las cuales algunas se han puesto en práctica en parte o en su totalidad.



También durante 2005 el grupo TPI profundizaba en la implantación en España del proyecto integral de gestión de clientes. Con esta iniciativa se intenta mejorar el grado de conocimiento del cliente para identificar, de una manera más precisa, las necesidades publicitarias, y poder ofrecerles un asesoramiento comercial más adecuado.

Telefónica mantiene un diálogo fluido con numerosas asociaciones de consumidores y usuarios, algunas de ellas especializadas en el ámbito de las TIC. Para ello la empresa tiene establecido un canal de comunicación único que se ocupa de trasladar a las distintas empresas y líneas de negocio del Grupo las cuestiones que las asociaciones le plantean a Telefónica.

Una oferta multicanal

A lo largo de 2005, buscando la cercanía y comodidad para los clientes, la Compañía ha diseñado una nueva estrategia de comercialización multicanal, con todo el portfolio de productos y servicios de Telefónica a través de los canales *Online*, telefónico, presencial, de Gran Consumo...Este nuevo modelo multicanal y multicontacto con el cliente, que viene a ofrecerle un único punto de contacto capaz de atender cualquier deseo o solicitud, ha supuesto el desarrollo de un mapa optimo de canales en coordinación con todo el Grupo Telefónica.

El año 2005 supuso, por otra parte, el inicio del desarrollo del Servicio de Defensa del Cliente (SDC), una importante iniciativa que finalmente se lanza en España a comienzos de 2006 y que nace con el propósito de velar por los derechos de los clientes y garantizar los compromisos de calidad del



Grupo. Al SDC pueden dirigirse los clientes de las empresas que se han adherido al Servicio: Telefónica de España S.A.U y Telefónica Móviles España S.A.U.

El SDC supone un nuevo instrumento de relación con los clientes aceptado voluntariamente por el cliente y la empresa, y ofrece, a los clientes de las empresas adheridas al Servicio, una garantía adicional de trato justo y en condiciones de equidad. Su función principal es proporcionar una vía de revisión a los clientes que previamente hayan acudido a las vías ordinarias de presentación de reclamaciones que Telefónica pone a su disposición, actuando, por tanto, como mecanismo de última instancia. La actuación del Servicio de Defensa del Cliente se guiará en todo momento por los principios de objetividad e independencia, con el fin de actuar en defensa y protección de los derechos de los clientes.

Innovación

La Innovación en el Grupo Telefónica

La innovación desarrollada por Telefónica en 2005 no se ha limitado a la creación de nuevos productos, servicios y procesos gerenciales, sino que incluye todas las acciones encaminadas a crear y capturar valor, desarrollando nuevas oportunidades de crecimiento. Prueba de ello son los 2.900 millones de euros dedicados a innovación tecnológica (un 21% más que en el año anterior).



Para Telefónica, la innovación constituye la clave del crecimiento rentable y sostenido, y se basa en la transformación de ideas, en procesos de negocio más eficientes y diferenciadores, o en productos y servicios rentables que aporten valor al cliente. Por ello, toda innovación debe de tener un impacto concreto en los ingresos, la satisfacción del cliente o la reducción de costes, como consecuencia de cambios en los procesos organizativos, el modelo de negocio y/o la cartera de productos y servicios.

Para obtener buenos resultados es necesario desarrollar una cultura de la innovación y un conjunto de procesos estructurados y coordinados para dar respuesta estratégica a los cambios sociales, regulatorios y tecnológicos a los que se enfrenta Telefónica.

La innovación tecnológica en 2005

En 2005 Telefónica dedicó a innovación tecnológica, utilizando los criterios de la OCDE, casi 2.900 millones de euros. Esto supone un incremento del 21% respecto al ejercicio anterior debido fundamentalmente

a la incorporación de los nuevos negocios en Latinoamérica, con un incremento del 29% respecto al año anterior, y destacando a la República Checa que ya aporta el 2% de la innovación tecnológica del Grupo. Un 45% de este esfuerzo se refiere a la innovación tecnológica realizada en España, un 23% a la realizada en Brasil y un 6% a la de Argentina.

Telefónica Móviles es, nuevamente, con un 52% del total, la empresa del Grupo que proporcionalmente invierte más en innovación, por el esfuerzo que está realizando en Latinoamérica. Por conceptos, destaca toda la innovación tecnológica dirigida al despliegue de nuevas redes.

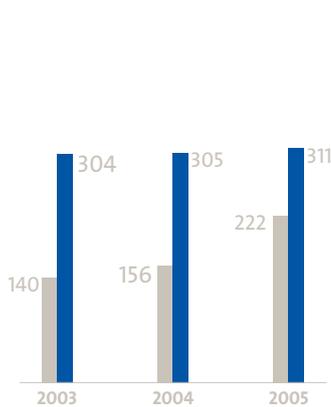
Pero la innovación no se puede basar sólo en la adquisición de tecnología. Es necesario que las actividades de investigación y desarrollo se conviertan en eje y enfoque del resto de la innovación para garantizar una diferenciación frente a los competidores.

Durante 2005, se ha incrementado todavía más el esfuerzo en I+D un (16%) llegando a los 311 millones de euros en España y más de 533 millones en todo el mundo. Esta última cifra supone un 1,42% de los ingresos totales de Telefónica. Según datos de la Comisión de la Unión Europea, Telefónica fue en 2004, la empresa española, incluidos todos los sectores, que dedica más recursos a investigación y desarrollo con un esfuerzo que triplicó el de la segunda compañía en esa clasificación. El esfuerzo de Telefónica representó el 8% de la inversión privada en I+D en España. Respecto a las empresas del sector TIC, según la Asociación Española de Empresas TIC, el sector dedicó a I+D 1.334 millones de euros y a innovación tecnológica en general 5.249 millones de euros. Según estas cifras, Telefónica representa el 23% del esfuerzo en I+D del sector TIC y el 22% de su innovación tecnológica.

Distribución de la I+D por países

Datos en millones de euros

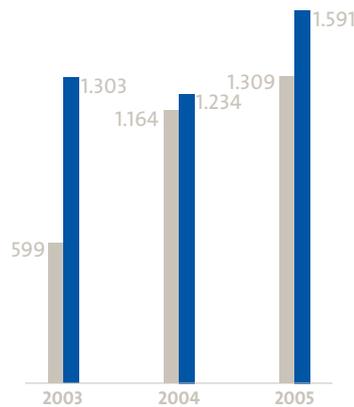
- I+D España
- I+D otros países



Distribución de la innovación por países

Datos en millones de euros

- Innovación España
- Innovación otros países



Como muestra de este esfuerzo, sólo en Telefónica Investigación y Desarrollo (Telefónica I+D) la actividad de innovación tecnológica llevada a cabo en 2005 ha involucrado a las 1.265 personas de su plantilla (el 93% son titulados universitarios) y a aproximadamente 40 empresas y 30 universidades que aportan una actividad equivalente a más de 1500 personas, de las que aproximadamente 600 trabajan físicamente en los centros de Telefónica I+D. En general, la actividad de I+D de Telefónica genera un empleo equivalente a 4.200 personas en España y 6.800 en todo el mundo.

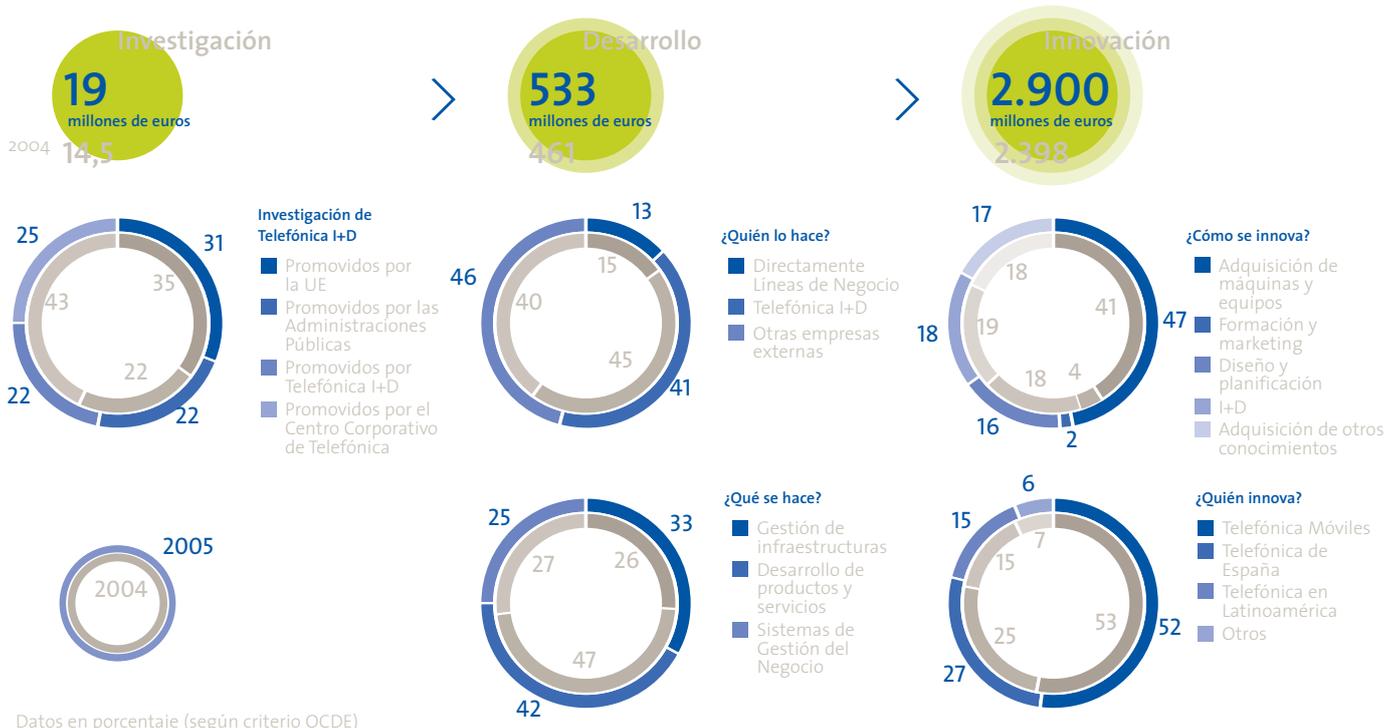
Telefónica I+D

Buena parte de la actividad de I+D del Grupo se realiza en Telefónica Investigación y Desarrollo, propiedad 100% de Telefónica, que trabaja mayoritariamente para los negocios de Telefónica y participa en otros proyectos de investigación, tanto nacionales como internacionales. Su misión es contribuir a la mejora de la competitividad del Grupo mediante la innovación tecnológica, teniendo siempre presente que los resultados de la I+D deben representar un valor competitivo para las operadoras, trasladable a los clientes.

Durante 2005, Telefónica ha iniciado un proceso de transformación gradual, buscando potenciar al máximo las actividades de innovación, como parte de una estrategia global que define la innovación como una de las cuatro áreas esenciales para alcanzar la primera posición entre los operadores integrados del mundo.

Telefónica ha reforzado considerablemente su esfuerzo de presentación de propuestas en las convocatorias que los organismos nacionales y europeos han realizado a

Innovación tecnológica en Telefónica 2005



lo largo de 2005 y ha conseguido una representación muy destacable en los proyectos de innovación más importantes lanzados por esas organizaciones. En concreto, y durante 2005, trabajó en más de 1.800 proyectos, dedicados a desarrollar productos, servicios y procesos para los negocios de Telefónica, y a la investigación aplicada financiada por la Corporación. En general, esta actividad pone en práctica la estrategia de Telefónica, seguida desde hace años, de impulsar actividades de investigación y desarrollo propias, como garantía de diferenciación y como motor del resto de las actividades innovadoras. De esta forma, Telefónica actúa como motor de la innovación tecnológica, con una doble tarea: desarrollar las soluciones TIC y de las plataformas y redes que necesita e identificar y anticipar las opciones tecnológicas emergentes que pueden tener impacto en los Negocios.

Otro de los resultados de este esfuerzo innovador es la cartera de productos propiedad de Telefónica que, a 31 de diciembre de 2005, estaba compuesta por 3.055 patentes, modelos y diseños industriales. La cartera le ha proporcionado 26,4 millones de euros en forma de royalties, de los que el 77% proceden de productos y tecnologías desarrolladas por Telefónica I+D.

El nuevo Modelo ha propiciado también la constitución del Consejo Científico Asesor de Telefónica I+D, integrado por personalidades del mundo académico de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional, con la misión de facilitar orientaciones a Telefónica, desde los ámbitos científico y universitario.

Principales productos

El desarrollo de productos, servicios y procesos avanzados ha permitido disponer de resultados y soluciones aplicados en corto plazo por los diferentes Negocios de Grupo, bien para incrementar la oferta con un mejor posicionamiento en el mercado o bien para incorporar en sistemas y procesos una mayor eficiencia o mejores niveles de calidad. Así, las actividades de innovación tecnológica llevadas a cabo en 2005 se han dirigido fundamentalmente a crear valor para los Negocios, en especial en el campo de los servicios de banda ancha y de los servicios móviles.

Servicios telefónicos fijos

En telefonía fija, Telefónica participa en los proyectos que investigan las nuevas oportunidades que las redes NGN (Next Generation Networks) y los nuevos protocolos que se están implantando sobre ellas. Dentro del amplio espectro de áreas que se han estudiado, destacan temas como la calidad de servicio para comunicaciones personales o el empleo de tipologías de red basadas en tecnologías GRID para proveer nuevos servicios.

Telefónica de España (TdE), ha desarrollado el Centro de Servicios, que es un portal de voz que simplifica y facilita el manejo del amplio abanico de sus servicios. También ha trabajado en la plena convergencia entre las redes NGN y las tradicionales para posibilitar todas las combinaciones posibles de envío de mensajes entre los terminales de ambas redes. Esta capacidad de las redes está impulsando los nuevos conceptos de Inteligencia ambiental, donde el cliente no se preocupa del tipo de red, ni está atento al terminal con que está conectado, sino que emplea los servicios de modo transparente y es la red la que se encarga de hacer las adaptaciones necesarias.

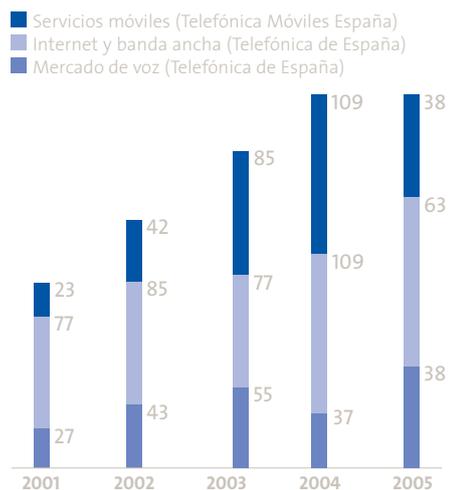
Servicios móviles

Telefónica Móviles ha desarrollado actividades de consultoría sobre nuevas tecnologías de red y despliegue de soluciones. Por otra parte, el esfuerzo comercial relacionado con la tecnología UMTS, dentro de un contexto de operación de redes heterogéneas, y con la tecnología GSM/GPRS, ha supuesto la implicación de Telefónica con soluciones innovadoras para optimizar las redes y procesos (a fin de aumentar la eficiencia operativa) y aumentar la calidad de servicio.

También se ha avanzado de forma muy importante en el aprovechamiento de sinergias multioperador, a través de las plataformas desarrolladas para albergar los servicios prepago, corporativo (VPN), de mensajería y otros servicios de red. En este contexto, se ha completado el despliegue del servicio prepago en siete operadores nuevos, además de los ya existentes (España, México y Perú): Colombia, Ecuador, Guatemala, El Salvador, Panamá y Nicaragua, y en Perú. Además, ha consolidado su aportación en el área de servicios de llamada de voz y videotelefonía de tercera generación para redes móviles, con el lanzamiento de nuevas aplicaciones.

2005 ha sido también el año de la consolidación comercial de los servicios de datos sobre UMTS en España, que la 'Oficin@ movistar UMTS/GPRS ha potenciado con nuevas capacidades', para sus clientes empresariales. Este servicio ha permitido la conexión de datos de alta velocidad e innovadores servicios sobre UMTS, utilizando como software de conexión el Escritorio movistar.

Número de nuevos productos de Telefónica Móviles de España y Telefónica de España



Servicios de datos

Telefónica ha llevado a cabo importantes actividades alineadas con su estrategia en Banda Ancha, colaborando para implantar nuevos servicios de conectividad, e implantando plataformas capaces de proporcionar nuevos servicios de comunicaciones y de contenidos, a clientes con acceso ADSL. Así, ha promovido nuevos servicios en el entorno del acceso xDS y colaborado en la red Alejandra, que sustituye la red ATM por una Ethernet, para ofrecer los servicios xDSL.

TdE ha promovido nuevos servicios en el entorno del acceso xDS y colaborado en la red Alejandra, que sustituye la red ATM por una Ethernet, para ofrecer los servicios xDSL.

El desarrollo del Portal de Selección de Servicios de Banda Ancha, proyecto unificado dirigido a ampliar la oferta de servicios de banda ancha en Latinoamérica, en especial en Brasil, Chile, Argentina y Perú, ha resultado estratégico para ofrecer servicios ADSL variables (cuotas de tráfico, tiempo, bonos, descuentos, etc.) En 2005 Telefónica ha alcanzado los dos millones de accesos minoristas ADSL en Latinoamérica.

Por otra parte, 2005 ha supuesto también el lanzamiento de diversos proyectos de innovación en el área de Gestión de contenidos y de Servicios avanzados para el hogar centrados en interoperabilidad de dispositivos, inteligencia ambiental y creación de contenidos nuevos.

Servicios de televisión y multimedia

Las actividades desarrolladas en el marco de TV sobre ADSL, Servicio Imagenio, han permitido a Telefónica lanzar ofertas al mercado, como las "triple play": productos combinados de telefonía, datos y televisión.

Al finalizar 2005, Imagenio contaba con más de 200.000 clientes en España y se lanzaba en la República Checa.

En el área de vídeo, entre otras actividades, se está colaborando con la Agencia Espacial Europea (ESA) para estudiar la viabilidad del despliegue de servicios bidireccionales por satélite en Latinoamérica y África, basados en el estándar DVB-RCS.

Innovación comercial y de procesos

Gestión de los negocios y de las operaciones

El esfuerzo en innovación no sólo se desarrolla a través del lanzamiento de nuevos servicios, sino también a través de la innovación comercial, y de procesos y formas de hacer. Así, Telefónica ha desarrollado nuevos sistemas de gestión y mejorado de forma sustancial los ya existentes, en el marco de la gestión comercial y de las operaciones, dirigidos a proporcionar soluciones innovadoras para los procesos de negocio. El objetivo es aportarles inteligencia e incrementar la rentabilidad y eficacia de los procesos de provisión, facturación, atención a clientes y gestión de las infraestructuras.

Telefónica lidera también el desarrollo de los sistemas de gestión de fuerzas de trabajo y de actividad, claves para mejorar el desempeño en los negocios básicos, pues reducen los costes de operación y mejoran la calidad del servicio que perciben los clientes.

En Latinoamérica, ha desplegado de forma progresiva el sistema GAUDI y ha contribuido en el área de movilidad de los técnicos en campo. Otra actividad destacada ha sido



potenciar todos los sistemas que refuerzan el conocimiento del cliente. En este sentido, ha desarrollado una solución de análisis de tarifas para los operadores móviles en dicha región, que permite diseñar planes tarifarios muy atractivos para el mercado. Así mismo, cuenta con amplia experiencia en aplicaciones de inteligencia de negocio (Business Intelligence), que dan apoyo en la toma de decisiones y permiten, en tiempo real, el acceso interactivo, el análisis y la manipulación de información crítica para la empresa.

Gestión de las redes y los servicios

También se ha realizado una importante actividad en el ámbito de los sistemas de gestión de las redes y de los servicios, dirigidos a potenciar las infraestructuras y su calidad, mediante soluciones innovadoras. Así, 2005 ha sido el año de consolidación del Sistema de Explotación de la Red de Acceso (SERA) como herramienta central de Telefónica para la diagnosis de averías en banda ancha sobre el tramo de acceso.

Mediante el Sistema Integrado de gestión ADSL, Telefónica ha contribuido a consolidar el servicio Imagenio, con la incorporación de nuevas arquitecturas de red. Para la provisión de servicios diferenciados de móviles ha desarrollado un gestor de ancho de banda: el sistema CAC (Control de Admisión de Conexiones), que permite al proveedor de la red de transporte garantizar una calidad de servicio en el tráfico solicitado.

En el ámbito del software de código abierto, destacan las actividades emprendidas en el marco de la comunidad de software libre MORFEO y cuyo objetivo es impulsar el desarrollo de una comunidad, para colaborar en proyectos de I+D+i.

Actividades de Investigación Aplicada

El nuevo Modelo de Innovación ha promovido actividades de investigación aplicada, más dirigidas al medio y largo plazo, en muchos casos transversales, con tecnologías que influirán en la evolución de los Negocios. Estas actividades han estado centradas en el ámbito de las Tecnologías de Redes, Plataformas de Servicios y de Contenidos, Soluciones de Empresa y Residenciales, y Sistemas de Información.

Las actividades de Investigación Aplicada enmarcadas en el ámbito corporativo de Telefónica se complementan con una amplia participación en proyectos europeos de I+D, promovidos y financiados parcialmente por la UE que han contribuido de forma decisiva a que Telefónica sea la primera empresa española por participación en proyectos de este tipo. Así, durante el periodo 2004-08, Telefónica I+D participa en 71 proyectos promovidos por la UE, que se centran fundamentalmente en las áreas de nuevos servicios multimedia, comunicaciones móviles e integradas, y soluciones software para proveer nuevos servicios.

Adicionalmente, está teniendo un papel muy activo en las iniciativas y programas de la UE dirigidos a promocionar la I+D, a través de tres plataformas tecnológicas europeas: eMobility (sobre movilidad), NEM (Networked Electronic Media) y NESSI (Networked European Software and Services Initiative).

Se ha trabajado también para proveer servicios avanzados de “Inteligencia Ambiental” o “Ambiente Inteligente”, que mejorarán la relación de los usuarios con la tecnología, mediante la aplicación de conceptos como la computación y la comunicación ubicua, el reconocimiento de usuarios y las interfaces naturales.

Por otra parte, la importancia que está adquiriendo la gestión de los contenidos, ha motivado que Telefónica tenga una visión integradora de las telecomunicaciones, moviéndose hacia lo que se denomina el “Networked and Electronic Media”: las nuevas comunicaciones e informaciones electrónicas. Este panorama impone dos retos: la búsqueda de soluciones más innovadoras y potenciar la integración tanto de las redes entre sí como de los contenidos con ellas.

Una nueva cultura de la innovación

Un factor fundamental para la transformación de Telefónica hacia una empresa todavía más innovadora es el desarrollo y promoción de una nueva cultura de la innovación que impregne a todos los empleados. Para ello, se están constituyendo organizaciones específicas para gestionar y promover la innovación.

Telefónica de España, durante 2005, se propuso que la innovación formase parte del día a día de los empleados. Para ello ha realizado acciones de diferente índole, incluyendo acciones formativas, contactos con otras empresas, sesiones de técnicas de creatividad, acciones de comunicación interna y de difusión de la innovación, jornadas de trabajo con personas de reconocido carácter innovador, reconocimiento a empleados, identificación de proyectos innovadores, etc. En concreto, el módulo Innovación, uno de los cuatro ejes del programa estratégico Meta:Cliente, ofrece un marco donde propiciar y cultivarla.

Dentro de las herramientas de innovación de Telefónica Móviles destaca la consolidación del Movilforum; iniciativa puesta en marcha

en España hace cinco años para impulsar la colaboración con el mundo empresarial, el objetivo es potenciar y fomentar el desarrollo y comercialización de servicios y aplicaciones en movilidad. Movilforum dispone de más de 6.000 miembros asociados y 150 empresas inscritas que ya reúnen un catálogo de productos y servicios con más de 200 aplicaciones diferentes basadas en tecnología móvil, que han venido a mejorar la gestión empresarial de diversos sectores como: Transporte, Sanidad, Seguros, Banca, Administración Pública u Ocio, entre otros.

Así mismo Telefónica Móviles España lanzó durante 2005 la segunda edición del concurso Patenta, Fábrica de Ideas, organizado para premiar las mejores iniciativas de sus empleados en temas relacionados con la Mejora de la Eficiencia. Las ideas ganadoras, han sido elegidas por la Comisión Evaluadora del Concurso, entre un total de 95 concursantes.

También Telefónica Internacional ha realizado, a lo largo del año, una serie de iniciativas encaminadas a potenciar la innovación. Para ello, ha promovido iniciativas internas para definir su visión del Modelo de Innovación, analizando los aspectos más relevantes del proceso innovador: definición de las estrategias de innovación, la generación de ideas, desarrollo, la evaluación de las ideas, la realización de experiencias piloto, la comercialización de los resultados y la gestión de acuerdos y alianzas asociadas al proceso innovador. En concreto, se creaba un Comité de Innovación unas estructuras de unidades locales de Innovación en cada país y comenzaba el desarrollo de un Plan anual de Innovación.

Excelencia Operativa



La excelencia operativa es, para Telefónica, uno de los ejes principales sobre los que se asienta su proceso de transformación iniciado en 2004. Desde entonces la compañía viene trabajando en una serie de iniciativas para mejorar la eficacia y la eficiencia y alcanzar así, la denominada “Telefónica Excelente”. La transformación que se persigue en este eje está orientada a mejorar la forma en la que hacemos las cosas, y no sólo los resultados, logrando ser más eficientes y obtener una mejor percepción por parte de los clientes, consistentemente.

Eficacia y Eficiencia

En 2005 creemos que se ha avanzado notablemente en estos dos aspectos. En cada iniciativa se han realizado proyectos orientados a mejorar la eficacia y obtener una mejora significativa de los parámetros operativos de calidad objetiva. Además se han tomado medidas para mejorar los niveles de eficiencia, esto es, la cantidad de recursos y medios utilizados por Telefónica para realizar cada una de las actividades.

El resultado final de estos proyectos es, en cada iniciativa, la mejora de nuestras operaciones para poder hacer cada día mejor las cosas – eficacia – y además, hacerlas con un base de costes menor – eficiencia -. Como proyectos de esta naturaleza se han realizado en iniciativas como:

- Nuevos espacios de trabajo
- Gestión global de terminales móviles
- Atención telefónica a clientes
- Regionalización de Operadoras de América
- Calidad en banda ancha
- Compras electrónicas

- Reducción de la base de costes logísticos
- Modelo de referencia funcional (sistemas de información)

Nuevos espacios de Trabajo: distrito C

El objetivo de la iniciativa es lograr una mayoría de personas en movilidad para aumentar más la colaboración entre áreas y Negocios. Esta iniciativa es una de las palancas para mejorar el rendimiento de las personas que trabajan en Telefónica, en la que distrito C no es tan sólo un proyecto de eficiencia inmobiliaria, que lo es. Pero sobre todo es el exponente de la nueva cultura de trabajo de Telefónica, sobre la que se va a vertebrar el proceso de transformación que estamos viviendo y que se basa en dos conceptos: Movilidad y Colaboración.

Así, los espacios están al servicio de las personas, impulsando una nueva forma de relacionarse, y la arquitectura y la tecnología se han concebido conjuntamente para facilitar una nueva forma de trabajar que va a estar caracterizada por unas relaciones más horizontales, mayor movilidad, flexibilidad, trabajo en equipo y gestión por objetivos. Espacios, tecnologías y personas son las tres grandes palancas para la innovación y la transformación.

En distrito C los diferentes tipos de puestos y de espacios están pensados para resolver mejor las distintas necesidades, siendo una pieza clave el denominado “puesto avanzado” destinado a las personas con un alto nivel de movilidad y colaboración, que permite una gestión más eficaz de los recursos inmobiliarios de la Compañía, y del tiempo del empleado.



El resultado es una mayor conciliación entre la vida laboral y personal de los empleados.

Los directivos y mandos no sólo se sitúan cercanos a sus equipos, como es habitual, sino que tanto unos como otros se sitúan en unos espacios diáfanos y abiertos que facilitan la comunicación y la colaboración. Todo ello va a suponer un notable avance hacia un nuevo liderazgo más asociado a la gestión por objetivos y al desempeño; hacia una mayor autonomía en la gestión del tiempo y de la actividad, abriendo una clara tendencia a compatibilizar el tiempo en el puesto y fuera del mismo. En síntesis, espacios y tecnologías impulsores del talento, la creatividad y la innovación, favorecedores del desarrollo, de la motivación y de un mayor equilibrio, y generadores de eficiencia y productividad.

Pero distrito C se ha concebido, también, como un espacio abierto a la ciudad y a los vecinos; un espacio para compartir con nuestros clientes y con nuestros socios, integrado en el entorno, y un escaparate privilegiado para proyectar una Telefónica innovadora, comprometida con el medioambiente, abierta, transparente y cercana.

Sin olvidarnos del carácter de mejora en la eficacia y la eficiencia de la iniciativa, en los demás espacios administrativos que Telefónica posee por todo el mundo, se han perseguido además otros objetivos: mejorar la productividad en la ocupación de edificios (medida en m² por empleado), e implantar la "oficina sin papeles".

Sobre el primer objetivo cabe señalar que en España se ha conseguido aumentar el nivel de eficiencia en un 30% desde el inicio del plan que, lógicamente, se verá

incrementado con la ocupación de las nuevas oficinas de Telefónica en distrito C. En otras geografías se están obteniendo también mejoras de eficiencia inmobiliaria, aunque no tan significativas, están permitiendo obtener ahorros en ocupación de edificios.

En cuanto al segundo objetivo -la oficina sin papeles- el proyecto llevado a cabo durante 2005 en España está obteniendo significativos resultados al haber conseguido reducir el consumo de papel en más de un 40% desde su lanzamiento.

Gestión global de terminales móviles

La segunda iniciativa de excelencia operativa es la gestión global de terminales móviles. El objetivo de esta iniciativa es obtener una mejora radical en los procesos de provisión y abastecimiento de terminales en las operadoras y hacer de nuestra gestión de terminales un elemento distintivo del resto de operadoras, que genere para Telefónica una ventaja competitiva.

En este sentido, la adquisición de las operadoras de telefonía móvil a Bell South durante 2004 y principios de 2005 ha mejorado el posicionamiento de liderazgo de casi todas nuestras operaciones en Latinoamérica y ha aumentado significativamente el número de mercados en los que operan. Este hecho ha incrementado la relevancia que ya de por sí tenía esta iniciativa.

Telefónica de España, por su parte, desarrollaba la gestión integral de materiales, ampliando el seguimiento de la Gestión de Materiales a todo el ciclo de

vida, desde su adquisición e inventariado hasta su entrega en domicilio de Cliente, con objeto de optimizar los costes y de mejorar los tiempos de reposición para garantizar los niveles de servicio comprometidos.

Atención telefónica a clientes

La tercera iniciativa se ha centrado en la atención telefónica a clientes. Su objetivo es aumentar la eficiencia en la interacción con los clientes desde los centros de atención, maximizando los niveles de resolución al primer contacto en cualquier requerimiento relacionado con nuestras empresas, sus productos y servicios.

En este sentido, el módulo de Excelencia Operativa de Telefónica de España surge como respuesta ante esta necesidad de avanzar en la calidad de la atención y del servicio como elemento diferencial, siempre dentro de la estrategia de reducción de costes establecida para todo el Grupo. Convertir esta filosofía en una realidad, ha requerido no sólo de la optimización de los procesos, sino de una profunda transformación cultural de toda la organización. Cada persona debe conocer cual es su aportación a la cadena de valor y actuar con visión global de empresa.

La clave del éxito de este módulo ha residido en la capacidad de pensar y actuar como un equipo único, "el equipo de Telefónica". Es necesaria una visión transversal extremo a extremo, en la que todas las áreas colaboren estrechamente con un objetivo común, el cliente. En definitiva, se trata de convertir



la transversalidad en nuestra mayor fortaleza.

Durante 2005, los ámbitos de actuación de este módulo se han centrado en los áreas más críticas y que demandaban una actuación más urgente. Entre ella, la Atención telefónica al Cliente (Residencial y PNP), prestando una atención de calidad, con resolución a la primera de las gestiones planteadas por los clientes. Para 2006 está prevista la incorporación al módulo del proceso de atención presencial al cliente la eliminación de órdenes de servicio devueltas y seguir evolucionando en la mejora de la prestación de los productos y servicios de Banda Ancha.

Calidad en banda ancha

Por lo que concierne a la iniciativa de calidad en banda ancha conviene destacar el esfuerzo de las áreas de operaciones de todas las operadoras de telefonía fija. Este esfuerzo, materializado en proyectos orientados a la mejora operativa, ha permitido absorber la gran cantidad de altas de banda ancha generadas por las exitosas ofertas comerciales que durante los últimos meses de 2005 han lanzado casi todas las operadoras.

La importancia para Telefónica de esta iniciativa, radica en la necesidad de poner los servicios de banda ancha al alcance de una gran parte de la población de aquellos mercados en los que operamos, como motor de modernización de las sociedades.

En concreto, Telefónica de España se centraba en la prestación de servicios de Banda Ancha (Imagenio y ADSL),

mejorando los procesos de provisión, mantenimiento y prestación del servicio, y elevando el nivel de cumplimiento de los compromisos acordados con el cliente. En mantenimiento, las mejoras se focalizaban en el proceso de atención y resolución de incidencias y en minimizar los costes operativos, disminuyendo las actuaciones en calle. Así, el plan de acción se centró en la provisión de Kit ADSL, Soluciones ADSL equipos PC, Alta Conjunta en oficinas de Grandes Clientes, Mantenimiento de ADSL, y Proceso transversal extremo a extremo: Imagenio y NetLan.

Regionalización de Operadoras de América

Se trata de una iniciativa claramente orientada a eficiencia, cuya palanca principal de actuación es la redistribución de competencias entre unidades de la misma o de diferentes entidades para alcanzar el objetivo de ser la Compañía más eficiente del sector en América Latina.

Para que Telefónica sea de forma sostenible una compañía cada vez más rentable y con mejores servicios y soluciones, es necesario aprovechar más su capacidad de especialización de sus equipos humanos, compartir sus recursos tecnológicos y centrarse en las actividades directamente relacionadas con nuestro negocio.

En esta dirección, Telefónica Internacional creaba a finales de 2005 una Dirección General de Operaciones, responsable de la producción y de la entrega de los servicios a los clientes finales. Desde este área se gestionan tanto los procesos de red, como los operacionales de clientes incluyendo toda la gestión de sistemas. Esta Dirección General, una "fábrica" regional, tiene además un papel fundamental en la vertebración de las operaciones de Telefónica Internacional, avanzando en un modelo regional y liderando la convergencia de sistemas, redes y tecnologías, así como maximizando en estas áreas la obtención de sinergias operativas en toda la región.

	Atención al cliente	Servicio Banda Ancha	Facturación	OO.SS. Devueltas	Eficiencia Operativa
2005	Atención Telefónica	imagenio ADSL Residencial	empresas PNP	causa comercial	Proyecto Óptima Gestión de materiales
2006	Atención Presencial	Aplicación a otros P/S			



“Hacer de la transversalidad nuestra mayor fortaleza”

Otras iniciativas

Además de las mencionadas hasta ahora, Telefónica está llevando a cabo proyectos monográficos transversales en compras electrónicas, para la reducción de la base de costes logísticos, etc. En estas iniciativas se han registrado significativos avances y -lo que quizás es más importante- se han identificado aspectos de mejora para ser más eficaces más allá de la vigencia temporal de las mismas.

Una de estas actividades desarrolladas por Telefónica de España en 2005 es un nuevo modelo de facturación con la finalidad de aumentar la satisfacción de los clientes con la factura, mejorando la claridad y la calidad de la misma. Y la clave fue la incorporación de un formato más amigable y entendible por el cliente, asegurando la exactitud de los datos informados.

Por su parte, y durante el año 2005, *tgestiona* consiguió avanzar en la mejora de la eficiencia en general y, en particular en la reducción del peso de la estructura en todas las *tgestiona* país. Asimismo, se realizaba una contención elevada en las inversiones que se han situado en un 30% por debajo de lo presupuestado.

La eficiencia operativa ha constituido también uno de los principales ejes estratégicos de TPI. Para ello, aprovechaba en 2005 su presencia internacional, trasladando y compartiendo sinergias y mejores prácticas entre las distintas empresas que forman parte del Grupo. Dentro de este proceso de mejora continua, la compañía ponía en marcha iniciativas no solamente dirigidas a optimizar el gasto, sino también a de las

distintas compañías. Algunos ejemplos, en este sentido, son la contratación conjunta de las compras de papel e impresión, la unificación de los criterios de planificación y seguimiento comercial o el lanzamiento de nuevos productos y servicios.

Por su parte, la estrategia de Grupo Atento ha seguido centrada en 2005 en la diferenciación vía calidad y generación de valor al negocio de sus clientes a través de la cercanía y la excelencia operativa. Durante el año, Atento daba un paso adelante en su estrategia de búsqueda de la excelencia operativa y la mejora en la atención a sus clientes, replanteándose su estrategia Seis Sigma como la metodología más adecuada para comenzar el proceso de certificación de COPC (Customer Operations Performance Center) en varios de los países en los que está presente.

Además, durante 2005, Atento Argentina, Atento Brasil, Atento Colombia y Atento México y Centroamérica emprendían el camino hacia la normativa COPC, que certifica unos estándares de calidad específicos y muy exigentes para el sector de los Contact Centers. Está previsto que en 2006, arranquen el mismo proceso Atento Chile, Atento Puerto Rico y Atento Venezuela.

En cuanto a Telefónica I+D, durante el ejercicio 2005 ha continuado consolidando su Red de Centros de Excelencia. Además, ha incrementado sensiblemente el porcentaje de la actividad desarrollada en sus centros de México DF y de Sao Paulo (Brasil), que comparten la misión de apoyar la innovación tecnológica de las empresas del Grupo que operan en Latinoamérica.

En el marco de la estrategia iniciada hace varios años dirigida a distribuir geográficamente a escala nacional la capacidad de innovación tecnológica del Grupo, Telefónica I+D ha puesto en marcha, en Andalucía, el nuevo Centro de I+D de Granada, que complementa las actividades que realiza Telefónica I+D en el resto de sus centros de Barcelona, Huesca, Madrid y Valladolid. También durante 2005 ha impulsado de forma decisiva el Centro de Barcelona, mediante una nueva estructura organizativa, ha multiplicado por tres el número de sus recursos humanos y ha establecido una nueva estrategia tecnológica en cuanto a las actividades que se van a desarrollar en él. Todo ello está convirtiendo a Telefónica I+D en una Red de Innovación Tecnológica, desplegada a lo largo de la geografía nacional e internacional.

*Ir y venir**Mejores prácticas**Más de 1000 personas
en 800 acciones*

La involucración, clave para la eficiencia

La involucración y motivación de las personas que integran la organización de Telefónica es clave para alcanzar la eficiencia. Un ejemplo lo constituye Telefónica de España, cuya organización de su módulo Excelencia Operativa cuenta con un Comité de Excelencia Operativa, compuesto por el propio presidente de Telefónica de España y los directores generales de las áreas de negocio, un Comité de la oficina de Excelencia Operativa, formado por el líder del módulo y los directores de las áreas participantes.

Cuenta con el apoyo de la Oficina del módulo, integrada por un equipo de personas a tiempo completo para la coordinación de los diferentes equipos multidisciplinares participantes, y unos Equipos de Proyecto. Para cada iniciativa se crea un equipo de trabajo multidisciplinar con participación de todas las áreas que intervienen en el proceso.

El modelo de trabajo sigue la metodología Lean-Seis Sigma y se estructura en cuatro fases. La primera es la "Diagnósis", crítica para alcanzar con éxito los objetivos. En esta fase se analizan los motivos de insatisfacción de los clientes y se identifican las causas raíces de los mismos.

Para ello, se aplica una metodología de "ir y venir", es decir, el equipo de trabajo se integra en la operativa diaria del área de actividad analizada. La segunda, el "Modelo de llegada", fija la visión de cómo debe ser el servicio final prestado. En este modelo, con un nivel de ambición elevado pero alcanzable, los indicadores operativos se

establecen conforme a las mejores prácticas del mercado. La tercera, el "Plan de acción", define las acciones a poner en marcha para alcanzar el modelo de llegada. Las acciones se escalonan en tres periodos priorizadas en función de su impacto y complejidad: a corto (jul-05), medio (dic-05) y largo plazo (jul-06). Por último, el "Seguimiento" de cada una de las acciones para asegurar su completa implantación.

En 2005 se ponían en marcha todos los planes de acción de los distintos proyectos. Más de 800 acciones con más de 1.000 personas participaban directamente y con un alto nivel de penetración en la organización.

Identidad y Comunicación corporativas

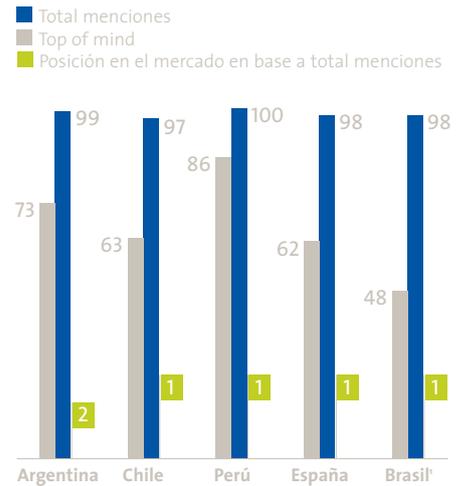


Telefónica está avanzando en su integración en una única empresa, con unos valores y señas de identidad que sean compartidas por todas las empresas que forman parte del Grupo Telefónica. Para conseguir este objetivo, está desarrollando iniciativas de transformación dentro del eje Identidad y Comunicación.

- Estrategia de marca, orientada a definir la estrategia y modelo de arquitectura de marcas institucionales y comerciales del Grupo Telefónica.
- Herramientas de Comunicación que incluyen iniciativas de comunicación online (Telefónica en Internet) y comunicación interna (Plan de Comunicación Interna, La Intranet, etc).
- Informes de Responsabilidad Corporativa, del que se recoge el resumen ejecutivo en este mismo Informe Anual.
- Telefónica Accesible, que supone la respuesta de Telefónica a las personas con discapacidad (ver sección Responsabilidad Corporativa).
- Presencia pública de Telefónica, iniciativa liderada por las áreas de Comunicación y Relaciones Institucionales, que pretende posicionar a Telefónica como un aliado estratégico del progreso económico, tecnológico y social de los países en los que desarrolla operaciones.
- El impulso al voluntariado Corporativo, como un medio para construir cultura de Grupo, aproximando a la Compañía a las necesidades de la sociedad.
- La gestión de riesgos de Reputación Corporativa, orientada a anticipar las situaciones que pueden suponer un riesgo para la percepción de Telefónica por parte de sus grupos de interés.

Notoriedad de marca de telefonía fija

Fuente: Tracking de Publicidad y Salud Marca 2005



*Datos no acumulados correspondientes a diciembre de 2005

Estrategia y Arquitectura de marca

Durante el año 2005, Telefónica ha revisado su modelo de estrategia y arquitectura de marca. El objetivo es potenciar la relación comercial con los clientes y transmitir los valores corporativos a los grupos de interés con los que se relaciona la Compañía constituye el punto de partida y establecen la dirección sobre el cual se van dotando de contenido específico los compromisos que Telefónica adquiere con sus grupos de interés para ganar su confianza.

Así, Telefónica construye su marca sobre dos atributos funcionales -Liderazgo e Innovación-, que se afianzan en las capacidades del Grupo; y dos emocionales -Cercanía y Compromiso- que buscan dotar de personalidad a la marca y estrechar su relación con quienes se relaciona.

Dicho modelo define los roles, criterios y jerarquías entre las marcas del Grupo, descritos a través de los principios de identidad y de un sistema gráfico de convivencia entre las marcas.

En este contexto, y como "masterbrand", Telefónica, marca principal, por su perfil institucional y valores asociados a ella, respalda y garantiza la oferta comercial asociada a las marcas comerciales, dotándolas de estatura. Las Marcas comerciales aportan cercanía y frescura, diferenciación y relevancia a la oferta comercial haciéndola más próxima y creíble. Además rejuvenecen y refrescan a la "masterbrand". El sistema de familia de marca se refuerza a través de una relación sólida e inseparable. No se trata de un co-branding o endoso, sino de un sistema que favorece la retroalimentación de valores entre las marcas del Grupo.

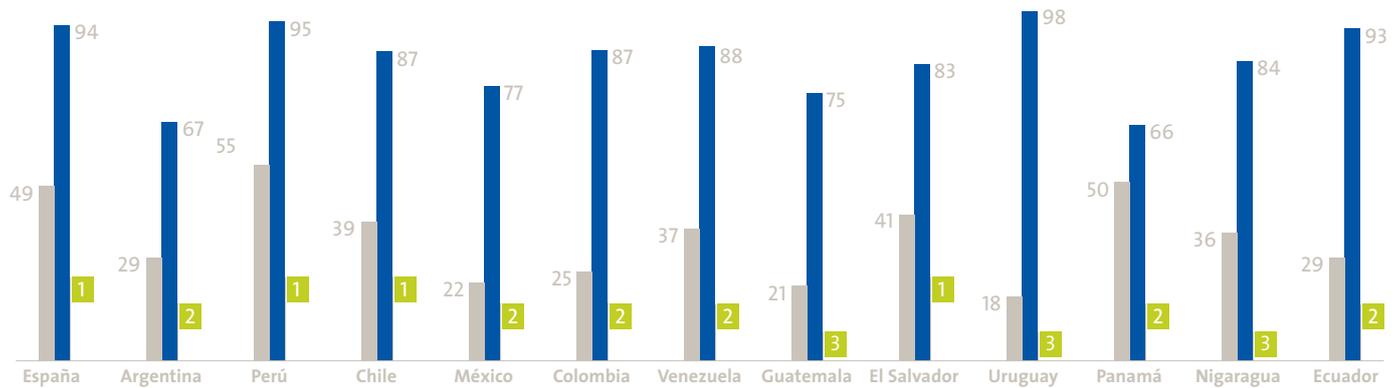
Notoriedad de marca de telefonía móvil

Datos de Telefónica Móviles (Acumulado año 2005) La marca movistar se lanza en Abril de 2005

■ Total menciones

■ Top of mind

■ Posición en el mercado en base a total menciones



Fuente: Tracking de Publicidad y Salud Marca 2005. Millward Brown

El sistema gráfico define colores, códigos, formatos, estilos y tipografía que transmiten una visión equilibrada y coherente del Grupo.

Comité de Marca

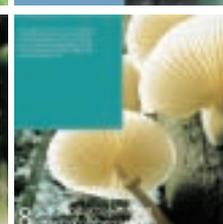
En 2005, se consolidaba el "Comité de Marca" como un órgano técnico, con reporte directo al Comité de Dirección, liderado por el Director General de Comunicación Corporativa y compuesto por los responsables técnicos de las distintas líneas de negocio y de los centros corporativos país, incorporando eventualmente para cuestiones concretas a otras áreas corporativas. Su misión es velar por la correcta ejecución del nuevo Modelo de Estrategia y Arquitectura de Marca de Grupo.

Para tal fin, el Comité cuenta con competencias plenas para catalizar las visiones, objetivos, y necesidades de las líneas de negocio y los países, canalizar todas las iniciativas del Grupo relacionadas con la marca (comunicación, publicidad, patrocinios, ferias, eventos, etc.) e impulsar el proceso de implantación del sistema de arquitectura de marca, desarrollando normativas, procesos, proyectos e iniciativas concretas para, si fuera necesario, reforzar el mismo.

A lo largo del año, el Comité ha desarrollado nuevas adaptaciones de la marca en el ámbito de los negocios de Telefónica. Entre ellas, una nueva estrategia de arquitectura de marca para *tgestiona* que se adapta a sus nuevas necesidades de negocio internas y externas.

Telefónica ha desarrollado un conjunto de herramientas de gestión y análisis de la información común entre las líneas de negocio y países, con el objeto de realizar seguimiento y control permanente y sistemático de la notoriedad, imagen, satisfacción y afinidad de sus marcas con sus diferentes audiencias.

En la categoría de telefonía fija, la marca Telefónica presenta altos niveles de notoriedad en todos los países. En la de telefonía móvil, teniendo en cuenta el lanzamiento de la nueva marca comercial en los países donde no estaba presente la operación de telefonía móvil del Grupo, se han conseguido niveles de notoriedad similares y en algunos casos superiores a la notoriedad de las anteriores marcas.



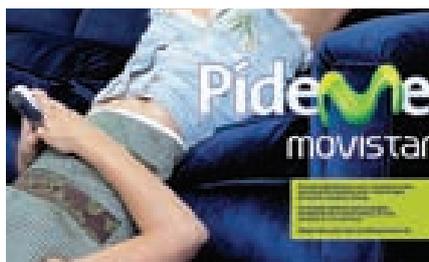
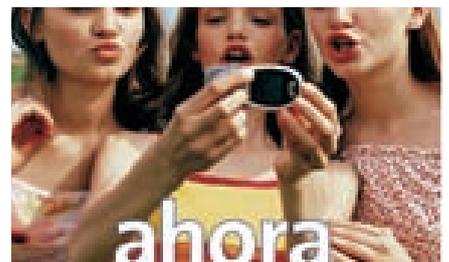


Lanzamiento mundial de "movistar"

movistar fue la primera marca comercial en adaptar su identidad a la nueva estrategia de arquitectura del Grupo Telefónica. La campaña de publicidad de la nueva imagen se lanzó de forma simultánea en 13 países en abril de 2005 y estuvo acompañada de atractivas promociones de productos y servicios y significó la sustitución de la imagen de marca en 25.000 establecimientos comerciales movistar.

Un año después de su lanzamiento, el diario Expansión calificaba la campaña de lanzamiento como una de las mejores campañas publicitarias realizadas en España en los últimos 20 años, destacando la coordinación de actuaciones simultáneas en los distintos mercados de España y Latinoamérica.

También se puede afirmar que el nuevo sistema de convivencia entre ambas marcas Telefónica y movistar ha demostrado que este grado de vinculación mejora la notoriedad ambas marcas frente a sus clientes.





Comunicación externa Comunicación interna

Telefónica entiende la comunicación externa como un acto de responsabilidad y transparencia en su relación con los medios de comunicación y, por extensión, con la sociedad. Es así como a través del contacto diario con la Prensa, Telefónica hace llegar su realidad a sus clientes, a sus accionistas e inversores e incluso a sus propios empleados.

Telefónica cuida su relación con los medios de comunicación de una manera especial y atiende la demanda de información de diversas maneras, ya sea a través del teléfono o mediante encuentros personales o ruedas de prensa, con el fin, en definitiva, de satisfacer todas sus necesidades informativas.

Esta atención se reproduce localmente en cada uno de los países en los que opera la Compañía. El equipo de comunicación de Telefónica se extiende desde Buenos Aires a México DF, desde Lima a Londres o desde Praga a Sao Paulo, y en cada uno de los países, la relación con los medios de comunicación se adapta a las peculiaridades propias de cada uno de ellos, con la finalidad compartida de comunicar de manera transparente, rigurosa y veraz.

Otra vía alternativa de comunicación y flujo informativo constante es la sala de prensa virtual de Telefónica, atractiva e intuitiva, completa y permanentemente puesta al día. En definitiva, un ejemplo más de anticipación y respuesta a la gran demanda de información que genera el Grupo Telefónica. En concreto, en España, a finales de 2005, el total de sesiones en su sala de prensa era de 129.398, siendo los accesos totales a dicha página de 2.813.253.

Una de las prioridades del ejercicio 2005 ha sido involucrar a todos los profesionales en el proceso de transformación de Telefónica que se está desarrollando con el lema "Acelerar para Ser Más Líderes". En este sentido, tanto los canales de comunicación interna, como las presentaciones a directivos han dedicado una atención especial a los cinco grandes ejes de transformación que se vienen trabajando desde 2004.

En concreto, el Plan Director de Comunicación Interna, aprobado en 2004 y alineado con el Plan Estratégico de la Compañía, fijaba para 2005 el propósito de dotar a nuestro Grupo de una dinámica única de comunicación interna que integrara las necesidades y particularidades de todos los profesionales, motivando su participación activa en la consecución de los objetivos de la compañía y reforzando su cohesión interna. "Comunicar para ser más Líderes" ha sido el mensaje principal del desarrollo de dicho Plan Director.

En este contexto, el plan de acción llevado a cabo en 2005 ha supuesto la puesta en marcha de numerosas iniciativas. Entre ellas, la creación de equipos y nuevas dinámicas de comunicación en los diferentes países, el inventario y remodelación de herramientas de comunicación interna y creación de nuevos canales, la puesta en marcha de dinámicas de comunicación personal y el inicio de un Plan de Formación en comunicación, tanto para directivos como para los profesionales involucrados en este ámbito. Por otra parte se han llevado a cabo, también de forma coordinada en los países, iniciativas de comunicación específicas del Plan Director y se han ido adecuando a los nuevos y comunes objetivos aquellas

acciones existentes en los diferentes negocios y países.

Una de las iniciativas fundamentales del Plan Director de Comunicación Interna ha sido la constitución de un Consejo Asesor de Comunicación Interna por país, que ha venido a constituirse como el motor y garante de esta dinámica única.

El diario de Telefónica

En concreto, en España, y como parte de las labores prioritarias de su Consejo Asesor, en 2005 se ponía en marcha "el diario de Telefónica", constituyendo un paso adelante decisivo en el establecimiento de una dinámica integrada de comunicación para todos los empleados de Telefónica. Con una actualización informativa en tiempo real, el diario se configura como el canal *online* de referencia para la Comunicación Interna del Grupo en este país, evolucionando e integrando la experiencia de diversos canales de comunicación interna con los que ha venido contando el Grupo en España, entre ellos Infobuzón, que se integra en el diario tras 9 años de contacto diario con los empleados. Está previsto que, a lo largo de 2006, se implante este mismo modelo de canal *online*, progresivamente, en todos los países en los que opera Telefónica.

Portal del Directivo

Otra de las iniciativas del Plan Director de Comunicación Interna desarrolladas en el año ha sido el lanzamiento de la versión beta del "Portal del Directivo", al que tienen acceso personalizado los 1.400 principales directivos en todo el mundo. Se trata de un nuevo canal para los directivos del Grupo que, albergado en La Intranet de Telefónica, tiene por objetivo, convertirse, en el futuro, en el canal de comunicación por excelencia de los directivos, constituidos en el proceso



Telefónica en Internet

Alemania	http://www.telefonica.de
Argentina	http://www.telefonica.com.ar
Brasil	http://www.telefonica.com.br
Chile	http://www.telefonicachile.cl
Colombia	http://www.telefonica.com.co
El Salvador	http://www.telefonica.com.sv
España	http://www.telefonica.es
Estados Unidos	http://www.us.telefonica.com
Guatemala	http://www.telefonica.com.gt
Marruecos	http://www.telefonica.ma
México	http://www.telefonica.com.mx
Perú	http://www.telefonica.com.pe
Puerto Rico	http://www.telefonica.pr/empresas

de transformación de Telefónica como agentes dinamizadores de dicho proceso de cambio.

A través del Portal, se han ido incorporando contenidos tanto del ámbito de la actualidad, como formativos, de herramientas de gestión, relativos al talento directivo, etc. Es de destacar una sección, permanentemente actualizada, del Mapa Estratégico de Telefónica. Esta actividad, liderada desde el Gabinete de Presidencia en colaboración con el área de Comunicación, desarrolló en 2005 las siguientes actividades: presentación del Mapa Estratégico en 34 Comités de Dirección de empresas del Grupo, situados en 7 países, involucrando a más de 400 directivos; cursos de formación a directivos sobre la metodología de Mapas Estratégicos, afectando a más de 300 asistentes en España (15 sesiones) y 750 en América Latina (35 sesiones); comunicación en cascada a través de materiales de comunicación específicos, entre otras.

distrito C

El próximo traslado a la nueva sede que Telefónica está construyendo en Madrid (distrito C) ha motivado la ejecución de un extenso Plan de Comunicación dirigido de forma directa a las 14.000 personas que se van a trasladar al complejo y, de forma indirecta, a la totalidad de los profesionales del Grupo, porque distrito C se va a convertir en el referente de las nuevas formas de trabajar que Telefónica va a implantar en todos los países en los que opera, dentro del proceso de transformación.

Otras iniciativas

También se ha avanzado notablemente, a lo largo de 2005, en el nuevo modelo de Intranet Unica, aplicado ya en el ámbito de distrito C como experiencia piloto. El nuevo

modelo cuenta con las aportaciones de los expertos de todas las líneas de negocio, con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de comunicación y de gestión de todos los profesionales del Grupo.

Son especialmente destacables, las acciones de comunicación e involucración desarrolladas a lo largo del año por el grupo Telefónica de España. Así, se lanzaron y desplegaron numerosas actividades del módulo comunicación del programa "Meta: Cliente 2005, un proyecto de todos" desarrollada con más de 500 personas, a través de diversos medios: Televip, el diario, e-domus, salvapantallas, correos masivos, reuniones, canal motivación, buzón motivación, etc. También se ponía en marcha un Plan de mejora de la satisfacción en la comunicación, mediante la realización de Focus Group con personal operativo de las distintas direcciones generales, la identificación de acciones de mejora a implementar, entre otras iniciativas.

Comunicación Online

La presencia de Telefónica en Internet viene articulándose a través del Proyecto Alquimia, que nació a finales de 2002 en el marco del acuerdo de colaboración entre Terra y Telefónica. A finales de 2005, finalizaba dicho proyecto, tras la puesta en marcha del nuevo modelo de portal "telefonica.pais" en 13 países. A lo largo del año, se llevaban a cabo, también, una serie de actuaciones técnicas realizadas en torno a dichos portales para mejorar la accesibilidad de sus páginas y obtener un mejor posicionamiento global en Internet.

Así, el número de visitas recibidas en 2005 en el conjunto de los portales "telefonica.pais" de América Latina superó los sesenta millones, con más de 400.000 usuarios registrados individualmente. Por su parte, el portal "telefonica.es" terminó el ejercicio 2005 superando los tres millones de visitas mensuales.

Telefónica se presenta en Internet como un proveedor integrado de servicios de telecomunicaciones en cada uno de los países en los que opera. El modelo "telefonica.pais" busca establecer en cada país un único punto de acceso en Internet que permita al cliente acceder de forma transparente a toda la información comercial e institucional de la Compañía. El resultado final es una oferta de productos y servicios acorde con las necesidades de los clientes; ofreciendo soluciones específicas dirigidas a particulares, profesionales y empresas. Los demás grupos de interés de la Compañía (accionistas, inversores, proveedores, socios, empleados, medios de comunicación y ciudadanos en general) también cuentan con secciones específicas en cada uno de los portales "telefonica.pais".

El modelo de implantación de Telefónica en Internet es transparente a la organización y a la tecnología consiguiendo una gran flexibilidad y rapidez para cumplir con las demandas del mercado. La transparencia a la organización permite adaptarse a los modelos comerciales cambiantes consiguiendo mantener la autonomía operativa de los negocios sin modificar el modelo.



Patrocinios

Telefónica participa en numerosas actividades de las sociedades en las que opera a través del patrocinio de actividades deportivas, tecnológicas, culturales y sociales. En total, durante el año 2005 se han realizado 819 patrocinios.

Culturales

Son de destacar algunos patrocinios culturales como el Diccionario Panhispánico de Dudas, en colaboración con la participación de las 22 Academias de la Lengua Española entre las que están representadas todos los países Iberoamericanos; la exposición monográfica sobre Juan Gris en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, con más de 160.000 visitas; la celebración del IV Centenario de El Quijote, con una página web interactiva dirigida al ámbito escolar que tuvo más de 194.000 visitas. En relación con la música, los eventos más destacados fueron los conciertos y giras en Latinoamérica y en España de artistas como Shakira o Carlinhos Brown, a cargo de Telefónica movistar.

Patrocinios deportivos

El Grupo Telefónica ha continuado con su apoyo al piloto español Fernando Alonso y al equipo Renault F1 Team, habiendo conseguido en este año 2005, y por primera vez en la historia de la Fórmula 1, que un piloto español se hiciera con el título de Campeón Mundial al igual que la escudería en la que compete. Telefónica sigue, también, apoyando el fútbol a través del patrocinio como patrocinador y proveedor exclusivo del sector de telecomunicaciones de importantes clubes españoles: Real Madrid C.F. y el F.C. Barcelona y ha cerrado el acuerdo de apoyo

a la Expo Zaragoza 2008 a través del club de fútbol Zaragoza S.A.D.. Así mismo ha iniciado con este deporte una acción de patrocinio social promoviendo con gran éxito iniciativas como la Copa movistar de las Culturas y el Mundialito Solidario, ambas dirigidas a un importante segmento de la población como es el colectivo de inmigrantes.

Por otra parte se han llevado a cabo iniciativas locales de carácter popular, culturales o deportivas, entre las que hay que mencionar el Maratón Popular de Madrid, que reunió a más de 13.000 corredores, y en Latinoamérica el apoyo a un gran número de fiestas populares y culturales como por ejemplo Las fiestas de San Pedrito de Chimbote, en Perú o los Carnavales de Río de Janeiro en Brasil entre otras. Telefónica quiere comunicar su presencia y su apoyo a las actividades que desarrolla en la sociedad, para lo que dispone de una sección de patrocinios en Internet www.telefonica.es/patrocinios que es la ventana al exterior de las acciones que promueve y realiza en todos los ámbitos: deportivo, cultural, social...

Otros patrocinios

Otro eje de actuación se desarrolla a través de otro tipo de patrocinios cuyo objetivo es la implicación y compromiso de Telefónica de forma muy activa en el impulso y desarrollo de la sociedad de la información. Para ello, colabora muy directamente con aquellas entidades públicas y privadas que tienen este mismo objetivo, a través del patrocinio de foros empresariales, congresos y encuentros internacionales que reúnan a los principales representantes del sector como por ejemplo: Internet Global Congress 2005, Broadband World Forum Europe 2005, etc. Esta línea estratégica también queda

recogida a través de la participación en Institutos Técnicos, Academias, Programa de cátedras con Universidades, es decir colaboración con aquellos focos de generación del conocimiento en materia de Tecnologías de la Información.

En 2005, una vez más, Telefónica ha apoyado tecnológicamente, a través de toda la instalación de líneas y servicios de telecomunicaciones, el principal encuentro de internautas a nivel europeo como es el Campus Party en Valencia.

Liderazgo de personas

La gestión de personas es uno de los valores clave en la nueva cultura de Telefónica. Por eso, y dentro del eje orientado a fortalecer el liderazgo y el compromiso de los profesionales de Telefónica, en 2005 se han desarrollado numerosas iniciativas alrededor del desarrollo profesional, la claridad, la formación o las políticas de retribución, entre otros.

siendo la antigüedad media de 7,3 años (8 años en 2004), y la edad promedio de 32,7 años.

Las empresas del Grupo Telefónica (sin considerar Atento) tuvieron más de 10.000 altas de empleados en el ejercicio 2005, de las cuales el 10% son altas procedentes del propio Grupo.

Telefónica ha lanzado numerosos programas de incorporación de jóvenes a su plantilla o al mercado de trabajo en general. En concreto, Telefónica de España y la Fundación SEPI, dentro del programa de becas de 2005, ofertaban 52 becas a jóvenes titulados en Formación Profesional de grado superior en las especialidades de Sistemas de Telecomunicaciones e Informática, Gestión Comercial y Marketing, Administración y Finanzas y Administración de Sistemas Informáticos. Este programa de becas de larga duración se integra en los procesos de Creación de Empleo asociados al Plan Social del Expediente de Regulación de Empleo, ya que se prevé que en 2006 parte de los seleccionados se puedan consolidar como incorporaciones a Telefónica. Uno de los objetivos de estas incorporaciones es potenciar los centros de Atención al Cliente del Segmento de Negocios y Profesionales.

Telefónica Internacional, por su parte, llevó a cabo, en 2005, un proceso regional de cobertura de vacantes directivas que, a través de un comité, identificó y seleccionó 76 coberturas. Además, diseñó e implantó un programa de movilidad regional para potenciar el desarrollo de profesionales con una visión regional e impulsar la concreción de proyectos de alto valor estratégico para la compañía. 70 profesionales participaron del programa de rotaciones de todos los países.



Descripción de plantilla

Telefónica cerró el ejercicio 2005 con una plantilla física de 207.641 profesionales, lo que supone un incremento del 19% respecto al año anterior. Los cambios más significativos que han afectado a la plantilla durante el ejercicio se han debido, entre otras razones, a compras o a la creación de nuevas empresas (TPI Direct en el Grupo Directorios, o la compra de Cesky), a baja de Sociedades como Terra, Telefónica UK, *tgestiona* México, Lola Films o T. Short en Contenidos, o a la Continuidad del Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica de España. En este último caso se han registrado un total de 1.945 empleados adheridos en 2005 que se suman a las 7.906 solicitudes de desvinculación acumuladas hasta el año 2004.

La plantilla del Grupo Telefónica en el mundo tiene las siguientes características: el 85,4% tiene un contrato fijo o indefinido (86% en 2004), repartiéndose el resto entre empleados con contrato temporal (13,6%) y becarios (0,9%). En cuanto a la distribución por funciones, sin considerar la plantilla de Atento, el 37,2% está dedicado a funciones comerciales (33,2% en 2004), el 48,3% a funciones de producción y el 14,4% a funciones de apoyo. Destaca el aumento de la plantilla comercial por segundo año consecutivo. Además, el 47% de la plantilla está formado por mujeres (48% en 2004),

Características de la plantilla del Grupo Telefónica

	Tipo de contrato %			Jerarquización %	Función %			Experiencia		Diversidad % mujeres
	fijo	temporal	becarios		comercial	operaciones	apoyo	antigüedad	Edad media	
Fija España	98,5	1,0	0,6	3,3	31,4	56,5	12,1	18,7	42,3	27,4
Fija Latinoamérica	95,9	2,0	2,0	6,5	33,9	53,5	12,6	13,5	39,7	28,3
Telefónica Móviles	96,9	1,1	2,0	10,5	56,2	25,6	18,1	5,0	30,0	40,5
Contenidos	98,3	1,6	0,1	5,4	12,0	72,8	15,2	3,5	38,7	7,7
Directorios	91,8	5,9	2,3	7,9	73,7	11,4	14,9	8,3	38,5	43,9
Atento	71,4	28,5	0,1	1,4	0,2	98,5	1,3	1,5	27,1	66,3
T-Gestiona	94,2	1,1	4,7	7,4	1,0	93,6	5,4	8,3	25,8	26,2
Česky Telekom	95,2	4,8	0,0	5,3	38,8	49,0	12,2	12,2	37,8	34,4
Otras	84,1	6,9	8,9	18,0	9,9	52,4	37,7	4,9	28,9	47,2

Plantilla física del Grupo Telefónica¹

Por País	2005	2004	2003
España	60.405	59.978	58.189
Europa	14.326	4.322	-
Rep. Checa	10.051	-	-
Holanda	3.789	3.789	-
Alemania	480	533	-
Luxemburgo	3	3	-
Suiza	3	3	-
Latinoamérica	131.968	94.204	80.041
Argentina	18.856	15.177	14.100
Brasil	63.743	51.741	42.496
Chile	12.375	10.060	8.795
Perú	11.548	10.733	9.422
México	8.506	6.493	5.228
Colombia	4.487	-	-
Venezuela	5.983	-	-
EE.UU	1.166	-	-
Uruguay	536	-	-
Ecuador	747	-	-
Panamá	601	-	-
Nicaragua	285	-	-
Centroamérica	3.135	-	-
Marruecos	942	1.075	-
Otros Países	-	13.469	10.058
Telefónica	207.641	173.554	148.288

Por Negocio	2005	2004	2003
Fija España	35.053	36.425	38.464
Fija Latinoamérica	28.856	25.905	25.762
Terra	-	1.584	2.229
Telefónica Móviles	22.739	19.797	13.093
Directorios	2.942	2.876	2.787
Contenidos	5.734	5.860	4.638
Atento	95.907	74.829	54.394
Cesky Telekom	10.051	-	-
Otras	6.359	6.278	6.921
Telefónica	207.641	173.554	148.288

¹ Plantilla Física: Número de empleados que trabajan en la empresa.

Plantilla equivalente: Número de empleados proporcional al número de horas



En 2005, el Grupo Atento volvió a destacar por su capacidad para generar empleo. A finales del ejercicio, la organización contaba con 96.000 empleados, un 28 por ciento más que el año anterior. Esta facultad para crear puestos de trabajo y contribuir así al desarrollo de la sociedad fue muy valorada en los 12 países donde está presente el Grupo.

Desarrollo profesional

Para seguir impulsando su proceso de transformación, Telefónica ha desarrollado en 2005 numerosas iniciativas en torno a una serie de principios: Claridad, Política Retributiva, Desarrollo Profesional, etc. Iniciativas que, a lo largo del año y tras la Cumbre de Directivos de 2004, han obtenido una concreta y especial visibilidad en la organización, liderada por la alta dirección de Telefónica, con un compromiso de seguimiento por parte de su Comité de Dirección.

Si, en general, las personas son el recurso más importante para Telefónica, esta afirmación tiene especial relevancia cuando hablamos de innovación, ya que ésta sólo es posible a partir del espíritu creativo y pionero de las personas encargadas de desarrollar los nuevos productos o de analizar el impacto en el negocio de las nuevas tecnologías.

Carrera profesional

Dentro de las iniciativas desarrolladas en torno a la carrera profesional de sus profesionales, Telefónica establecía en 2005 un marco para la rotación de directivos y mandos con el objetivo de favorecer la transferencia de buenas prácticas de gestión entre las diferentes unidades de la Compañía, ofreciendo oportunidades de desarrollo profesional a los empleados y

ayudando a compartir el talento existente dentro de la organización. De esta forma, se viene a facilitar que se pueda llegar a los niveles de dirección, al originarse vacantes directivas que han de ser cubiertas prioritariamente de forma interna. Así, a lo largo del ejercicio 2005, 171 directivos han rotado internamente (12% del total), siendo también notable la proporción de gerentes y JAP (jóvenes de alto potencial) que han seguido esta iniciativa. En concreto, en Telefónica de España se recurría a la rotación de personal entre direcciones generales en el 30% de los procesos internos de selección, y en un 44% de los casos de empleados de la misma dirección general.

También en 2005, y gracias a la participación en el Programa de Becas de Fundación Carolina, 26 profesionales del Grupo Telefónica en Latinoamérica desarrollaban su actividad profesional en empresas del Grupo Telefónica en España al tiempo que cursaban estudios de postgrado durante un año.

La publicación global de puestos vacantes en La Intranet de Telefónica contribuía, también, a dar a conocer a todos los empleados del Grupo las oportunidades profesionales que existen en las diferentes empresas y a fomentar la claridad y la transparencia de los procesos de cobertura de puestos, favoreciendo la transmisión del talento interno. La primera fase del proyecto se ponía en marcha en marzo de 2005, publicándose desde entonces más de 350 vacantes. Esta herramienta está disponible para la publicación de vacantes directivas y no directivas.

En esta misma dirección se desarrollaba un programa de intercambio de proyectos entre Telefónica de España y Telefónica en Latinoamérica con el doble objetivo de

transferir buenas prácticas de gestión de proyectos y desarrollar profesionales con visión de grupo integrado de telecomunicaciones. Durante el año 2005, 25 profesionales participaron en esta iniciativa.

También a comienzos del año, Telefónica de España aprobaba la evolución del modelo de carrera de expertos hacia una nueva carrera profesional de gestión de proyectos con el objetivo de conocer y ajustar la función del experto a las necesidades de la compañía, identificando los expertos más adecuados para cada puesto, ofreciendo una perspectiva profesional más atractiva y de mayor satisfacción y, en suma, posicionando a este colectivo en las grandes líneas estratégicas de la empresa. La carrera de Gestión de Proyectos, junto a la Carrera Comercial y la de Asesor Técnico de Clientes (ATC's), integraba en un modelo de desarrollo y carrera profesional a cerca de 4000 profesionales de la compañía. Por otra parte, se elaboraba, también, un plan de revitalización de la carrera comercial, de acuerdo con las unidades de negocio.

En cuanto a los Jóvenes de Alto Potencial (JAP), su selección se completó en 2004 con un total de 138 empleados. En 2005 realizaban rotaciones temporales (de 3 a 6 meses) durante las que han estado desarrollando su actividad laboral en otras áreas funcionales dentro de su misma empresa, otras empresas del Grupo y, en algunos casos, otros países. Con esta acción se ha contribuido a incrementar su visión global y su conocimiento del Grupo. En el año 2006 está previsto realizar acciones de desarrollo adicionales que pondrán punto final a la convocatoria 2004-2006 del Programa JAP.



Políticas de Compensación y Retribución variable

Los gastos de personal del Grupo Telefónica en 2005 han totalizado 5.045 millones de euros (4.346 millones de euros en 2004), lo que representa aproximadamente el 13,3 % de los ingresos del Grupo en 2005 (14,4% en 2004). De ese total, el paquete retributivo (remuneración fija + remuneración variable + beneficios + planes de pensiones + comisiones) supone un 78%, correspondiendo el 69,2 % a la suma de la remuneración fija y variable y un 4,3 % a los beneficios. Adicionalmente Telefónica ha incurrido en gastos de reestructuración de plantilla por un montante de 611,20 millones de euros.

El Sistema de Compensación del Grupo Telefónica está alineado con la estrategia global del Grupo y con las mejores prácticas del mercado. Tiene el objetivo de motivar al empleado de forma competitiva, equitativa y consistente, estableciendo un paquete retributivo basado en los siguientes puntos: adaptación a la realidad de cada mercado y a cada Línea de Negocio, consistencia con los valores del Grupo Telefónica, focalización hacia personas clave según el desempeño y la contribución y relevancia de las retribuciones no dinerarias: beneficios sociales y en especie.

Para definir este sistema de compensación se realizan benchmarks salariales que permiten la comparación con empresas del mercado de magnitud y relevancia similares a las del Grupo Telefónica. Dichos análisis se han realizado para los directivos y mandos intermedios en España, Europa y América Latina, estando las condiciones de compensación para el general de la plantilla descritas en los distintos convenios colectivos vigentes. A cierre de 2005, más de 142.700 empleados del Grupo Telefónica tenían reguladas sus

condiciones en base a convenios colectivos, frente a los 120.000 del año 2004.

El Grupo Telefónica trabaja desde hace años en el diseño e implantación de políticas de compensación variable que retribuyen el esfuerzo y el cumplimiento de objetivos de sus empleados. Estas políticas buscan, por un lado, un mayor compromiso e implicación de los empleados con los objetivos de su Compañía y, por otro, una mayor equidad en los sistemas de retribución. Así, la retribución variable está destinada a movilizar la consecución de objetivos globales del Grupo y retribuir en función de la contribución a resultados a través de sus objetivos de Empresa, Área e individuales. Además, se basa en un modelo que, vinculado a los resultados globales del Grupo, combina la perspectiva del cumplimiento de objetivos (qué ha conseguido), con la percepción sobre el desempeño (cómo lo ha conseguido). Más de 147.000 empleados (105.000 en 2004) están sujetos a retribución variable en base a cumplimientos de objetivos individuales, de empresa y de grupo.

En cuanto a sus directivos, y tanto para la retribución fija como para la retribución variable, el Grupo Telefónica establecía un marco retributivo global y común orientado a la consecución de los resultados y estrategias definidas, con flexibilidad y transparencia necesarias para mantener la máxima equidad interna y la máxima competitividad externa posible, y con el objetivo de favorecer la movilidad, atracción, motivación y retención del talento directivo.

Gestión por competencias

Todas las líneas del Grupo Telefónica comparten un sistema de competencias genéricas para los empleados, que refuerza los valores del Grupo y sirven de base para la implantación de la estrategia. Las

competencias son las pautas de actuación que permitirán conocer lo que la empresa espera de cada uno de los empleados, sirviendo además de guía personalizada para el desarrollo profesional.

En 2005, las empresas del Grupo Telefónica participaron en un proceso de valoración que consistió, al menos, en la autoevaluación y en la valoración de sus responsables jerárquicos. El resultado de esta valoración permitió la identificación de las áreas de mejora de cada empleado y de las acciones adecuadas para desarrollarse cada año.

Durante 2005, excluyendo Atento, más de 78.361 empleados del Grupo Telefónica fueron evaluados en base a sus competencias. Esto supuso la consolidación del modelo frente a los 68.677 de 2004 y los 35.758 de 2003.

Telefónica sigue avanzando en la gestión por competencias, integrándolas dentro de los distintos sistemas de gestión de recursos humanos (selección, formación, desarrollo...), gracias a un modelo de competencias corporativas que facilita la movilidad horizontal y vertical entre áreas, unidades y países, impulsando el desarrollo organizativo y mejorando la adecuación de las capacidades personales.

El desarrollo de competencias pretende impulsar un proceso de evolución cultural hacia un modelo profesional de mayor empleabilidad, facilitando la eficiencia, la visión de cliente interno y la empatía transfuncional. Así, todos los empleados del Grupo tienen acceso a un portal de formación donde existe un apartado de autodesarrollo de competencias corporativas en el que puede encontrar múltiples acciones para elevar su nivel de habilidad en las competencias:

Horas de formación por empleado y línea de negocio

	2005			2004		
	Directivos	Mando intermedio	Resto de plantilla	Directivos	Mando intermedio	Resto de plantilla
Negocio fija España	46	187	44	48	187	40
Negocio fija Latinoamérica	29	69	32	50	48	31
Negocio móviles	54	38	39	123	58	71
Negocio directorios	27	67	30	145	132	35
Grupo T-Gestiona	21	57	31	-	-	-
Otras empresas	13	12	7	38	95	25
Negocio Atento	-	-	64	-	-	84

Por otra parte, el área de Recursos Humanos de Telefónica está avanzando en un proyecto de implantación de un modelo de valoración 360º a los directivos del Grupo, que hasta el momento se ha completado con la evaluación del talento directivo en 2005 y el proceso de feedback mínimo de 180º. La valoración 360º supone la evaluación de un profesional por parte de sus superiores, las personas que dependen de él y de las personas que trabajan al mismo nivel, complementando el proceso de autoevaluación. Está previsto que durante el próximo ejercicio, se desarrollen una serie de políticas corporativas sobre esta iniciativa.

Formación

El Grupo Telefónica invirtió en 2005 más de 70 millones de euros en la formación de sus empleados, lo que supone un promedio de 380 euros por empleado. Los profesionales del Grupo Telefónica dedicaron más de nueve millones de horas de formación en el año 2005, lo que supone un crecimiento absoluto del 5%. Por líneas de negocio destaca un año más el esfuerzo de Atento con más de cinco millones y medio de horas de formación a sus empleados. Si se considera el Grupo Telefónica sin contar con la compañía de relación con el cliente el crecimiento absoluto en horas de formación se sitúa en el 15%.

Las horas anuales de formación por empleado equivalente superan las 48, que se descomponen en 33 horas por directivo, 58 por mando intermedio y 48 para el resto de la plantilla. El descenso sufrido respecto a las 60 horas del 2004 por empleado se debe fundamentalmente a la menor intensidad formativa en los negocios de telefonía móvil y directorios, unido al efecto de las acciones formativas específicas para mandos intermedios

desarrolladas por Telefónica de España en 2004.

El número de alumnos individuales supera los 650.000 (600.000 en 2004), lo que supone un promedio superior a tres acciones formativas por cada empleado. Si se considera el resto de la plantilla (sin considerar Atento), la distribución de las horas por funciones sitúa las horas de formación en 37 horas para los empleados que desempeñan funciones comerciales, 38 para los que tienen funciones operativas y 30 para los profesionales de apoyo.

Durante 2005 Telefónica ha impulsado la orientación comercial de su plantilla a través de varios programas formativos. A través del programa de Directivos: "Transformando la organización hacia el cliente", ya iniciado en el 2004 y realizado por más de 1.000 directivos de todos los negocios del Grupo e impartido en España, Argentina, Brasil, Chile, Perú y México, se profundiza sobre la importancia de convertir a Telefónica en un operador de creación de soluciones de valor para los clientes. Por su parte, el Itinerario formativo: "Compromiso con nuestros clientes" era completado por más de 5.000 mandos medios de Grupo en los principales países con presencia (Argentina, Brasil, Chile y Perú). Este programa ha contribuido a mejorar en los asistentes las habilidades y conocimientos necesarios para responder con éxito al compromiso de todas la organización hacia una mayor orientación al cliente. Como acciones destinadas a todos los empleados del Grupo, es de destacar el acceso a cursos específicos para mejorar la orientación comercial a través del Portal de formación.

Esta orientación comercial de la formación ha contribuido a que los distintos negocios del Grupo, hayan reforzado esta

capacitación comercial con acciones específicas. Destacan la revitalización de la figura del profesor colaborador y las Escuelas de Ventas de Telefónica de España y los programas asociados a la iniciativa "Compromiso Cliente de Telefónica Internacional". La formación de los empleados de Atento, por su parte, es particularmente intensiva debido a la dimensión de su plantilla, a su mayor rotación de profesionales frente a otras compañías del Grupo Telefónica y a las especiales características de la actividad desarrollada en sus operaciones. Los empleados de Atento adquieren tanto formación en el manejo de las aplicaciones informáticas para registrar sus contactos con los clientes, como relacionada directamente con la atención al cliente.

Número de empleados con planes de formación personalizados¹

España	35.242
Latinoamerica	7.441
Argentina	1.858
Brasil	1.576
Chile	N.D.
Peru	1.060
México	153
Colombia	430
Venezuela	2.364
Resto america	367
Total	43.050

¹ Incluye Atento

En su aspiración de ser el mayor y mejor grupo integrado de telecomunicaciones del mundo Telefónica se ha fijado el reto de convertirse en la mejor opción de futuro para todos sus profesionales. Telefónica se ha marcado el objetivo de poner en marcha el plan de formación individualizado en el ejercicio 2006.

Evolución encuesta clima laboral

Datos en porcentaje	2004	2005
Directivos	73	78
Mandos Intermedios	63	64
Colaboradores	48	57
Telefónica	55	59

Presentado sobre las 29 preguntas homogéneas de 2004



En cuanto a la formación *online*, en 2005, los profesionales del Grupo Telefónica (excluyendo Atento por las características específicas de sus programas de formación) han desarrollado el 20% de su formación a través de dichas herramientas *online*, destacando su adopción en *tgestiona* (donde la formación llega al 38% de la formación total). El número de alumnos inscritos a los servicios de formación *online* supera los 130.000, siendo destacable el número de horas síncronas de formación a través del aula virtual (centra) que alcanza las 8.460 y que permite combinar voz e imagen, compartir aplicaciones, trabajar en grupo, realizar encuestas o evaluaciones en vivo, etc.

Clima laboral

En noviembre de 2005 se iniciaba la segunda aplicación de la encuesta común de clima en Telefónica. Además de los 7 indicadores corporativos que se midieron en 2004 (Claridad de la Comunicación, Liderazgo del Jefe Inmediato, Confianza en la Dirección, Desarrollo Profesional, Orientación al Cliente, Colaboración Interna y Percepción sobre el Grupo) se ha incluido cuatro preguntas adicionales (pasando de 29 a 33) para obtener un nuevo indicador para medir la Innovación en las empresas del Grupo.

Han participado en la encuesta 66 empresas (19 más que en 2004) y se ha obtenido una participación del 71% (10 puntos más que en 2004). Para 2005 se estableció el objetivo de incrementar un 5% el Índice de Satisfacción Global y se ha sobrepasado, incrementado un 7,11% (3,91 puntos porcentuales, pasando de 55% a 58,91%). Si se consideran los 4 valores introducidos en 2005 (llegando a 33 cuestiones) el valor de satisfacción resultante se sitúa en un 58%.

La mejora más importante (incremento medio de 9 puntos porcentuales) se ha producido en las percepciones de los colaboradores, especialmente en los aspectos referentes a la Claridad de la Comunicación y la Confianza en la Dirección. Con este avance se reduce la distancia entre las percepciones de la Dirección y de los Colaboradores. La mejora en el colectivo de Directivos se ha observado fundamentalmente en temas relacionados con la Colaboración interna y el Desarrollo profesional.

Tras la comunicación de resultados a todos los empleados, en 2006 se comenzará el diseño de los planes de acción para la mejora del clima. Las líneas prioritarias de actuación sobre las que se centrarán los planes de acción para la mejora del clima son: Desarrollo Profesional, Liderazgo, Innovación y Orientación al Cliente.

Observatorio de Clima Laboral

Durante el año 2004 se constituyó el Observatorio de Clima, un grupo de trabajo compuesto por los responsables de clima laboral de las principales empresas de Telefónica. Su misión es compartir e impulsar iniciativas de mejora del clima laboral en el Grupo y, en definitiva, proporcionar un espacio de debate e innovación que ayude a avanzar en la satisfacción de los empleados y en su motivación por el proyecto de futuro de Telefónica. El Observatorio de Clima inició sus pasos en España y se ha replicado también en Argentina, Brasil, Chile y Perú.



Telefónica ha ido adaptando su estructura organizativa de acuerdo con su orientación comercial y el desarrollo de las sinergias de Grupo

Estructura del Grupo*

Grupo Telefónica

	% Part
Telefónica de España	100,00%
Telefónica Móviles ¹	92,46%
Telefónica Latinoamérica	100,00%
Grupo TPI	59,90%
Telefónica de Contenidos	100,00%
Grupo Atento	91,35%
Cesky Telecom	69,41%

¹ Participación efectiva: 92,91%. Incluye el Plan de opciones sobre acciones de Telefónica Móviles, S.A. ("Programa MOS").

Grupo Telefónica de España

	% Part
Telyco	100,00%
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,00%
Telefónica Soluciones Sectoriales	100,00%
Telefónica Empresas España	100,00%
Terra Networks España ¹	100,00%
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,00%

¹ Telefónica, S.A. posee el 100%

Grupo Telefónica Latino América

	% Part
Telesp	87,49%
Telefónica del Perú	98,19%
Telefónica de Argentina	98,03%
TLD Puerto Rico	98,00%
CTC Chile	44,89%
Terra Networks Perú	99,99%
Terra Networks México	99,99%
Terra Networks USA	100,00%
Terra Networks Guatemala	100,00%
Terra Networks Venezuela	100,00%
Terra Networks Brasil	100,00%
Terra Networks Argentina	99,99%
Terra Networks Chile	100,00%
Terra Networks Colombia	99,99%
Telefónica Data Colombia	100,00%
Telefónica Empresas Brasil	93,98%
Telefónica Empresas Perú	97,07%
Telefónica Data Argentina	97,92%
Telefónica Data USA	100,00%
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) ¹	100,00%

¹ Telefónica, S.A. posee el 92,51% y Telefónica DataCorp el 7,49%.

Otras Participaciones

	% Part
Lycos Europe	32,10%
Sogecable ¹	23,83%
Portugal Telecom ²	9,84%
China Netcom Group ³	5,00%
BBVA	1,07%
Amper	6,10%
Telepizza	4,13%

¹ Telefónica de Contenidos, S.A. tiene el 22,23% y Telefónica, S.A. el 1,60%.

² Porcentaje efectivo del Grupo Telefónica. Si no tuviésemos en cuenta los intereses minoritarios, el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería del 9,96%.

³ Sociedad participada por Telefónica Latinoamérica



Grupo Telefónica Móviles

	% Part
Telefónica Móviles España	100,00%
Brasilsel ¹	50,00%
TCP Argentina	100,00%
TEM Perú	98,03%
T. Móviles México	100,00%
TM Chile	100,00%
TEM El Salvador	99,02%
TEM Guatemala	100,00%
Telcel (Venezuela)	100,00%
TEM Colombia	100,00%
TEM Guatemala y Cía	100,00%
Otecel (Ecuador)	100,00%
TEM Panamá	99,98%
Abiatar (Uruguay)	100,00%
Telefonía Celular Nicaragua	100,00%
Radiocomunicac. Móviles SA (Arg)	100,00%
Telefónica Móviles Chile	100,00%
Group 3G (Alemania)	57,20%
IPSE 2000 (Italia) ²	45,59%
3G Mobile AG (Suiza)	100,00%
Medi Telecom	32,18%
Telefónica Móviles Interacciona 100,00%	-
Mobipay España	13,36%
Mobipay Internacional	50,00%
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile)	100,00%
Tempos 21 ³	38,50%

¹ Joint Venture que consolida por el método de integración global TeleSudeste Celular Participações, Celular CRT Participações, TeleLeste Celular Participações y Telesp Celular Participações. Telesp Celular Participações incluye por integración global Global Telecom Participações y TeleCentro Oeste Participações.

Las participaciones que consolida Brasilsel en sus filiales son las siguientes: TeleSudeste Celular Participações 91,0%; Telesp Celular Participações 66,1%; Global Telecom Participações 66,1%; Celular CRT Participações 66,4%; TeleLeste Celular Participações 50,7% y TeleCentro Oeste Participações 34,7%.

² Adicionalmente el Grupo Telefónica posee un 4,08% de IPSE 2000 a través de Telefónica DataCorp.

³ En Junio 2005, y con efectos retroactivos desde el 1 de Enero 2005 se consolida Tempos 21 por el método de puesta en equivalencia.

Grupo TPI - Páginas amarillas

	% Part
TPI Edita	100,00%
Publiguias (Chile)	100,00%
TPI Brasil	100,00%
TPI Perú	100,00%
Teleinver (Argentina)	100,00%
11888 Servicios de Consulta Telefónica	100,00%
Services de Renseig. T. (Francia)	100,00%
Servizio di Consultazione Telefonica, S.R.L. (Italia)	100,00%

Grupo Atento

	% Part
Atento Teleservicios España, S.A.	100,00%
Atento Brasil, S.A.	100,00%
Atento Argentina, S.A.	100,00%
Atento de Guatemala, S.A.	100,00%
Atento Mexicana, S.A. de C.V.	100,00%
Atento Perú, S.A.C.	99,46%
Atento Chile, S.A.	77,60%
Atento Maroc, S.A.	100,00%
Atento El Salvador, S.A. de C.V.	100,00%

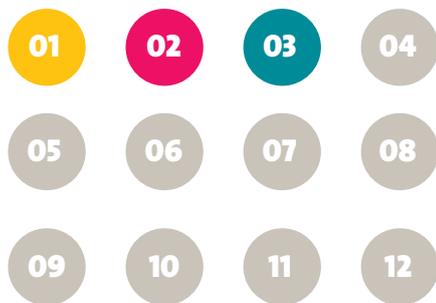
Grupo Telefónica de contenidos

	% Part
Telefé	100,00%
Endemol ¹	99,70%
Telefónica Servicios de Música	100,00%
Telefónica Servicios Audiovisuales	100,00%
Hispasat	13,23%

¹ Sociedad participada por Telefónica, S.A.



BellSouth, Cesky Telecom
y O2 han sido los grandes
protagonistas de los hitos
más importantes del año



Cronología

Enero

Telefónica de España rebasa la cifra de 2.600.000 líneas ADSL en funcionamiento y 345 puntos de servicio Wi-Fi.

Telefónica presenta la quinta edición del informe "La Sociedad de la Información en España", correspondiente al año 2004.

El Servicio de Mensajes de Texto de Telefónica de España supera los 50 millones, con un incremento del 217% respecto al año anterior.

Fundación Telefónica presenta la Colección "El Cubismo y sus entornos" con más de 40 obras maestras.

La presidenta de la Comunidad de Madrid inaugura oficialmente, en la futura sede de Telefónica en distrito C, las obras del proyecto de Metronorte.

Telesp Celular Participações realiza con éxito su ampliación de capital.

El Consejo de Administración de Telefónica decide aumentar la política de retribución al accionista. Propone el pago de un dividendo de 0,5 Euros por acción.

César Alierta clausura la Convención anual de Directivos de Telefónica de España.

Febrero

Telefónica de España suscribe un acuerdo con la Representación de los Trabajadores para una prueba piloto de teletrabajo.

Telefónica de España ofrece las nuevas tarjetas prepago Zona ADSL Wi-Fi a través de los 6.988 cajeros automáticos de la "La Caixa".

La última edición de los Premios Mundiales de Páginas Web de Relaciones con Inversores y Memorias Anuales *Online* otorga el primer y segundo premio en España, respectivamente.

Las páginas en Internet de Accionistas e Inversores de Telefónica S.A. y de Telefónica Móviles S.A. y el Informe Anual *Online* en España obtienen los Premios Mundiales de Páginas Web de Relaciones con Inversores y Memorias Anuales *Online*.

Telefónica acuerda proponer a Terra Networks el inicio de negociaciones encaminadas a una posible fusión entre ambas sociedades. Más tarde, el Consejo de Administración aprueba el proyecto de fusión.

César Alierta clausura la convención de Telefónica Móviles destacando las sinergias de la compra de los activos de BellSouth en Latinoamérica.

El Centro de Relación con el Cliente de Telefónica Móviles España gana el primer Premio a la Excelencia del sector que concede Izo System.

TME presenta el primer catálogo del sector de las telecomunicaciones sobre "Servicios móviles para la integración social".

Marzo

Telefónica de España comercializa ADSL y terminales inalámbricos en las grandes superficies comerciales. Por otra parte, Imagenio es premiado como mejor idea innovadora por la revista Actualidad Económica.

AUTELSI otorga a Telefónica Móviles España el premio en la categoría de Ciudad Digital por su proyecto Ciudad Móvil.

Telefónica Internacional supera el millón y medio de líneas ADSL en funcionamiento.

La web de Telefónica en España (www.telefonica.es) aumenta un 21 por 100 el número de visitantes únicos.

Telefónica Internacional celebra su II Convención de directivos del Programa "Compromiso Cliente".

El Grupo Telefónica, a través de Adquiria España, alcanza compras electrónicas por valor de 4.000 millones de euros.

Telefónica de España, a través de TIWS, se adhiere a la asociación internacional Wireless Broadband Alliance (WBA).



01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

Abril

Telefónica Móviles unifica la imagen de sus operaciones en 13 países de habla hispana bajo la marca movistar, lo que constituye una operación sin precedentes en el mercado de las telecomunicaciones.

César Alierta preside la primera reunión del programa "Alianza Brasil-España".

El Gobierno de la República Checa aprueba la venta a Telefónica del 51,1% de su participación en la operadora Cesky Telecom.

El Callejero de Paginasamarillas.es obtiene el Premio al Mejor Web que concede anualmente la Asociación de Usuarios de Internet (AUI).

Telefónica constituye en Valencia el Consejo de la Comunidad Valenciana de Telefónica.

Telefónica I+D es galardonada con el IX Premio Capital Humano a la Gestión de Recursos Humanos 2005.

César Alierta asegura a los inversores que en 2008 la compañía alcanzará los 8 millones de clientes de ADSL y que el 40% del total de clientes de móviles en España operen con terminales de UMTS.

Se cumplen 80 años de la presencia de Telefónica en la Bolsa de Madrid. César Alierta participa el día 27 de abril en el acto simbólico de apertura del parque.

Mayo

La Junta de Telefónica Móviles aprueba la distribución de un dividendo fijo por importe de 0,193 euros brutos.

España supera los tres millones de líneas ADSL en funcionamiento.

Telefónica Empresas culmina la migración de su red de interconexión con la Red Telefónica Conmutada a una red de nueva generación.

Telefónica participa en la III Feria de Acción Social de la Empresa.

Iberia y Telefónica Empresas se responsabiliza de la gestión y operación de las comunicaciones de Iberia.

Fernando Xavier Ferreira nuevo presidente del Consejo de Brasilcel y Roberto de Oliveira al frente de Vivo.

El anuncio televisivo "Oficina", de Telefónica Móviles España recibe un Ampe de Plata.

La Junta General de Accionistas de Telefónica aprobó la fusión con Terra Networks.

Junio

Terra Networks celebra en Barcelona su Junta General Ordinaria de Accionistas en la que aprueba la fusión entre Telefónica y Terra Networks.

Telefónica Wholesale amplía su cobertura en Europa a través de la red de la operadora holandesa KPN.

Telefónica Móviles España, primer operador español que realiza una demostración en un entorno real de tecnología HSDPA, la nueva versión del estándar UMTS.

César Alierta traslada a Álvaro Uribe, presidente de Colombia, la importancia estratégica que tiene Colombia para el Grupo Telefónica.

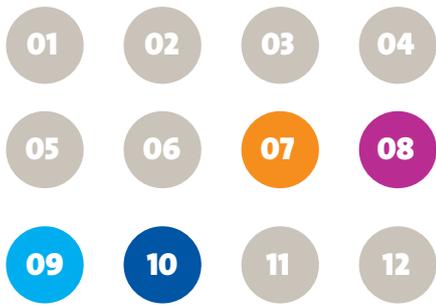
La Comisión Europea autoriza la operación de concentración por la que Telefónica toma el control sobre la operadora checa de telecomunicaciones Cesky Telecom.

Telefónica se suma a la iniciativa Connect the World, lanzada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Telefónica presenta, por tercer año consecutivo, su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

La nueva sede de Telefónica resulta elegida mejor proyecto urbanístico de España y, además, recibe el premio especial al mejor concepto arquitectónico en los premios del diario económico La Gaceta de los Negocios.

Telefónica adquiere el 2,99% del capital social de la compañía china de telecomunicaciones, China Netcom (CNC) y anuncia su intención de alcanzar hasta un 5 % de su capital.



Julio - Agosto

Telefónica presenta ante la Comisión de Valores checa una oferta pública de adquisición obligatoria sobre el restante 48,9% de acciones de Cesky Telecom.

El Ministerio de Industria publica el "Informe sobre la calidad del Servicio Telefónico Fijo en España", donde se reconoce que Telefónica de España mantiene unos elevados niveles de calidad de servicio.

La Unión Temporal de Empresas formada por Telefónica, Indra, y Software AG adjudicatarios de la definición y el desarrollo del DNI Electrónico Español.

Telefónica Móviles, a través de Vivo, lanza los primeros servicios del mercado brasileño en terminales móviles basados en tecnología de Tercera Generación.

Médi Telecom obtiene una licencia de telefonía fija en Marruecos.

Telefónica de España finaliza la primera fase de despliegue de Imagenio en todo el territorio nacional.

Telefónica pone en marcha un plan de potenciación de sus actividades y estructura en Catalunya.

Telefónica anuncia que instalará en la nueva sede que está construyendo en Madrid (distrito C), el mayor parque productor de energía solar de Europa y uno de los mayores del mundo sobre cubierta.

Septiembre

Un informe realizado por la Unión de Consumidores de España (UCE) destaca las ventajas de Imagenio sobre la oferta de televisión por cable.

César Alierta asegura en los cursos de Santander que el sector de las telecomunicaciones es clave en la globalización y la convergencia de tecnologías.

La Cámara de Comercio de España-Estados Unidos entrega al presidente de Telefónica el premio "The Global Spanish Entrepreneur" como reconocimiento al Grupo Telefónica por su reciente entrada en el índice bursátil Dow Jones Global Titans 50 de Nueva York.

Telefónica Móviles pasa a formar parte del prestigioso índice bursátil FTSEurofirst 300 que incluye a las 300 compañías europeas con mayor capitalización del índice FTSE Developed Europe.

Telefónica crea un órgano asesor que refuerza el nuevo Modelo de Innovación Tecnológica del Grupo y que establece un nuevo marco en el desarrollo de su actividad de I+D+i.

Telefónica es incluida en los índices europeo y mundial del Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

Telefónica anuncia que su participación final en Cesky Telecom asciende al 69,4 ciento tras concluir su OPA sobre la operadora checa.

TPI-Páginas Amarillas anuncia que comenzará a operar en Italia a través de su filial 1288 Servizio di Consultazione Telefonica.

Octubre

Telefónica participa en el Broadband World Forum Europe 2005, el encuentro internacional que reúne a los principales agentes del negocio de la banda ancha.

El Ministerio de Industria publica un estudio sobre la calidad del servicio en el sector de la telefonía móvil donde destaca movistar.

Telefónica de España alcanza las 100.000 conexiones de Imagenio.

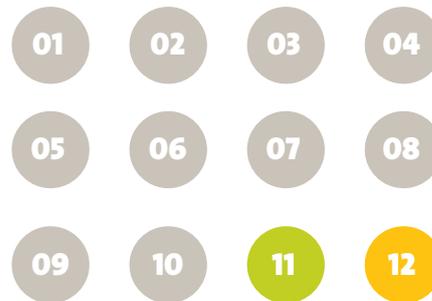
Telefónica Móviles España, Abertis Telecom, Nokia y las principales cadenas de TV se unen para realizar las primeras pruebas de televisión digital en el móvil.

César Alierta reclama en el Parlamento Europeo la necesidad de un marco regulatorio que favorezca la inversión por parte de las empresas del sector.

www.telefonica.es obtiene la mayor puntuación en el tratamiento de la acción social, según un informe de Empresa y Sociedad.

Telefónica de España finaliza el segundo proceso de duplicación gratuita de velocidad de sus líneas ADSL.

Telefónica anuncia el lanzamiento de una Oferta Vinculante para la Adquisición de la compañía inglesa O2 plc. El Consejo de O2 plc anuncia que recomienda por unanimidad que sus accionistas acepten la oferta de Telefónica.



Noviembre

Más de 2.000 profesionales de la educación se reúnen en el III Congreso Internacional de EducaRed convocado por Fundación Telefónica.

Telefónica Internacional aumenta en un 57% el número de líneas ADSL (Speedy en Latinoamérica) alcanzando los 2 millones.

Las veintidós academias de la lengua española presentan el Diccionario Panhispánico de Dudas, patrocinado por Telefónica.

Telefónica de Argentina es premiada por su Buen Gobierno Corporativo. Por su parte, el Grupo Telefónica presenta en Chile el primer informe de Responsabilidad Corporativa del país.

El presidente de China, Hu Jintao, visita las instalaciones del Centro Nacional de Supervisión y Operación (CNSO) de Aravaca, Madrid.

Telefónica de España abre su servicio de roaming Wi-Fi con Telecom Italia y PT Wi-Fi (Grupo Portugal Telecom).

Telefónica participa en Túnez en la segunda fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información que, impulsada por las Naciones Unidas.

Telefónica y NTT DoCoMo analizan las diferentes vías de reforzamiento de la alianza estratégica que mantienen ambos grupos.

Telefónica Móviles alcanza un acuerdo con Research in Motion (RIM) para lanzar BlackBerry en 13 países latinoamericanos.

Diciembre

TPI lanza en pruebas Noxtrum, un buscador en Internet, dotado de tecnología propia.

Telefónica Móviles España anuncia que el mercado español de los servicios de datos por móvil generará unos ingresos anuales superiores a los 350 millones de euros.

Telefónica, MRW y Caja Madrid destacan como las entidades mejor percibidas por su acción social, según una encuesta de la Fundación Empresa y Sociedad.

Telefónica es galardonada con cuatro premios de AUTELESI (Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información).

Telefónica presenta la sexta edición del informe La Sociedad de la Información en España correspondiente a 2005. Telefónica de España presenta el proyecto "Una factura, un árbol", una iniciativa que plantará un árbol por cada cliente que suscriba el servicio e-factura.

Telefónica Internacional anuncia una nueva estructura organizativa que tiene el objetivo de avanzar en su funcionamiento como una única compañía en Latinoamérica.

El Ministerio de Administraciones Públicas renueva la imagen de Loterías y Apuestas del Estado en Internet, de la mano de Telefónica Empresas.

Telefónica Móviles alcanza un acuerdo con su socio Alejandro Burillo, para adquirir el 8% del capital de Telefónica Móviles México.

Telefónica lanza Perú Mágico, un nuevo canal internacional de televisión por cable para Estados Unidos, Canadá, América Latina y España.

Imagenio alcanza los 200.000 clientes.

Telefónica adapta su estructura directiva a la nueva proyección de objetivos del Grupo. Se crea la nueva D. G. de Coordinación, Desarrollo del Negocio y Sinergias que ocupa Julio Linares y se nombra a Luis Lada como Presidente de Telefónica de España.

Información al accionista

02

En 2005, Telefónica ha reforzado su objetivo de situarse como la mejor combinación del sector en crecimiento y rentabilidad para el accionista.

02 01	Información al accionista	64
02 02	Gestión del Riesgo	70
02 03	Gobierno Corporativo	82



Información al accionista

Retribución al accionista en el año 2005

En el ejercicio 2005, el Grupo Telefónica ha reforzado el objetivo estratégico de situarse como la mejor combinación en el sector de telecomunicaciones en términos de crecimiento y rentabilidad para el accionista. En este sentido, la política de remuneración al accionista durante el año 2005 ha continuado progresando y se sitúa como una de las más atractivas del sector, reafirmando después de la compra de O2, anunciada en octubre de 2005. En 2005 se ha pagado un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2004 de 0,5 euros por acción, se han distribuido acciones propias de Telefónica, S.A., representativas del 4% del capital social y se ha progresado en el programa de recompra de acciones. A 30 de marzo de 2006, la posición de autocartera de la Compañía, asciende al 4,868% del capital social.

Las medidas adoptadas y aprobadas por la pasada Junta General de Accionistas de 31 de mayo de 2005 fueron las siguientes:

- El pago de un dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2004, por un importe fijo de 0,23 euros brutos por acción. El pago de dicho dividendo se realizó el 13 de mayo de 2005.
- La distribución de acciones propias de Telefónica, S.A., en la proporción de una acción de autocartera por cada veinticinco acciones de que fuera titular el accionista, con cargo a la reserva por prima de emisión. El reparto consistió en un máximo de 190.611.206 acciones.
- El pago de un dividendo con cargo a la reserva de prima de emisión, por un importe fijo de 0,27 euros por acción. El pago de dicho dividendo se realizó el 11 de noviembre de 2005.

En la Conferencia de Inversores celebrada en Valencia en mayo de 2006, Telefónica ha anunciado que tiene como objetivos para el ejercicio 2009 el duplicar el beneficio por acción y el dividendo, partiendo de las cifras respectivas de 0,91 euros y 0,50 euros por acción correspondientes al ejercicio 2005. Asimismo, el Presidente de Telefónica presentará al Consejo de Administración, la propuesta de abonar un dividendo a cuenta de 0,30 euros por acción con cargo a los resultados del ejercicio 2006, que se abonarán en noviembre de 2006. Esta remuneración se complementará con otra de 0,30 euros por acción a pagar en el primer semestre de 2007. Adicionalmente, y hasta el final de 2007, la Compañía ha decidido limitar a 1.500 millones de euros las nuevas adquisiciones netas, adicionales a las ya anunciadas, sin emitir nuevas acciones para ello, destinando las acciones a adquirir para completar el vigente programa de recompra a su posterior amortización.

Evolución de la acción en 2005

El sector de telecomunicaciones europeo ha registrado en 2005 un comportamiento contrario a las bolsas internacionales, al terminar el ejercicio con una rentabilidad negativa del 1,8%. Este peor comportamiento relativo también ha sido diferente del resto de sectores en Europa, habiendo finalizado todos con rentabilidades positivas, en un entorno macroeconómico más favorable para otros sectores y exentos de la percepción de una mayor incertidumbre del sector de telecomunicaciones. Entre los principales riesgos asociados a las operadoras de telecomunicaciones en 2005 merece destacarse el riesgo de fusiones y adquisiciones, tanto en efectivo como en acciones, con la consiguiente incertidumbre sobre los futuros niveles de remuneración al accionista, además de las incertidumbres asociadas a una mayor competencia, la tecnología y la regulación.

En este contexto, la evolución bursátil de las compañías de telecomunicaciones ha sido en general negativa, a excepción de las compañías consideradas objetivo de ser compradas (TDC +62,9%, OTE y Telekom Austria +36,2%, KPN +21,2%). Sin embargo, Telefónica ha sido la operadora con mejor comportamiento relativo respecto a sus comparables, al presentar una rentabilidad negativa del 8,3% frente a las caídas de Telecom Italia (-18,3%), Deutsche Telekom (-15,4%), France Telecom (-13,5%) y Vodafone (-11,2%).

El volumen medio diario de negociación en 2005 de Telefónica en el mercado español ha sido de 44,5 millones de acciones, superior a los 41,4 millones de títulos del ejercicio anterior. La capitalización bursátil de la Compañía a cierre de 2005 ascendía a 62.548 millones de euros (74.113 millones de dólares).

Bolsas de valores donde están admitidas a cotización las acciones de Telefónica

- Mercado Continuo español (dentro del selectivo Índice “Ibex 35”) y en las cuatro Bolsas de valores españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia)
- Bolsa de Londres
- Bolsa de París
- Bolsa de Frankfurt
- Bolsa de Tokio
- Bolsa de Nueva York
- Bolsa de Buenos Aires
- Bolsa de Lima
- Bolsa de Sao Paulo

Rentabilidad para el accionista

Un accionista que hubiera adquirido 100 acciones a 1 de enero de 2005 habría obtenido una rentabilidad del -0,94% en el ejercicio 2005, fundamentalmente por la negativa evolución bursátil registrada en el año 2005 que afectó a todo el sector de las telecomunicaciones, habiendo obtenido por su inversión 4 acciones adicionales por la distribución de acciones propias de Telefónica S.A. en la proporción de 1x25, y 51,08 euros en concepto de dividendos.

Capital social de la Compañía

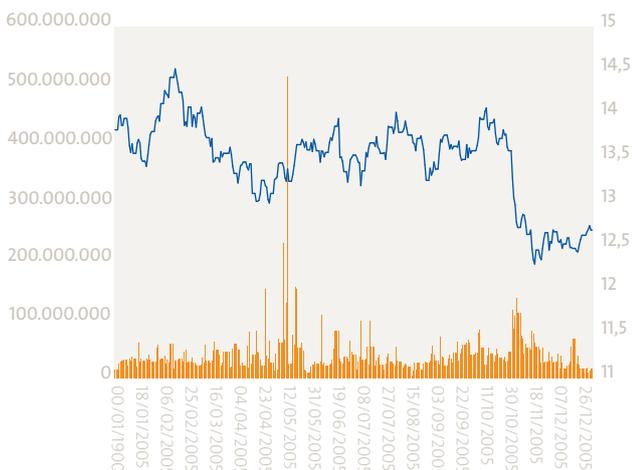
La última modificación del capital tuvo lugar en el mes de junio de 2005 como consecuencia de la reducción del mismo mediante la amortización de acciones propias en autocartera (por importe de 34.760.964 euros), que situó la cifra del capital social en 4.921.130.397 euros, cifra que se ha mantenido a lo largo del ejercicio 2005.

Número de accionistas

De acuerdo con la información obtenida de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores (Iberclear) con fecha 3 de abril de 2006, el número de accionistas de Telefónica, según registros individualizados a favor tanto de personas físicas como de personas jurídicas, ascendía a 1.570.039 accionistas.

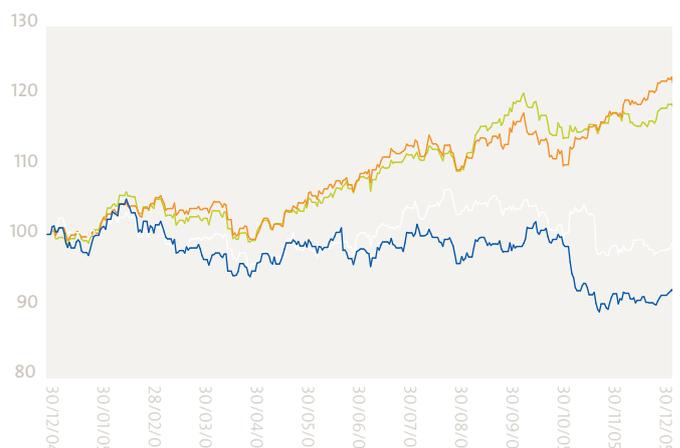
Precio / Volumen

- Número de acciones
- Precio



Evolución bursátil en 2005

- Telefónica
- DJ euro stoxx telecommunications
- DJ euro stoxx 50
- IBEX 35



Compra de 100 acciones de Telefónica el 1 de enero de 2005

Rentabilidad por acción 2005

	Nº acciones	Importe neto
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2005	100	1.386€
Dividendo en efectivo 13 mayo 2005	100	0,23€/acción
Dividendo en especie en junio entrega 1x25 acciones	104	-
Dividendo en efectivo 11 noviembre 2005	104	0,27€/acción
Valor de 104 acciones el 1 de enero de 2006		1.321,8 €
Valor total del portafolio compuesto por 104 acciones		1.372,9€
Rentabilidad 2005		(0,94) %

Participaciones significativas¹

En la medida en que las acciones de Telefónica están representadas mediante anotaciones en cuenta, no existiendo, por tanto, un registro de accionistas mantenido por la propia Compañía, no se puede conocer con exactitud la estructura de propiedad de la misma.

En cualquier caso, de acuerdo con la información existente en la Compañía, se puede decir que no existe ninguna persona

física o jurídica que directa o indirectamente, aislada o conjuntamente, ejerza o pueda ejercer control sobre Telefónica, en los términos establecidos en el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores.

Existen, sin embargo, determinados accionistas que son titulares de participaciones que pueden considerarse significativas, en el sentido de la Orden Ministerial 3722/2003, de 26 de diciembre, y que son los siguientes:

	Total		Participación directa		Participación indirecta	
	Porcentaje	Acciones	Porcentaje	Acciones	Porcentaje	Acciones
BBVA	6,63%	326.349.743	6,63%	326.256.235	0,00%	93.508
La Caixa	5,09%	250.466.066	1,41%	69.406.501	3,68%	181.059.565

Participaciones accionariales de los miembros del Consejo de Administración¹

Nombre	Titularidad Directa	Titularidad Indirecta	Número de acciones poseídas
D. César Alierta Izuel	923.200	78.000	1.001.200
D. Isidro Fainé Casas	144.978	0	144.978
D. Gregorio Villalabeitia Galarraga	55	0	55
D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda	3.849	0	3.849
D. Maximino Carpio García	8.069	0	8.069
D. Carlos Colomer Casellas	564	22.450	23.014
D. Alfonso Ferrari Herrero	1.883	103.480	105.363
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	39.476	150.000	189.476
D. Miguel Horta e Costa	368	0	368
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera	401	0	401
D. Luis Lada Díaz	31.200	0	31.200
D. Julio Linares López	24.420	2.067	26.487
D. Antonio Massanell Lavilla	2.190	667	2.857
D. Vitalino Manuel Nafría Aznar	300	0	300
D. Enrique Used Aznar	20.228	34.000	54.228
D. Mario Eduardo Vázquez	10	0	10
D. Antonio Viana-Baptista	22.873	0	22.873
Total	1.224.064	390.664	1.614.728

¹ 31/12/2005



Telefónica ha mantenido una prudente cobertura de sus riesgos financieros en 2005, a un precio razonable, bajando el coste medio de su deuda

Gestión del Riesgo

El Grupo Telefónica está expuesto a diversos riesgos de mercado financiero, como consecuencia de (i) sus negocios ordinarios, (ii) la deuda tomada para financiar sus negocios, (iii) participaciones en empresas, y (iv) otros instrumentos financieros relacionados con los puntos precedentes.

Los principales riesgos de mercado que afectan a las sociedades del Grupo, son:

- **Riesgo de tipo de cambio.**
Surge principalmente por la presencia internacional de Telefónica, con inversiones y negocios en países con monedas distintas del euro (fundamentalmente en Latinoamérica, pero también en Chequia y, a partir de 2006, en el Reino Unido), y por la existencia de deuda en divisas distintas de las de los países donde se realizan los negocios, o donde radican las sociedades que han tomado la deuda.
- **Riesgo de tipo de interés.**
Se manifiesta en la variación de (i) los costes financieros de la deuda a tipo variable (o con vencimiento a corto plazo, y previsible renovación), como consecuencia de la fluctuación de los tipos de interés, y de (ii) el valor de los pasivos a largo plazo con tipos de interés fijo (cuyo valor de mercado sube al descender los tipos de interés).
- **Riesgo de precio de acciones.**
Se debe a la variación de valor de las participaciones accionariales que pueden ser objeto de transacciones, de los productos derivados sobre las mismas, de las acciones propias en cartera, y de los derivados sobre acciones.

Adicionalmente el Grupo se enfrenta al riesgo de liquidez, que surge por la posibilidad de desajuste entre las necesidades de fondos (por gastos

operativos y financieros, inversiones, vencimientos de deudas, y dividendos comprometidos) y las fuentes de los mismos (ingresos, desinversiones, compromisos de financiación por entidades financieras, y operaciones en mercados de capitales). El coste de la obtención de fondos puede asimismo verse afectado por variaciones en los márgenes crediticios (sobre los tipos de referencia) requeridos por los prestamistas.

Por último, cabe resaltar el denominado “riesgo país” (entremezclado con los riesgos de mercado y de liquidez) que consiste en la posibilidad de pérdida de valor de los activos o de disminución de los flujos generados o enviados a la matriz, como consecuencia de inestabilidad política, económica, y social en los países donde opera el Grupo Telefónica, especialmente en Latinoamérica.

El Grupo Telefónica gestiona activamente los riesgos mencionados, con la finalidad de estabilizar:

- los flujos de caja, para facilitar la planificación financiera y el aprovechamiento de oportunidades de inversión,
- la Cuenta de Resultados, para facilitar su comprensión y predicción por los inversores,
- el valor de los recursos propios, protegiendo el valor de la inversión realizada.

En los casos en que estos objetivos sean mutuamente excluyentes, la dirección financiera del Grupo valora cuál ha de prevalecer.

Para la Gestión de riesgos Telefónica utiliza instrumentos financieros derivados, fundamentalmente sobre tipos de cambio, tipos de interés, y acciones.

Riesgo de Tipo de Cambio

El objetivo fundamental de la política de Gestión del Riesgo de cambio es compensar (al menos parcialmente) las posibles pérdidas de valor de los activos relacionados con el negocio de Telefónica causadas por depreciaciones del tipo de cambio frente al euro, con los ahorros por menor valor en euros de la deuda en divisas (al depreciarse éstas). El grado de cobertura (porcentaje de deuda en divisa sobre el valor de los activos) implantado tiende a ser tanto mayor cuanto:

- mayor sea la correlación estimada entre el valor del activo y la cotización de la divisa, y
- menor sea el coste estimado de la cobertura (calculado como diferencial entre los costes financieros adicionales por financiación en divisa local y la depreciación esperada para la divisa respecto al euro),
- mayor sea la liquidez del mercado de divisas y derivados.

En general, la correlación estimada entre el valor del activo y la cotización de la divisa es mayor cuanto mayor es el peso de los flujos de caja generados en los primeros años como porcentaje del valor estimado para el activo.

La protección frente a depreciaciones futuras de las divisas latinoamericanas respecto al euro se basa en primer lugar en la deuda en divisas latinoamericanas. A 31 de diciembre la deuda en divisas latinoamericanas alcanzaba cerca de 5.400 millones de Euros. No obstante esta deuda no está uniformemente repartida como proporción de los flujos generados en cada país, por lo que su efectividad futura de cara a la protección de riesgos cambiarios

dependerá de dónde se produzcan las eventuales depreciaciones. Adicionalmente, la protección frente a pérdidas de valor de los activos latinoamericanos por efectos de divisa, se complementa mediante endeudamiento en dólares, tanto en España (asociado a la inversión mientras se considere que la cobertura es efectiva) como en los propios países ante la ausencia de un mercado de financiación en divisa local o de coberturas suficiente profundo. A 31 de diciembre la deuda en dólares del Grupo ascendía al equivalente a 2.999 millones de euros.

Asimismo, la Gestión del Riesgo de cambio se realiza buscando minimizar los impactos negativos sobre la Cuenta de Resultados, sin perjuicio de que se mantengan posiciones abiertas. Estas posiciones surgen por tres tipos de motivos: (i) por la estrechez de algunos de los mercados de derivados o por la dificultad de obtener financiación en divisa local, lo que no permite una cobertura a bajo coste (como sucede en Argentina); (ii) por financiación mediante préstamos intragrupo, con un tratamiento contable del riesgo de divisa distinto a la financiación mediante aportaciones de capital; (iii) por decisiones propias.

En 2005 se obtuvieron resultados positivos por la gestión del tipo de cambio por un total de 162.0 millones de euros, en su mayor parte porque se decidió no cubrir totalmente los préstamos en dólares otorgados a las filiales latinoamericanas, con lo que se obtuvo un beneficio por la apreciación de éstas respecto al dólar y del dólar respecto al euro.

Por otra parte, en el año 2005 se ha materializó la adquisición de un 69,4% de Cesky Telecom por 3.658 millones de euros equivalentes. Esta adquisición se ha

financiado con deuda, y una parte sustancial de la misma (1.839 millones de euros equivalentes) se ha transformado mediante derivados de tipo de cambio en deuda sintética en coronas checas. Ello implica que una parte sustancial del valor de la adquisición se ha dejado expuesto al riesgo de cambio Corona Checa-Euro. Esta posición responde a la opinión positiva sobre la evolución de la economía checa, opinión que subyace en la decisión de adquisición. Desde el momento de la adquisición hasta el 31 de diciembre de 2005 la corona se apreció un 3,5% respecto al euro.

La reciente adquisición de la compañía británica O2 se ha financiado mediante un préstamo multidivisa firmado en 2005. La composición final por divisas del pasivo resultante de la adquisición tendrá en cuenta que parte del valor de la compañía se debe a sus negocios en la zona euro (Alemania e Irlanda), y que la ausencia de correlación perfecta entre el valor del negocio en el Reino Unido y la cotización de la libra-euro aconseja no financiar la totalidad en libras.

Riesgo de Tipo de Interés

Los costes financieros de Telefónica están expuestos a las oscilaciones de los tipos de interés. En 2005 los tipos de corto plazo con mayor volumen de deuda expuesta a ellos han sido fundamentalmente el Euribor, la tasa SELIC brasileña, el Libor del dólar y la UF chilena. A 31 de diciembre de 2005 el 55% de la deuda total (o el 66% de la deuda a largo plazo), tenía su tipo fijado por un periodo superior a un año, del 45% restante (deuda a flotante o a tipo fijo con vencimiento menor a un año) 14 p.p tenían el tipo de interés acotado por un plazo superior a un año (o el 16% de la deuda a largo plazo), mientras que a 31 de diciembre de 2004 estaba fijado el 83% de la deuda a largo plazo. La nueva deuda tomada a lo largo del año también ha supuesto una exposición a los tipos a largo plazo vigentes en el momento de la contratación o la cobertura. En este sentido destaca el préstamo sindicado de 6.000 millones de euros, al que se asociaron permutas financieras de tipos de interés para fijar los costes financieros.

Finalmente, la actualización financiera de los pasivos de prejubilaciones se ha ido realizando a lo largo del año con la curva de tipos de interés implícita en los mercados de swaps. El descenso de los tipos ha supuesto un incremento del valor dichos pasivos.

Los costes financieros de 2005 ascendieron a 1.634,3 millones de euros, un 0,3% inferiores a los de 2004. Sin embargo si se excluyen los resultados debidos a las diferencias de cambio, las cifras serían de 1.796,4 en 2005 y 1.462,1 en 2004, con lo que se observaría un aumento del 22,9% en los costes financieros ajustados de 2005 respecto de 2004. En gran parte este incremento se explica por la subida del 18,6% de la deuda neta media total (29.533,9 millones de euros a 31 de

diciembre de 2005, incluyendo los compromisos por prejubilaciones); el resto del incremento se debe a la subida de tipos en Brasil (SELIC promedio de 19.14% en 2005 frente a 16.38% en 2004) y al aumento de la deuda en divisas latinoamericanas, tras las adquisiciones de compañías celulares realizadas en 2004 y principios de 2005. La cifra de gastos financieros del 2005 supone un coste medio del 5,5% sobre la deuda neta media total del año, y un 6.1% si se excluyen los resultados por tipo de cambio. La adquisición de O2 por cerca de 17.900 millones de libras mediante un préstamo sindicado y su posterior refinanciación, incrementa la exposición del Grupo a los tipos de interés, incluyendo entre ellos los de la libra. En enero de 2006 Telefónica realizó una emisión de bonos a largo plazo por importes de 4.000 millones de euros y 1.250 millones de libras con el fin de alargar los plazos de vencimiento de su deuda, con tipos de interés fijos en niveles similares a los utilizados en la valoración de la compañía adquirida.

Riesgo de precio de acciones

Uno de los riesgos de renta variable a los que está expuesta Telefónica es el debido al precio de su propia acción, como consecuencia del programa de recompra de acciones comunicado en Octubre de 2003 y renovado en Abril de 2005, por un importe estimado de 6.000 millones de euros hasta 2007 (inclusive), condicionado a la generación de flujos de caja y a la evolución del precio de la acción.

A 31 de diciembre de 2005, Telefónica, S.A. poseía algo más de 136 millones de acciones propias y opciones de compra sobre 56 millones de acciones propias, con vencimiento en el primer cuatrimestre de 2006. Esta estrategia de opciones ofrece una cierta protección frente al hecho de

que si la cotización sube, las compras se encarecen, y se pueden adquirir menos acciones con el importe preestablecido. La pérdida económica máxima que se puede experimentar con la estrategia seguida es la prima pagada por la opción, si al vencimiento el precio de la acción quedara por debajo del precio de ejercicio; no obstante, en tal caso Telefónica podría comprar sus acciones en el mercado a un precio menor.

Telefónica también está expuesta a las oscilaciones de los precios de las acciones de compañías participadas, especialmente en la medida en que estas no integran el núcleo de su negocio y pueden ser objeto de desinversiones. En 2005 la desinversión más significativa fue la venta de un 25,0% de Endemol, por un importe aproximado de 264,4 M Eur, y que generó un resultado de 55,2 M Eur antes de impuestos.

Riesgo de Liquidez

Telefónica pretende que el perfil de vencimientos de su deuda se adecue a su capacidad de generar flujos de caja para pagarla, manteniendo cierta holgura. En la práctica esto se ha traducido en el seguimiento de dos criterios:

1. El vencimiento medio de la deuda del Grupo ha de ser superior al tiempo necesario para pagar la deuda (supuesto que se cumplieran las proyecciones internas, y todos los flujos generados se dedicaran al pago de la deuda, y no a dividendos ni adquisiciones).
2. El Grupo debe poder pagar todos sus compromisos en los próximos 12 meses, sin necesidad de apelar a nuevos créditos o a los mercados de capitales (aunque contando con las líneas comprometidas en firme por entidades financieras), en un supuesto de cumplimiento presupuestario.

A 31 de Diciembre, el vencimiento medio de la deuda financiera neta - 30.066,9 millones de euros - era de 5,0 años. Según se hizo público en la Conferencia de Inversores de Abril de 2005, el Grupo Telefónica espera generar más de 36.000 millones de euros en el cuatrienio 2005-2008, supuesto que los tipos de cambio se mantengan a los niveles de 2004. Ello muestra que se cumple el primero de los criterios: en un periodo inferior a cuatro años se puede repagar toda la deuda, que tiene un vencimiento medio superior.

Por otra parte se comprueba que los vencimientos brutos de deuda en 2006 (8.824 millones de euros y 9.066 millones de euros si se tiene en cuenta el valor de mercado de los derivados con vencimiento menor a un año y deuda con empleados), son inferiores a las disponibilidades de fondos, calculados como la suma de (i) las disponibilidades a 31 de diciembre por 3.561 millones de euros (Inversiones financieras temporales por 1.348 millones de euros y Tesorería por 2.213 millones de euros) (ii) la generación anual de caja prevista para 2006 (que se espera supere la cifra de 2005, que ascendió a 6.975 millones de euros), (iii) las líneas de crédito comprometidas por entidades bancarias no utilizadas con vencimiento inicial superior a un año o extensible a opción del Grupo Telefónica (3.029 millones de euros a 31 de diciembre, incluyendo Cesky Telecom y Endemol BV) y (iv) 1.264 millones de euros en líneas de crédito con vencimiento inicial superior a un año o extensible a opción de Telefónica utilizadas para la compra de acciones de O2, y cuya disposición podía ser traspasada al préstamo sindicado de 18.500 millones de libras estructurado para la adquisición de dicha compañía. La holgura existente permite acomodar el pago del dividendo mínimo de 50 céntimos por

acción (en torno a 2.400 millones de euros), y la continuación del programa de recompra de acciones propias.

A raíz de la adquisición de O2 se hace conveniente realizar un análisis de liquidez más allá de 2006, estimando los posibles vencimientos adicionales en el año 2007. Tras ejercitar la opción de extensión, éstos podrían ascender a 2.175 millones de libras (unos 3.175 millones de euros). Ello se debe a que tras, (i) ajustar el coste de la adquisición a cerca de 17.900 millones de libras, (ii) recibir peticiones de intercambio de acciones de O2 por "Loan Notes", y (iii) realizar en enero de 2006 la emisión de bonos a largo plazo por 4.000 millones de euros y 1.250 millones de libras, ha sido posible cancelar parte del préstamo sindicado de adquisición. El importe del préstamo ha quedado así en 14.175 millones de libras, de las cuales sólo 2.175 millones no se pueden extender más allá de octubre de 2007.

A este importe habría que sumar los vencimientos de la deuda a largo plazo ya previstos para 2007 (casi 2.400 millones de euros), con lo que se obtendría una cifra de unos 5.500 millones de euros, similar a los vencimientos netos en 2006 (vencimientos brutos menos caja). Esta cifra se verá alterada por los resultados de los procesos de refinanciación a realizar durante 2006, que tendrán dos impactos contrapuestos:

- aumentar los vencimientos en 2007 por la renovación a corto plazo de parte de las deudas que vencen en 2006 (especialmente del papel comercial), y
- reducir los vencimientos en 2007 por la obtención de financiación a largo plazo (bonos y préstamos) que sería utilizada en gran parte para cancelar el préstamo sindicado para la adquisición de O2.

La obtención de la financiación a largo plazo está expuesta a los riesgos propios de los mercados financieros, tanto en lo referente al volumen como al coste. La posible variación del coste se debe no sólo a los tipos de referencia (bonos del estado o tipos swap) sino también a la variación del margen crediticio a pagar sobre los mismos.

Con todo, el orden de magnitud de los vencimientos en 2007 permite esperar a finales del 2006 el cumplimiento del criterio sobre los compromisos en 12 meses, si las operaciones generan los flujos previstos.

En cualquier caso, tras la adquisición de O2 cobra mayor importancia la necesidad de mantener un acceso al crédito rápido y en buenas condiciones de precio y condiciones. Para ello Telefónica ha definido dos objetivos como ejes de su política financiera:

1. Establecer la calificación crediticia BBB+/Baa1 como el mínimo deseable, y
2. Mantener un ratio de deuda neta y compromisos financieros asimilables menor o igual a 2,5 veces OIBDA (Resultado Operativos antes de Amortizaciones) en el medio plazo.

En relación a estos puntos, cabe notar que la calificación actual es BBB+ por Standard & Poor's, Baa1 por Moody's y A- por Fitch, y que un análisis pro-forma con datos no auditados a Septiembre de 2005 (como si se hubiera realizado la adquisición de O2 en tal fecha) arroja un nivel de deuda financiera neta igual a 3,0 veces OIBDA.

Principales ratios 2005¹

Magnitudes operativas 2005

I	OIBDA	15.276,4
II	Flujo de Caja Libre	7.108,1
III	Capex	4.409,9
IV	Dividendos de Telefónica, S.A.	2.379,5
V=II+III-IV	Flujo de Caja Retenido (antes de capex)	9.138,5
VII	OIBDA pro-forma	15.733,1

Pasivos a 31 -Dic- 2005

A	Deuda Financiera	30.067,0
B	Garantías	449,0
C	Compromisos netos por reducción de plantilla	3.057,7
D=A+B+C	Deuda total + Compromisos	33.554,3

Ratios financieros

Deuda Financiera / OIBDA pro-forma	1,91
Deuda Total + Compromisos / OIBDA pro-forma	2,13
Flujo de Caja Retenido (antes de capex) Deuda Total + Compromisos	27,23%

¹ Las agencias de calificación crediticia ajustan además los ratios por leasings operativos y otros compromisos

Los principales ratios crediticios a finales de 2005 se muestran en la tabla siguiente¹:

Si se elimina de la deuda el importe de las compras de acciones de O2 realizadas en 2005, ésta queda en 28.803 millones de euros, lo que mejora en 0,08 los ratios de deuda sobre OIBDA pro-forma y 1,07 p.p el ratio de Flujo de Caja sobre Deuda Total + Compromisos.

Riesgo país

La percepción de riesgo soberano de la región finalizó el año 2005 por debajo de los 280 pbs, el nivel más bajo en la historia², merced a varios hitos, algunos históricos, logrados en el frente macroeconómico. Así, con un crecimiento superior al 4% en 2005, se encadena una senda de crecimiento elevado y estable, hecho que ha permitido acumular un crecimiento del 11% en la renta per cápita de la región desde el año 2003, el más elevado desde la década de los 70. Además, este registro de crecimiento se ha producido sin que la tasa de inflación repuntase (6%) y lo que es más importante, con un superávit histórico en la cuenta corriente de \$30 millardos.

Ciertamente, el escenario internacional tan favorable de crecimiento y precios de materias primas ha ocasionado una ganancia clara en los términos de intercambio de la región (un 31% más elevados que el promedio de los 90), permitiendo en parte un crecimiento de las exportaciones próximo al 10%, viéndose acompañada esta entrada de flujos de un aumento fuerte en las remesas de emigrantes hasta los \$47.4 millardos.

Este superávit de cuenta corriente del 1.3% del PIB se ha visto fortalecido adicionalmente con la entrada de \$47 millardos vía inversión extranjera directa permitiendo una cancelación de deuda externa de \$42 millardos y una acumulación de reservas internacionales de \$35 millardos, alcanzando el nivel más elevado desde 1990. Es decir, la región ha aprovechado la coyuntura favorable para solventar los puntos más débiles que tenía de vulnerabilidad externa: elevado endeudamiento externo con bajo nivel de reservas.

Adicionalmente, algunos gobiernos de la región han aprovechado el exceso de liquidez existente y el apetito por riesgo emergente para canjear deuda externa por interna en condiciones favorables (Argentina, Colombia o Perú) o rescatar títulos emitidos en los mercados externos (Argentina, Brasil, México, Panamá o Perú) para de este modo aumentar los vencimientos de deuda en el largo plazo y aumentar el porcentaje de deuda externa en moneda local (especialmente llamativo en los casos de México y Brasil).

Todas estas medidas -orientadas a aproximar la calificación crediticia de la región al 'investment grade'- han tenido fiel reflejo no sólo en el riesgo país más bajo de esta sección, sino también en una apreciación del 4% en el tipo de cambio efectivo real de la región frente al resto del mundo y unos ratios de endeudamiento público (42.9% del PIB) más moderados, hechos que han reforzado la confianza inversora permitiendo recuperar los ratios de inversión históricos de 1998 (cerca de 23% del PIB), anteriores a la aguda contracción económica vivida hasta el año 2002.

Aunque en el panorama macroeconómico luce la estabilidad y las políticas económicas siguen siendo adecuadas, no conviene olvidar algunos riesgos todavía presentes en el frente microeconómico que siguen desviando a los países de la zona respecto a otros económicamente más desarrollados. Entre ellos, destaca la discrecionalidad regulatoria, la gran cantidad de trámites burocráticos exigidos en el entorno empresarial y la rigidez de algunos mercados de factores productivos, referencias que impiden un crecimiento superior al registrado vía inversión y productividad. Igualmente, se requiere un esfuerzo adicional de reforma en el sistema fiscal, educativo y sanitario que potencie aún más los logros de desarrollo humano conseguidos en los últimos años en la región para alcanzar los Objetivos del Milenio de Desarrollo establecidos por el Banco Mundial.

La mejoría del entorno comentada anteriormente y las positivas expectativas no impiden que Telefónica continúe con un estricto seguimiento del riesgo de pérdida imprevista de valor de los activos latinoamericanos por posible inestabilidad social, económica o política. Para ello Telefónica ha continuado actuando en dos grandes líneas (aparte de la gestión ordinaria de los negocios):

1. Compensar parcialmente los activos con pasivos en las compañías latinoamericanas, no garantizados por la matriz, de modo que una eventual pérdida de los activos fuera acompañada de una reducción de los pasivos, y
2. Repatriar aquellos fondos generados en Latinoamérica que no se espera que vayan a ser satisfactoriamente rentabilizados en el futuro, mediante oportunidades de desarrollo del negocio en la región.

² Conforme al indicador EMBI elaborado por JP Morgan

En referencia al primer punto, las compañías latinoamericanas tienen un volumen de deuda neta externa sin garantía por parte de compañías españolas de 2.716 millones de euros un 9% sobre la deuda neta financiera del Grupo, destacando la deuda en Brasil (91.583 millones) y Argentina (9760 millones). En algunas compañías celulares anteriormente pertenecientes a Bell South existía otra deuda garantizada por Telefónica, S.A. a raíz del proceso de adquisición, parte de la cual ya se ha refinanciado sin garantía. De hecho, en diciembre de 2005 la filial móvil en Chile procedió a firmar un crédito de cerca de 180 millones de dólares (sin garantía de la matriz) con el fin de sustituir otro préstamo del mismo importe garantizado por Telefónica, S.A., razón por la cual este importe se ha considerado dentro del total de deuda externa sin recurso en Latinoamérica (aunque la sustitución se produjo efectivamente a principios de enero). Adicionalmente, la filial móvil en Perú ha refinanciado, sin garantías de la matriz, a lo largo de 2005 e inicios del presente año un préstamo por importe de 200 millones de dólares con garantía de Telefónica, S.A., cuyo saldo vivo a 31 de diciembre ascendía a 163 millones de dólares (no considerado como parte de la deuda externa sin recurso en Latinoamérica a 31 de diciembre).

También con carácter excepcional, Telefónica, S.A. ha garantizado un programa para la emisión de certificados bursátiles por importe de hasta 12.000 millones de pesos mexicanos de su filial indirecta Telefónica Finanzas de México, S.A. de C.V.. El importe emitido bajo este programa a 31 de diciembre ascendía a 5.000 millones de pesos, habiéndose realizado con posterioridad emisiones que elevaron el

importe total hasta 11.500 millones de pesos, importe que no se ha considerado dentro del anterior cómputo de deuda latinoamericana sin recurso (ni tampoco se ha minorado tal cómputo por la totalidad de la caja obtenida y pendiente de utilizar a 31 de diciembre). Los factores especiales que llevaron a otorgar la garantía en este caso particular son:

- Dificultades para realizar aportaciones desde el Grupo Telefónica, tanto como capital (por la existencia de un socio minoritario) como en forma de deuda (por ineficiencias fiscales).
- Imposibilidad de obtener recursos financieros externos por el importe necesario a costes razonables, dada la prolongada fase de expansión en que se encuentra la Compañía, y que se corresponde con resultados operativos negativos por la fuerte actividad comercial y con cuantiosas inversiones en infraestructura.
- Posibilidad de implantar legalmente la garantía sin causar una subordinación estructural al resto de los acreedores de Telefónica (desde el punto de vista de las agencias de calificación crediticia).

En cuanto al punto segundo -la repatriación de fondos- en el año 2005 se recibieron en términos netos 1.1.684 millones de euros de Latinoamérica -excluyendo México- la mayor parte en concepto de dividendos (884 millones de euros) y el resto por intereses y principal de préstamos a las filiales latinoamericanas y honorarios de gestión. En dirección contraria, continuó el flujo de fondos hacia México fundamentalmente por las necesidades de Telefónica Móviles tanto por inversiones materiales de 261 millones de euros como operativas derivadas de un OIBDA negativo de 159 millones de euros.

Finalmente, comentar que la exposición del OIBDA de Telefónica, S.A. a los distintos países ha quedado retocada tras el cierre definitivo de la adquisición de las compañías móviles filiales de Bell South a principios de 2005 y la compra de Cesky Telecom. Así, destacando los países más importantes por generación de dicha cifra vemos cómo la zona Euro sigue dominando con un peso del 61.8% del total, seguida por Brasil (genera el 18.5% del OIBDA del Grupo), Argentina (4.7%), Chile (4.2%), Venezuela (3.9%) y Perú (3.8%), siendo la exposición a la República Checa del 3% del OIBDA 2005 del Grupo.

Política de derivados

A 31 de diciembre de 2005, el importe nominal de derivados vivos contratados con contrapartidas externas ascendía a 58.134.5 millones de euros. Este volumen resulta tan elevado porque sobre un mismo subyacente se puede aplicar varias veces derivados por un importe igual a su nominal; por ejemplo, una deuda en divisa se puede pasar a euros a tipo variable, y luego sobre cada uno de los periodos de tipos de interés puede realizarse una fijación de tipos mediante un FRA. Aun ajustando así a la baja la posición, es necesario extremar la prudencia en el uso de derivados para evitar problemas por errores o falta de conocimiento de la posición real y sus riesgos.

La política seguida en la utilización de derivados ha puesto énfasis en los siguientes puntos:

- I. Existencia de subyacente claramente identificado, sobre el que se aplica el derivado.

Entre los subyacentes aceptables se incluyen los resultados, ingresos y flujos

tanto en divisa funcional de la empresa como en divisas distintas de la moneda funcional. Dichos flujos pueden ser contractuales (deuda y pago de intereses, pago de cuentas a pagar en moneda extranjera...), razonablemente seguros o previsibles (programa de capex, futuras emisiones de deuda, programas de papel comercial...). La consideración como subyacente de los casos mencionados anteriormente no dependerá de si se adaptan o no a los criterios exigidos por las normas contables para el tratamiento de los subyacente como "hedged items", como sucede, por ejemplo, con algunas transacciones intragrupo. Adicionalmente en el caso de la matriz se considera también como posible subyacente la inversión en filiales con moneda funcional distinta del euro.

Las coberturas con sentido económico, es decir que tienen un subyacente asignado y que en ciertas circunstancias pueden compensar las variaciones de valor del subyacente, no siempre cumplen los requisitos y tests de efectividad establecidos por las diferentes normativas contables para ser tratadas como tales coberturas. La decisión de mantenerlas una vez no se supera el test de efectividad o si no se cumplen ciertos requisitos, dependerá de la variabilidad marginal en la cuenta de resultados que pueden producir y por lo tanto de la dificultad que puede conllevar a seguir el principio de estabilizar la Cuenta de Resultados, en todo caso se registran los resultados en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

En este sentido en 2004 se modificaron también las relaciones de cobertura acordadas con las modificaciones en el tratamiento que las IFRS dan a ciertas transacciones respecto a las normas

anteriores de aplicación, de forma que manteniéndose plenamente vigente el sentido económico de las coberturas, su impacto en la cuenta de resultados, junto con el del subyacente al que estaban asignados, fuera limitado.

II. Ajuste entre subyacente y uno de los lados del derivado.

Este ajuste se persigue esencialmente para la deuda en divisa extranjera y los derivados de cobertura de los pagos en divisa extranjera en las filiales del Grupo, como forma de anular el riesgo a oscilaciones de tipo de interés en moneda extranjera. No obstante, aun buscando una cobertura perfecta de los flujos, la escasa profundidad de ciertos mercados, en especial los asociados a divisas latam ha hecho que históricamente existieran desajustes entre las características de las coberturas y las deudas cubiertas. La intención del Grupo Telefónica es reducir dichos desajustes, siempre que ello no conlleve costes de transacción desproporcionados, en este sentido si el ajuste no es posible por las razones mencionadas se buscará modificar la duración financiera del subyacente en moneda extranjera de forma que el riesgo en tipo de interés en moneda extranjera sea lo más reducido posible.

En ciertas ocasiones, la definición del subyacente al que se asigna el derivado, no coincide con la totalidad temporal de un subyacente contractual.

III. Coincidencia entre la empresa que contrata el derivado y la empresa que tiene el subyacente.

En general, se busca que el derivado de cobertura y el subyacente o riesgo que

cubre estén en la misma empresa. Sin embargo, en otras ocasiones, las coberturas se han efectuado en entidades holding de las empresas donde está registrado el subyacente, (Telefónica, S.A., Telefónica Móviles S.A. y TISA), lo cual ha llevado a que las operaciones no cumplieran los criterios de cobertura exigidos por la normativa contable y sus resultados fueran reflejados en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Las principales razones para la mencionada separación entre la cobertura y el subyacente han sido la posibilidad de diferencias en la validez legal de las coberturas locales frente a las internacionales (como consecuencia de cambios legales imprevistos) y la diferente calidad crediticia de las contrapartidas (tanto de las compañías del Grupo involucradas como las de las entidades bancarias).

IV. Capacidad de valoración del derivado a precio de mercado, mediante los sistemas de cálculo de valor disponibles en el Grupo.

Telefónica utiliza varias herramientas para la valoración y Gestión de riesgos de los derivados y de la deuda. Entre ellas destaca el sistema Kondor+, licenciado por Reuters, de uso extendido entre diversas entidades financieras, así como el las librerías especializadas en cálculo financiero MBRM.

V. Venta de opciones sólo cuando existe una exposición subyacente.

Sólo se permite la venta de opciones cuando: i) hay una exposición subyacente (registrada en balance o asociada a un flujo externo altamente probable) que contrarresta la pérdida potencial por el ejercicio de la opción por la

contrapartida, o ii) esta opción forma parte de una estructura donde exista otro derivado que puede compensar dicha pérdida. Igualmente se permite la venta de opciones incluidas en estructuras de opciones donde en el momento de la contratación la prima neta sea mayor o igual a cero.

Como ejemplo se considera factible la venta opciones a corto plazo sobre swaps de tipos de interés, que dan a la contrapartida el derecho de entrar en un swap recibiendo un tipo fijo determinado, inferior al nivel vigente en el momento de vender la opción; de este modo si los tipos bajan, Telefónica pasaría parte de su deuda de tipo variable a tipo fijo, a niveles inferiores a los iniciales, habiendo cobrado una prima.

VI. Contabilidad de Cobertura:

Los riesgos cuya cobertura puede contabilizarse como tal (esto es, con simetría entre subyacente y operación de cobertura) son principalmente:

- La variación de los tipos de interés de mercado (bien del tipo monetario, bien “spread de crédito”, ó de ambos) que influye en la valoración del subyacente, o en la determinación de los flujos.
- La variación del tipo de cambio que modifica la valoración del subyacente en términos de la moneda funcional de la empresa y que influye en la determinación respecto a la moneda funcional del flujo.
- La variación de la volatilidad asociada a cualquier variable financiera, activo o pasivo financiero, que modifique bien la valoración bien la determinación de flujos en deudas o inversiones con opciones implícitas sean éstas separables o no.

- La variación de la valoración de cualquier activo financiero, en especial acciones de empresas que estén dentro de la cartera de “disponible para la venta”.

En relación al Subyacente,

- Las coberturas podrán ser por la totalidad del importe o por una parte del mismo.
- El riesgo a cubrir puede ser todo el plazo de la operación, o bien por una fracción temporal de la misma.
- El subyacente, puede ser una transacción futura altamente probable, o bien ser un subyacente contractual (un préstamo, un pago en divisa extranjera, una inversión, un activo financiero...) o bien una combinación de ambas situaciones que conformen una definición de subyacente más extensa en cuanto al plazo del mismo. Así pues se dan casos en que las coberturas contratadas tiene plazos mayores que los subyacentes contractuales a las que están asociadas. Esto sucede cuando Telefónica entra en swaps, caps, o collars de largo plazo para protegerse de subidas de tipos de interés que pudieran elevar los costes financieros generados por los pagarés, el papel comercial y ciertos préstamos a flotante con vencimientos inferiores a los de la cobertura. La probabilidad de renovar dichas operaciones de financiación a tipo flotante es muy elevada y a ello se compromete la empresa al definir el subyacente de una forma más general como un programa de financiación a tipos flotantes cuyo vencimiento coinciden con el vencimiento de la cobertura.

La tipología de las coberturas puede ser:

- De valor razonable.
- De flujo efectivo, pudiendo ser para cualquier valor del riesgo a cubrir (tipos de interés, tipo de cambio...) o bien por un rango determinado del mismo (tipo de interés entre 2% y 4%, tipo de interés por encima de 4%...). En este último caso se utilizarán como instrumento de cobertura las opciones, y sólo se reconocerá como parte efectiva el valor intrínseco de la opción pasando por pérdidas y ganancias las variaciones del valor temporal de la opción.
- De inversión neta asociada a filiales que se integren en la consolidación del Grupo. En general serán realizadas por Telefónica, S.A y los otros holdings del Grupo. Para dichas coberturas se utilizará, siempre que sea posible, deuda real en moneda extranjera. Sin embargo en muchas ocasiones esto no será posible para muchas divisas latinoamericanas, ya que las empresas no residentes no pueden emitir deuda en esas divisas por no ser convertibles. Igualmente puede suceder que la profundidad del mercado de deuda en dicha divisa extranjera no sea suficiente en relación al objetivo de cobertura (Corona Checa, Libra esterlina), o que para una adquisición se utilice caja acumulada y no se contemple recurrir al mercado para financiarla. En estos casos se recurrirá a instrumentos derivados, tanto forward como cross-currency swap para realizar las coberturas de inversión neta. Para cross-currency swap “Pago fijo divisa extranjera” se utilizará el método de cálculo forward (el diferencial de intereses y las variaciones de valor del derivado por movimiento de los tipos de interés se contabilizan en reservas), para cross-currency swap “Pago flotante divisa extranjera” se utilizará el método spot (el diferencial de intereses y las variaciones

de valor del derivado por movimiento de los tipos de interés se contabilizan en la cuenta de resultados). Como excepción a esta regla general, para aquellas divisas en las que el diferencial de tipos respecto al euro es elevado (ejemplo Brasil), se eligen estructuras de corto plazo (alrededor de 1 año) y se utiliza el método spot aunque se hayan contratado cross-currency swap pago fijo divisa extranjera, para facilitar la comprensión de la Cuenta de Resultados. Para las coberturas con forwards se analiza el caso divisa por divisa. Por cuestiones técnicas de mercado o por un posible cambio en la percepción del riesgo fx, se puede decidir revocar anticipadamente la designación de cobertura independientemente del plazo de vencimiento de la misma. Igualmente, para aquellas posiciones de cobertura cuyo vencimiento es próximo (menos de 3 meses) por razones técnicas de mercado, como liquidez, profundidad etc., se puede adelantar el vencimiento (tomando la posición contraria o deshaciendo el derivado en mercado) si se hubiese decidido no renovar, en cuyo caso se revocaría la designación considerándose a efectos prácticos como análogo a un vencimiento de la cobertura, o bien se puede realizar la extensión por adelantado de la cobertura en cuyo caso se revocaría la designación de la primera para transferirla a la segunda, en algunas ocasiones dicha renovación de una cobertura con derivados podrá ser realizado por medio de instrumentos de deuda en divisa extranjera.

Las coberturas podrán estar formadas por un conjunto de derivados.

La gestión de las coberturas contables no tendrá por qué ser estática, con relación de cobertura invariable hasta el vencimiento de la cobertura sino que podrán alterarse las relaciones de cobertura para poder realizar una gestión adecuada siguiendo los principios enunciados de estabilizar los flujos de caja, los resultados financieros y proteger el valor de los recursos propios. Así pues, la designación de las coberturas podrá ser revocada como tal, antes del vencimiento de la misma, bien por un cambio en el subyacente, bien por un cambio en la percepción del riesgo en el subyacente. Los derivados incluidos en esas coberturas podrán ser reasignados a otras posibles nuevas coberturas que deberán cumplir los test de efectividad y estar bien documentadas.

Las directrices de la gestión de riesgos son impartidas por Dirección General de Finanzas Corporativas del Grupo Telefónica, e implantadas por los directores financieros de las compañías (asegurando la concordancia entre los intereses individuales de las compañías y los del Grupo). La Dirección General de Finanzas Corporativas y Recursos Compartidos puede autorizar desviaciones respecto de esta política por motivos justificados, normalmente por estrechez de los mercados respecto al volumen de las transacciones o sobre riesgos claramente limitados y reducidos. Asimismo, la entrada de empresas en el Grupo como consecuencia de adquisiciones o fusiones, requiere un tiempo de adaptación.

Sistemas de control de riesgos

Telefónica realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen su Grupo. Para ello dispone de un Modelo Corporativo que se aplica de forma periódica y homogénea en las Sociedades del Grupo y que permite evaluar tanto la importancia de cada uno de los riesgos que pudieran afectar a las sociedades, como el grado de control sobre cada uno de ellos.

De esta forma, el Grupo dispone de un mapa de riesgos que permite identificar los que precisan de un control y seguimiento específico, priorizados en función de su importancia. Asimismo, el modelo dispone de una matriz que recoge los procesos operativos en los que se gestionan cada uno de los riesgos considerados, al objeto de que se evalúen los controles establecidos y poder disponer de una seguridad razonable de que no se materializarán.

La identificación de estos riesgos y procesos es realizada por la Dirección General de Auditoría Interna, responsable de la función de control interno del Grupo. Sus resultados son informados periódicamente en la Comisión de Auditoría y Control de Telefónica.

Los 50 riesgos considerados por el modelo están clasificados en las siguientes categorías:

- Riesgos de los procesos de negocio: (riesgos operacionales, riesgos de integridad, riesgos de dirección y recursos humanos, riesgos tecnológicos y riesgos financieros).
- Riesgos de información: (operativa, financiera y estratégica).
- Riesgos del entorno (competencia; relaciones con accionistas; disponibilidad de recursos; entorno político y económico, legal y fiscal; regulación y cambios en el sector).



Gobierno Corporativo

Accionistas titulares de participaciones significativas

Nombre o denominación social	% total sobre el capital social
"La Caixa"	5,09%
BBVA	6,63%

Datos referidos a 31 12 2005

Propiedad

El capital social de Telefónica, suscrito y totalmente desembolsado, asciende a 4.921.130.397 euros, y se encuentra dividido en 4.921.130.397 acciones ordinarias, de la misma clase y serie, de (1) un euro de valor nominal cada una de ellas, estando representadas mediante anotaciones en cuenta.

De acuerdo con la información disponible en la Compañía, no existe ninguna persona física o jurídica que, directa o indirectamente, aislada o conjuntamente, ejerza o pueda ejercer control sobre Telefónica. Existen, sin embargo, dos accionistas que son titulares, de forma directa e indirecta, de participaciones significativas, tal y como se muestra en el siguiente cuadro: La Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona (la Caixa), y el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA), con el 5,09% y el 6,632% del capital social, respectivamente.

El Gobierno Corporativo en el Grupo Telefónica

Principios de Gobierno Corporativo

Las reglas fundamentales del Gobierno Corporativo de Telefónica están contenidas en sus Estatutos Sociales, en el Reglamento de la Junta General de Accionistas y en el Reglamento del Consejo de Administración.

El Reglamento de la Junta establece los principios de la organización y funcionamiento de ésta, ofreciendo al accionista un marco que garantice y facilite el ejercicio de sus derechos en relación con la Junta General en cuanto órgano soberano de la Compañía.

Por otra parte, el Reglamento del Consejo de Administración, como norma fundamental en el Gobierno Corporativo de la Compañía, determina los principios de actuación del Consejo de Administración, regula su organización y funcionamiento, y fija las normas de conducta de sus miembros.

De acuerdo con esto, y como base de la estructura de gobierno de Telefónica, el Reglamento del Consejo de Administración de la Compañía fija los principios fundamentales que inspiran la actuación de su Consejo de Administración:

En relación con el interés social. El Consejo de Administración desarrolla sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Compañía y, en este sentido, actúa para garantizar la viabilidad de

El presente capítulo ofrece una versión resumida del Informe anual de Gobierno Corporativo de Telefónica, S.A. correspondiente al ejercicio 2005. Dicho Informe, que responde a las exigencias establecidas en la Circular 1/2004, de 17 de marzo, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, se publica con carácter anual y puede consultarse a través de la página web que la Compañía dedica a los accionistas e inversores (www.telefonica.es/accionistaseinversores).

la Compañía a largo plazo y para maximizar su valor, ponderando además los intereses plurales legítimos, públicos o privados, que confluyen en el desarrollo de toda actividad empresarial.

En relación con sus accionistas. El Consejo de Administración, en su condición de vehículo de enlace entre la propiedad y la gestión, asume la obligación de arbitrar los cauces necesarios para conocer las propuestas que puedan formular los accionistas en relación con la gestión de la Compañía. Además, el Consejo de Administración se compromete a garantizar un tratamiento igualitario en sus relaciones con los accionistas.

En relación con el mercado. El Consejo se compromete a realizar cuantos actos sean necesarios y a adoptar cuantas medidas sean precisas para asegurar la transparencia de la Compañía ante los mercados financieros, y para promover la correcta formación de los precios de las acciones de la Compañía, evitando en particular las manipulaciones y abusos de información privilegiada.

El Consejo de Administración

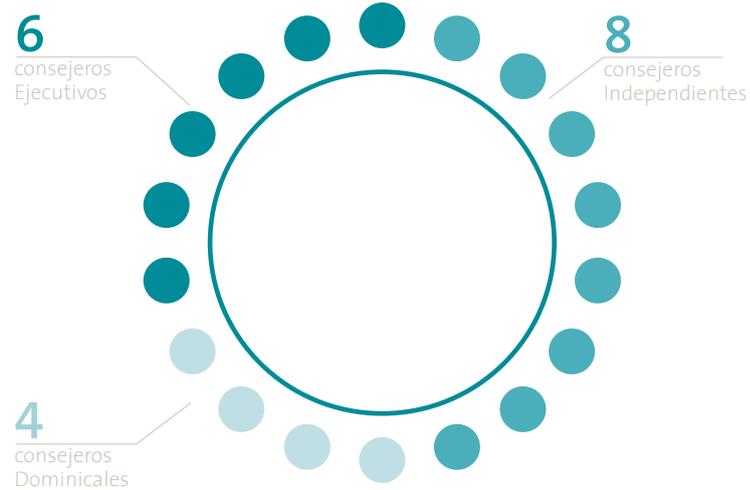
El Reglamento del Consejo de Administración configura a éste, básicamente, como un órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, encomendando la gestión ordinaria de los negocios de la misma en favor de los órganos ejecutivos y del equipo de dirección. Además, y de acuerdo con lo establecido en el citado Reglamento, no podrán ser objeto de delegación aquellas facultades legal o estatutariamente reservadas al exclusivo conocimiento del Consejo, ni aquellas otras necesarias para un responsable ejercicio de su función básica de supervisión y control.

De acuerdo con esto, y en el ámbito de sus funciones de supervisión y control, el Consejo de Administración (i) fija las estrategias y directrices de gestión de la Compañía, (ii) establece las bases de la organización corporativa en orden a garantizar la mayor eficiencia de la misma, (iii) implanta y vela por el establecimiento y el cumplimiento de adecuados procedimientos de información de la Compañía a los accionistas y a los mercados en general, (iv) adopta las decisiones procedentes sobre las operaciones empresariales y financieras de especial trascendencia para la Compañía, y (v) aprueba las bases de su propia organización y funcionamiento para el mejor cumplimiento de estas funciones.

Los Estatutos Sociales de Telefónica prevén que el Consejo de Administración esté compuesto por un mínimo de cinco y un máximo de veinte Consejeros. En el mes de abril de 2006, el Consejo de Administración estaba integrado por 18 Consejeros; 6 Consejeros ejecutivos, 4 Consejeros dominicales y 8 Consejeros independientes.

Composición del Consejo de Administración

Mayo 2006



La Comisión Delegada del Consejo de Administración

El Consejo de Administración, siempre con sujeción a las disposiciones legales vigentes, tiene delegadas expresamente todas sus facultades y atribuciones, salvo aquellas legal o estatuariamente indelegables, en una Comisión Delegada con capacidad decisoria de ámbito general.

Las relaciones entre el Consejo de Administración y su Comisión Delegada están basadas en un principio de transparencia, de forma que el Consejo tiene siempre conocimiento pleno de las decisiones adoptadas por esta Comisión. Así, el Consejo de Administración es informado en cada una de sus reuniones de todos los acuerdos adoptados por la Comisión Delegada, distribuyéndose a tal efecto un resumen de las Actas de las sesiones de esta Comisión a todos los Consejeros, procediéndose además a la ratificación de dichos acuerdos. Por otro lado, la elección de los miembros del Consejo de Administración que vayan a configurar la composición de la Comisión Delegada debe contar con el respaldo de, al menos, dos tercios del Consejo de Administración.

Las Comisiones Consultivas o de Control del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Telefónica tiene constituidas varias Comisiones consultivas o de control -en concreto seis- a las que encomienda el examen y seguimiento permanente de algún área de especial relevancia para el buen gobierno de la Compañía, o para el análisis monográfico de algún aspecto o cuestión cuya trascendencia o grado de importancia así lo aconseja. Dichas Comisiones no tienen la condición de órganos sociales,

configurándose como instrumentos al servicio del Consejo de Administración, a quien elevan las conclusiones que alcancen en los asuntos o materias cuyo tratamiento éste les haya encomendado.

El Consejo de Administración de Telefónica cuenta entre sus Comisiones consultivas o de control con las Comisiones que vienen siendo recomendadas con carácter expreso:

La Comisión de Auditoría y Control, constituida en el año 1997 y regulada en los Estatutos Sociales y en el propio Reglamento del Consejo, verifica tanto la información financiera como las cuentas anuales de la Compañía, asegurándose de que toda la información financiera se elabora conforme a los mismos principios y prácticas profesionales. Sus trabajos se orientan a (i) conocer el proceso de información financiera y evaluar el sistema de verificación contable, (ii) velar por la independencia del auditor externo, supervisando sus trabajos y sirviendo de canal de comunicación entre el Consejo de Administración y el auditor externo; (iii) supervisar los servicios de auditoría interna y (iv) supervisar la adecuación e integridad de los sistemas internos de control sobre la información financiera.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno, regulada en el Reglamento del Consejo, es competente para (i) informar sobre las propuestas de nombramientos de Consejeros y altos directivos de la Compañía y sus sociedades filiales, (ii) aprobar las bandas de retribuciones para los altos directivos de la Compañía, (iii) aprobar los contratos tipo para los altos directivos, (iv) determinar el régimen de retribuciones del Presidente, (v) informar y proponer al Consejo el régimen de retribuciones de los Consejeros y revisarlos de

manera periódica, (vi) informar los planes de incentivos, (vii) realizar un examen anual de la política retributiva de los Consejeros y los altos directivos, (viii) informar sobre las propuestas de nombramiento de los miembros de las Comisiones del Consejo, (ix) elaborar y llevar un registro de las situaciones de los Consejeros y altos directivos de la Compañía, (x) elaborar el Informe Anual de Gobierno Corporativo y (xi) ejercer aquellas otras competencias asignadas a dicha Comisión por el Consejo de Administración.

Además, el Consejo de Administración consideró conveniente constituir cuatro Comisiones consultivas adicionales: la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa; la Comisión de Regulación; la Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial; y la Comisión de Asuntos Internacionales.

Los Consejeros

Nombramiento

Tal y como dispone la Ley de Sociedades Anónimas, los nombramientos de los Consejeros se someten a la decisión y aprobación de la Junta General de Accionistas. Adicionalmente, y conforme a lo dispuesto por el Reglamento del Consejo de Administración de la Compañía, las propuestas de nombramiento están precedidas del correspondiente informe favorable de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno.

Derechos y obligaciones

El Reglamento del Consejo dedica específicamente su título V, integrado por nueve artículos, a describir con amplitud los derechos y las obligaciones de los Consejeros. En este título se detallan los deberes que dimanar de las obligaciones de diligencia, fidelidad y lealtad de los Consejeros,

Comisiones del Consejo de Administración de Telefónica¹

Comisión del Consejo de Administración	Consejeros no ejecutivos	Consejeros ejecutivos	Nº de sesiones 2005
Comisión Delegada	4	4	19
Auditoría y Control	4	0	12
Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno	4	0	10
Regulación	3	1	9
Recursos Humanos y Reputación Corporativa	4	0	5
Calidad del Servicio y Atención Comercial	3	1	4
Asuntos Internacionales	5	0	6

¹Mayo 2006

contemplando, en particular, la situación de los potenciales conflictos de interés, el deber de confidencialidad, la explotación de oportunidades de negocios y el uso de activos sociales.

Por otra parte, el Reglamento del Consejo recoge el derecho de los Consejeros a obtener la información y el asesoramiento necesario para el cumplimiento de sus funciones, así como el establecimiento de los cauces adecuados para su ejercicio. En este sentido, la Compañía adopta las medidas necesarias para asegurar que los Consejeros dispongan con la antelación precisa de la información suficiente, específicamente elaborada y orientada para preparar las sesiones del Consejo y de sus Comisiones.

De conformidad con lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración, éste evalúa anualmente su funcionamiento y la calidad de sus trabajos con ocasión de la aprobación del Informe Anual de Gobierno Corporativo.

Política retributiva

Por lo que se refiere a la política de retribución de los Consejeros, ésta es propuesta, evaluada y revisada por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno, y se ajusta a criterios de moderación. En la actualidad no existe en Telefónica ningún sistema de remuneración referenciado al valor de cotización de las acciones o que conlleve la entrega de acciones o de derechos de opción sobre acciones, destinado a los Consejeros.

La Compañía facilita anualmente la información relativa a la retribución percibida por los miembros de su Consejo de Administración tanto en la Memoria Anual como en el Informe de Gobierno Corporativo conforme a los criterios establecidos para cada uno de dichos documentos.

Transparencia de la información a los accionistas

Normativa de Información a los Mercados

En el año 2003, el Consejo de Administración de Telefónica aprobó la denominada "Normativa sobre Comunicación de Información a los Mercados", que recoge las exigencias legales que afectan a Telefónica derivadas tanto de la propia legislación española como de las legislaciones internacionales que le son aplicables como consecuencia de la cotización de sus valores en otros mercados. De acuerdo con esta normativa, la Compañía difunde de forma inmediata y simultánea en los mercados en los que está presente toda información que sea considerada relevante y, por tanto, susceptible de ser comunicada al mercado.

Asimismo, dichas comunicaciones se publican en la página web de la Compañía.

Independencia del Auditor Externo

La Comisión de Auditoría y Control tiene entre sus competencias fundamentales proponer al Consejo de Administración, para su sometimiento a la Junta General de Accionistas, la designación del Auditor de Cuentas, así como, en su caso, sus condiciones de contratación, el alcance de su mandato profesional y la renovación o no de su nombramiento.

Por su parte, el Auditor Externo tiene acceso directo a la Comisión de Auditoría y Control, participando habitualmente en sus reuniones, sin la presencia del equipo gestor cuando esto pudiera ser necesario.

De acuerdo con la normativa interna de la Compañía, y en línea con las exigencias legales impuestas por la normativa americana, la contratación de cualquier servicio con el Auditor Externo de la Compañía debe contar siempre con la aprobación previa de la Comisión de Auditoría y Control. Además, esta contratación de servicios distintos de los de la propia auditoría de cuentas se realiza con un estricto cumplimiento de la Ley de Auditoría de Cuentas y de la Ley Sarbanes-Oxley publicada en los Estados Unidos y su normativa de desarrollo. En este sentido, el importe de los trabajos distintos a los de auditoría sobre el total facturado por la firma auditora fue del 11% en el ejercicio 2005.

Composición del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. y de sus Comisiones¹

	Tipo de Consejero	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos y Reputación Corporativa	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Asuntos Internacionales
César Alierta Izuel (Presidente)	●	●						
Isidro Fainé Casas (Vicepresidente)	●	●						
Gregorio Villalabeitia Galarraga (Vicepresidente)	●	●	●			●		●
Fernando de Almansa Moreno-Barreda	●					●		●
David Arculus	●							
Maximino Carpio García	●	●	●	●				
Carlos Colomer Casellas	●	●					●	
Peter Erskine	●	●						
Alfonso Ferrari Herrero	●			●	●			●
Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	●		●	●			●	●
Pablo Isla Álvarez de Tejera	●			●	●			
Luis Lada Díaz	●						●	
Julio Linares López	●	●				●		
Antonio Massanell Lavilla	●		●		●		●	
Vitalino Manuel Nafria Aznar	●							
Enrique Used Aznar	●				●	●		●
Mario Eduardo Vázquez	●							
Antonio Viana-Baptista	●	●						

Secretario no Consejero

Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies		●	●	●		●		
--------------------------------------	--	---	---	---	--	---	--	--

¹ Mayo 2006

- Ejecutivo
- Dominical
- Independiente
- Presidente
- Vocal

Manual de Control Interno para el Reporte de la Información Financiera

La Ley Sarbanes-Oxley afecta a las compañías cotizadas en los mercados financieros norteamericanos y establece, entre sus obligaciones, la necesidad de que los máximos responsables de las sociedades evalúen los sistemas de control interno sobre el reporte de la información financiera, como condición necesaria para asegurar su fiabilidad.

Telefónica ha considerado este requerimiento legal como una oportunidad de mejora y, lejos de conformarse con el cumplimiento de la ley, ha desarrollado al máximo sus estructuras de control interno, mecanismos de control y procedimientos de evaluación aplicados.

Fruto de esta experiencia, se ha editado un “Manual de Control Interno para el Reporte de la Información Financiera” que tiene un triple objetivo:

- Compartir el conocimiento adquirido.
- Transmitir a los mercados el compromiso de Telefónica con el desarrollo de buenas prácticas de Gobierno Corporativo.
- Facilitar la comprensión del modelo desarrollado, aportando un manual práctico a todos aquellos usuarios del mismo o usuarios de la información reportada por Telefónica en referencia a su Modelo de Control Interno sobre el Reporte Financiero (SEC, agencias de rating..).

Responsabilidad Corporativa

03

Telefónica entiende la responsabilidad corporativa como una manera de gestionar su negocio en relación con todos sus grupos de interés.

En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económico-financieros como la forma en la que se obtienen estos resultados.

03 01	Responsabilidad Corporativa en Telefónica	94
03 02	Motor de progreso económico, tecnológico y social	100
03 03	Para todos	108

Telefónica, motor de progreso para todos



Clientes
Calidad y cumplimiento



Accionistas
Rentabilidad y transparencia



Empleados
Claridad y desarrollo profesional

Progreso económico

Satisfacción del cliente

84% fija España
73% fija Argentina
55% fija Brasil
66% fija Chile
63% fija Perú
>70% móvil LATAM

Evolución de tarifas

Disminución 12% en telefonía móvil en España 2005
Disminución 5,1% anual en telefonía fija de España (desde 1998)

Incrementos productividad

Inversión

>1,5 millones de accionistas

Rentabilidad

+76% de rentabilidad acumulada 2003-2005
0,5 € de dividendo por acción

Resultados 2005

+40% resultados
+24% ingresos
+17 generación libre caja

Empleo

207.000 empleados
60.405 España
14.326 Europa
131.968 LATAM

Compensación

5.045 millones de euros
147.000 empleados con remuneración variable

Planes de Pensiones

94 millones de € aportados por Telefónica a los planes privados
>12% rentabilidad (fonditel)

Progreso tecnológico

Innovación

2.900 millones € en innovación en 2005
533 millones € en I+D
>130 nuevos productos

Funcionamiento

2,18% averías en España
4,17% averías en Latam
95% efectividad mínima redes GSM CDMA

Hogar digital

150 ciudades con cobertura de televisión digital en España a diciembre 2005 (3 en dic 2004)

Web accionistas e inversores

1.182.000 visitas
963.000 descargas

Teléfono atención al accionista

>88.000 consultas

Formación

9,3 millones de horas
48 horas de formación por empleado
20% de formación *online*
>43.000 planes de formación

Teletrabajo

>1.000 teletrabajadores

Carrera profesional

350 vacantes publicadas

Competencias

>78.000 empleos evaluados

Progreso social

Inclusión digital

5,5 millones líneas económicas en América Latina
>300.000 abonos sociales en España

Telefónica Accesible

>30 servicios para personas con discapacidad

Responsabilidad en el servicio

Inversión responsable

48,1 millones de euros invertidos por Fonditel en fondos responsables (1,01% del total)



Prácticas laborales

142.000 empleados en convenios colectivos

Auditoría laboral

26 empresas auditadas 2004
4 empresas auditadas 2005

Integración

1.079 empleados con discapacidad
49,3% mujeres
21,8% mujeres directivas

Contratación

85,4% plantilla con contrato fijo o indefinido



Sociedad

Contribución y proximidad



Proveedores

Igualdad de oportunidades y beneficio mutuo



Medio Ambiente

Respeto y protección



Medios

Información y transparencia

Impacto económico

(% ingresos TEF sobre el PIB)
2,2% España
1,3% Argentina
1,1% Brasil
1,8% Chile
2,1% Perú
1,6% Venezuela

Administraciones Públicas

8,511 millones € pagados en 2005

Volumen de compras

>13.000 millones €
>18.000 proveedores adjudicatarios
>42.000 proveedores en catálogo

Proveedores locales

90% proveedores adjudicatarios
85% volumen adjudicado

Satisfacción proveedor

67,5% de satisfacción global

Inversiones

Distrito C: mayor parque productor de energía solar de Europa sobre techo (21,5 millones €) (16.600 paneles solares)

Apoyo a organizaciones ambientales

10 ONGs reciben apoyo de Telefónica

Inversión publicitaria

47% televisión
19% prensa
18% exteriores
10% radio

Inclusión digital Cobertura ADSL

97,3% España, 89,5% Argentina, 96,8% Brasil, 96,5% Chile, 97,0% Perú

Cobertura móvil

99% España, 92% Argentina, 95% Chile 76% Ecuador, 69% México 62% Perú, 93% Venezuela

Servicios públicos

≈700.000 cabinas

Compra online

>8.000 millones € adjudicados
>20.000 procesos de compra online

Subastas online

685 millones € adjudicados
948 procesos de compra

Innovación conjunta

5.000 personas colaboran con Telefónica

Impacto ambiental de TIC

12 estudios en 2005

Formación interna

3.348 empleados formados en 2005

Desarrollo infraestructuras

Acuerdo con la Federación de Municipios para desarrollo de la Sociedad de la Información

Sala de prensa online

176.000 sesiones en 2005 (82.000 en 2004)

Información sobre productos

42% notas de prensa sobre productos

Acción social

>54 millones de € invertidos

Fundación Telefónica

763 proyectos
31.000 entidades participantes
41 millones de participantes

Capacitación en Internet

>5.000 escuelas conectadas en Chile

Telefónica accesible

Manual de comunicación accesible, en colaboración con CERMI

Estándares éticos en cadena de suministro

90% de los proveedores los apoyan (encuesta)

Cumplimiento plazos de pago

98% facturas
96% importe (datos para España)

Gestión medio-ambiental global

13 países comparten la norma de requisitos mínimos ambientales

Formación a la sociedad

Formación social sobre emisiones electromagnéticas

Transparencia

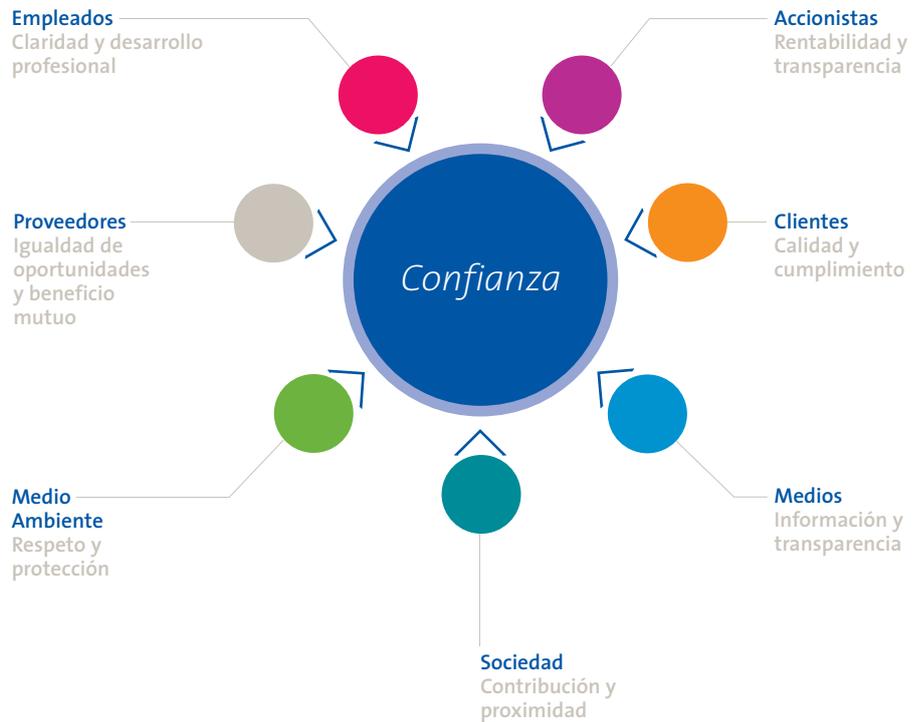
Telefónica, empresa con mejor información en acción social*
1º Telefónica 746 puntos
2º Clasificada 496 puntos
3º Clasificada 465 puntos

*Fundación Empresa y Sociedad



Valores y Código Ético

Los valores de Telefónica



Valores

La aspiración de Telefónica es que sus clientes, empleados, proveedores, accionistas y sociedades de los países donde opera, confíen en ella por su capacidad de cumplir los compromisos adquiridos.

Telefónica es consciente que la confianza no se pide, sino que se gana día a día, adquiriendo compromisos ciertos y cumpliéndolos; demostrando en definitiva que es capaz de hacer lo que dice. Telefónica aspira a lograr este propósito a partir de una actitud de comprensión de las necesidades de sus grupos de interés; de mejora continua en aquello que hace; de la aceptación de las responsabilidades que conlleva el liderazgo; y desde el compromiso con un comportamiento transparente, íntegro y ético.

Código Ético

En Julio de 2005, el Consejo de Administración de Telefónica aprobó un Código Ético que deberá ser observado por los empleados del Grupo Telefónica en su actuación diaria. A este respecto se señala que el Grupo Telefónica Móviles ya disponía de un Código Ético en términos similares al Código aprobado.

En 2005, los Comités de Ética de Telefónica Móviles cumplieron su primer año de funcionamiento. Sumando la actividad del Comité Corporativo y los Comités de Ética de las operadoras, el número total de temas tratados durante el año 2005 alcanzó la cifra de 306. Aunque la clasificación de los temas resulta a veces subjetiva, el 44,5% de las cuestiones tratadas por el comité fueron calificadas en el ámbito de comportamientos, que se refieren a cuestiones de trato de jefes o entre empleados, favoritismo y acoso laboral.

Durante el año 2006 uno de los objetivos clave es la consolidación de la implantación de dicho Código en todo el Grupo Telefónica, así como la alineación entre los "Business Principles" de O2 y el Código Ético de Telefónica.

Anticorrupción y Soborno

Institucionalmente Telefónica en su Código de Ética aprobado por el Consejo de Administración, comunicado a sus empleados y publicado para conocimiento de los distintos grupos de interés, ha manifestado su firme compromiso de actuar conforme a las leyes y normativas nacionales e internacionales que le sean de aplicación. Y en ningún caso, recurrir ni tolerar sobornos de terceros hacia la Compañía o sus empleados, o viceversa.

Asimismo, el Código señala la obligación de sus empleados de rechazar y no ofrecer sobornos, incluyendo en este concepto regalos de los que, por su valor, puedan derivarse obligaciones posteriores.

El Grupo también dispone de canales de denuncias que garantizan la confidencialidad del denunciante y tiene establecidas reglas para su protección. Adicionalmente, la normativa interna del Grupo establece controles en los procesos que ligan la toma de decisiones con las salidas de fondos que permiten disponer de una seguridad razonable de que ningún directivo o empleado podrá, a título individual, realizar pagos indebidos o que, de producirse, sean detectados en tiempo.

Hay que significar que no hay ninguna conclusión en los informes de Inspección elaborados en el Grupo en la que se ponga de manifiesto la existencia de pagos a partidos políticos, sobornos o pagos a personas o empresas que pudieran actuar como intermediarios para destinar fondos a partidos políticos o candidatos.

Responsabilidad Corporativa

Modelo de gestión de Responsabilidad Corporativa en Telefónica



Objetivo estratégico

Telefónica ha incluido en su Mapa Estratégico el objetivo de ser percibido como líder comprometido y responsable por la sociedad en general y los grupos de interés en particular. Los indicadores de seguimiento asociados son:

- Evaluaciones realizadas por analistas y observadores en materia de Responsabilidad Corporativa.
- Encuestas a la sociedad acerca de su percepción sobre Telefónica, para lo que se utiliza el modelo de reputación corporativa RepTrack, elaborado por el Reputation Institute en colaboración con el Foro de Reputación Corporativa.

Organización de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica es competencia de la Subdirección General de Reputación, Marca y Responsabilidad Social Corporativas, integrada en la Dirección General de Comunicación Corporativa.

Dicha unidad cuenta con colaboradores en las distintas áreas de gestión corporativas responsables de la relación con los diferentes grupos de interés, las unidades

de negocio del Grupo y los países en los que se desarrollan actividades.

Para la supervisión de los aspectos de Responsabilidad Corporativa, el Consejo de Administración de Telefónica S.A. cuenta con una Comisión formada por cuatro consejeros no ejecutivos: la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa, órgano de supervisión y control al que se informa con carácter bimensual acerca de los aspectos más relevantes relacionados con la reputación corporativa y su evolución, la Responsabilidad Corporativa y el comportamiento de Telefónica frente a las demandas de sus grupos de interés.

Modelo de Gestión

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica está basada en cinco principios estructurados en etapas, que constituyen en conjunto, un ciclo de gestión orientado a la mejora continua. Este modelo de gestión (descrito en el Informe completo) busca el equilibrio entre el crecimiento económico del negocio y la satisfacción de expectativas de todos sus grupos de interés.

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en la empresa debe responder a un proceso de mejora continua, en virtud del cual se realiza un diagnóstico previo tanto de los

aspectos de riesgo relacionados con la Responsabilidad Corporativa, como de las expectativas de los grupos de interés. Sobre esa base se establecen políticas y acciones de mejora que se adaptan a las particularidades de cada línea de negocio y país. Al evaluar el grado de consecución de los objetivos y comunicarlo a los grupos de interés, se inicia un nuevo ciclo de forma que todo el proceso se repita periódicamente en el tiempo.

Diálogo

En el año 2005, Telefónica ha avanzado notablemente en la fase de diálogo con los grupos de interés, a través de su participación en el debate metodológico y en la aplicación de cuatro casos prácticos. A través del diálogo, la Compañía intenta alcanzar un doble objetivo:

- Que los grupos de interés puedan influir en el desarrollo de los objetivos y proyectos empresariales acometidos por Telefónica, manifestando sus necesidades y su percepción.
- Que las acciones y proyectos que se ponen en marcha en Telefónica sean acordes con las expectativas de los grupos de interés, estén orientadas correctamente, y generen valor.

Hitos y retos

en Responsabilidad Corporativa

- 1 Responsabilidad Corporativa
- 2 Código Ético
- 3 Reputación Corporativa
- 4 Marca

1	Inclusión del objetivo "líder comprometido y responsable" en el Mapa Estratégico de Telefónica	Coordinar la estrategia de RC con O2
	Publicación de Informes de Responsabilidad Corporativa País (Argentina, Brasil, Chile, Perú)	Auditoría del Informe de RC bajo la norma AA1000/AS en los países
	Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés España 2005	Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés LATAM 2006
	Estudios sobre impacto de las telecomunicaciones en el desarrollo sostenible	
2	Aprobación del Código Ético para el Grupo Telefónica	Implantación del Código Ético en el Grupo Telefónica
	Implantación del Código Ético en Telefónica Móviles	Alineamiento con los Business Principles de O2
3	Puesta en marcha de RepTrack como herramienta de medición	Mejorar la percepción de Telefónica en las dimensiones más débiles un 5% en los países de LATAM
	Identificación de los factores de riesgos reputacional	Implantación de Modelo Corporativo de gestión del riesgo reputacional
4	Establecimiento del Modelo de arquitectura de Marca de Telefónica	Alineamiento del Modelo de arquitectura de Marca de Telefónica y O2
	Lanzamiento global de movistar, marca comercial de Telefonía Móvil	Lanzamiento de una marca comercial para el hogar digital
	Hito	Reto 2006

5 Clientes

5	Métricas homogéneas de satisfacción del cliente en TdE, TISA y Telefónica Móviles España	Establecimiento de métricas homogéneas para medir la satisfacción del cliente en Telefónica Móviles LATAM
	Proyectos de mejora en la atención por resolución de la incidencia en el primer contacto con el cliente	Servicio de Defensa del Cliente en España
	Progresos en la certificación por resolución de la incidencia en el primer contacto con el cliente	Progresos en la certificación ISO 9001
	Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet	Implantar Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet
	Normativa de Gestión de Contenidos Para Adultos	Implantar Normativa de Gestión de Contenidos Para Adultos
	Manual para entender la telefonía móvil para los clientes España 2005	Manual para entender la telefonía móvil para los clientes LATAM 2006
		Normativa de Gestión del Juego como un contenido

Principales Reconocimientos a Telefónica en Responsabilidad Corporativa

1. Reconocimiento a proyectos de Responsabilidad Corporativa en España

- Premio Empresa y Sociedad a la Mejor Acción Social Internacional.
- Mejor acción social de acuerdo a una encuesta realizada por la Fundación Empresa y Sociedad a 275 expertos.

2. Reconocimiento a proyectos de Responsabilidad Corporativa en América Latina

- Labor social más destacada 2005 (Cámara Española de Comercio de la República Argentina).
- Premio Fundación Codespa a la Empresa Solidaria.

3. Comunicación en Responsabilidad Corporativa

- Premio Europeo de Medio Ambiente en la categoría de Comunicación para el Desarrollo Sostenible (Fundación Entorno).
- Telefónica lidera el estudio de la responsabilidad social en las memorias anuales de las empresas del Ibx 35, (Observatorio de la RSC).

4. Inversión responsable:



6 Empleados

Incrementar más de un 5% la satisfacción de los empleados	Incrementar más de un 5% la satisfacción de los empleados
Publicación global de vacantes en La Intranet para fomentar el desarrollo profesional y la rotación interna	Plan de desarrollo individualizado para todos los empleados
Norma de control de riesgos laborales en contratación de obras y servicios (como medida preventiva tras la auditoría 2004)	3ª y última fase del proceso de Auditoría Laboral del Grupo Telefónica
Más del 75% de los empleados evaluados por competencias	Desarrollo del modelo de Universidad Corporativa
	Homogenización de los beneficios sociales del Grupo para Directivos
	Nuevas formas de trabajo: Oficina dinámica trabajo en movilidad, Política de Conciliación de vida personal y profesional
	Política Corporativa de integración de Personas con Discapacidad de la LISMI
Puesta en marcha Plan Comunicación Interna España 2005	Puesta en marcha Plan Comunicación Interna LATAM 2006

7 Sociedad

8 Medio Ambiente

9 Proveedores

7 Revisión estratégica de las áreas de trabajo de Fundación Telefónica (educared, proniño, forum, voluntariado)	Impulso a los proyectos de Voluntariado Corporativo
Proyecto Telefónica Accesible (España 2005)	Proyecto Telefónica Accesible (2 países de LATAM en 2006)
	Impulso al proyecto de "Inclusión Digital" en LATAM
8 Implantación de la norma "Requisitos Ambientales Mínimos"	Implantación de la norma "Requisitos Ambientales Mínimos" Un paso en cada empresa
	Mejora en los sistemas de gestión de residuos en LATAM
Programas de eficiencia en el consumo del papel	Normativas internas de gestión y control de aspectos ambientales
	Establecimiento de Comités Medio Ambiente por País
	Publicación de una Política Medioambiental para el Grupo Telefónica
9 Encuesta de satisfacción de proveedores	Política de compras responsables del Grupo Telefónica
Incremento del volumen de contratación online	Política de compra a proveedores sociales
Participación en el Grupo sobre Cadena Suministro de GeSI	Participación en el Grupo sobre Cadena Suministro de GeSI





Motor de
progreso

Económico

Tecnológico

Social

Motor de progreso económico

Impacto de la actividad en la economía

Telefónica, como una de las primeras empresas nacionales en cada uno de los países donde está presente, asume su papel de motor de la economía. En 2005, Telefónica se ha convertido en una compañía más regional, consecuencia de su compromiso de inversión y para adaptarse a las necesidades de cada uno de los mercados en los que desarrolla operaciones. Este carácter regional se aprecia en su distribución de ingresos; el 48% de los mismos en 2005 proceden de países diferentes a España (40% en 2004).

Redistribución de rentas

Telefónica tiene un importante efecto redistribuidor de la riqueza que genera entre todos sus grupos de interés; destacando el 45% que aproximadamente se redistribuye entre sus proveedores, el 16% que revierte a las distintas Administraciones Públicas y el 8% en la remuneración a sus más de 207.000 empleados en todo el mundo.

Evolución de las tarifas

Uno de los aspectos que más preocupan a los clientes de Telefónica es la evolución de las tarifas asociadas a los servicios que contratan. La reducción de las tarifas traslada a los consumidores una mayor capacidad de compra y generan un impacto antiinflacionista en la sociedad.

En España, las comunicaciones son el único componente de la cesta de la compra para contabilizar el IPC con evolución constante de precios a la baja desde el año 2000. Adicionalmente, en América Latina, la evolución de los precios de telefonía fija en los últimos años se ha mantenido muy por debajo de la evolución del IPC.

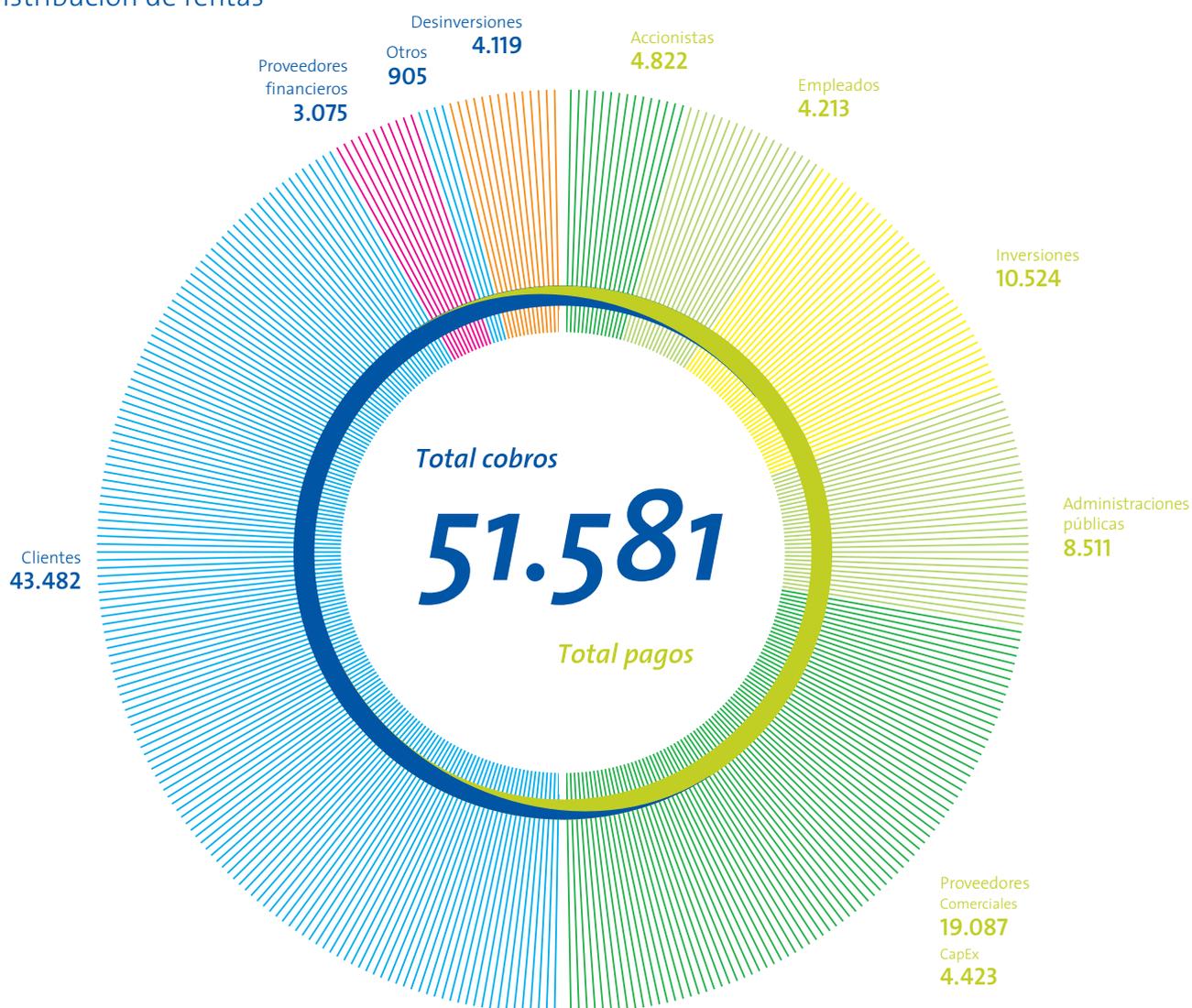
Impacto en la productividad

La adopción y utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) por parte de las empresas parece tener un impacto positivo en la productividad y el crecimiento económico en general. Esto se debe a que las tecnologías han traído consigo la aparición de oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios y la mejora de los procesos de negocio de los ya existentes. La posibilidad de reducir costes, la utilización eficiente de recursos y la posibilidad de ampliar mercados ha contribuido a que los ciudadanos se estén beneficiando de productos de mayor calidad a precios más bajos.

Redistribución de rentas

En estas páginas se pretende presentar, de forma resumida, la contribución de la actividad económica de Telefónica a la sociedad. Al examinar la distribución de los flujos económicos en los que interviene el Grupo Telefónica se puede apreciar el efecto redistributivo entre sus proveedores, empleados, administraciones públicas, entidades de crédito, accionistas o clientes.

Redistribución de rentas



Presencia en 19 países

37.882,1 millones de euros de ingresos

>1,5 millones de accionistas

54 millones € en acción social y cultura

154 millones de accesos

18.000 proveedores

207.000 empleados

2.900 millones de euros en innovación

Motor de progreso económico

Colombia

% ingresos TEF:	2,1
% ingresos TEF/PIB:	0,8
CAPEX 2005 ¹ :	275,4
Impuestos pagados ¹ :	111
Miles de accesos ² :	6.036
Empleados:	4.487
Proveedores:	1.272
% adjudicadas a prov. locales:	36,9

Venezuela

% ingresos TEF:	3,8
% ingresos TEF/PIB:	1,6
CAPEX 2005 ¹ :	147,8
Impuestos pagados ¹ :	358
Miles de accesos ² :	6.160
Empleados:	5.983
Proveedores:	1.102
% adjudicadas a prov. locales:	51,4

México

% ingresos TEF:	2,3
% ingresos TEF/PIB:	0,1
CAPEX 2005 ¹ :	266,7
Impuestos pagados ¹ ·*	6.371
Miles de accesos ² :	8.506
Empleados:	590
Proveedores:	95,8
% adjudicadas a prov. locales:	95,8

*En 2005 hubo devolución de impuestos a Telefónica

Perú

% ingresos TEF:	3,4
% ingresos TEF/PIB:	2,1
CAPEX 2005 ¹ :	175,3
Impuestos pagados ¹ :	399
Miles de accesos ² :	6.668
Empleados:	11.548
Proveedores:	2.338
% adjudicadas a prov. locales:	83,4

Chile

% ingresos TEF:	4,2
% ingresos TEF/PIB:	1,8
CAPEX 2005 ¹ :	310,7
Impuestos pagados ¹ :	265
Miles de accesos ² :	8.189
Empleados:	12.375
Proveedores:	1.693
% adjudicadas a prov. locales:	74,3

Argentina

% ingresos TEF:	5,2
% ingresos TEF/PIB:	1,3
CAPEX 2005 ¹ :	260,4
Impuestos pagados ¹ :	450
Miles de accesos ² :	13.769
Empleados:	18.856
Proveedores:	1.514
% adjudicadas a prov. locales:	83,4

Brasil

% ingresos TEF:	18,2
% ingresos TEF/PIB:	1,1
CAPEX 2005 ¹ :	1.068,4
Impuestos pagados ¹ :	2.894
Miles de accesos ² :	46.406
Empleados:	63.743
Proveedores:	2.161
% adjudicadas a prov. locales:	98,8



(1) Millones de euros

(2) Fijo + móvil + ADSL + TV

La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el auditor de este informe. Los datos mencionados, pudieran verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que, pudieran producir modificaciones a su contenido. Dicha información se ha consolidado con criterio de devengo, mientras que la de redistribución de rentas se ha hecho con criterio de caja.

Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Se han incluido aquellos países que suponen más de un 2% de la facturación de Telefónica. Por ingresos de Telefónica en el país se ha considerado la aportación en ingresos del país al consolidado de Grupo Telefónica.

País

% ingresos TEF: Porcentaje que supone el país sobre los ingresos de Telefónica, calculado sobre la aportación de ingresos al consolidado del Grupo. (%).

% ingresos TEF / PIB: Ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB estimado para el país. (%).

CAPEX 2005: Inversión consolidada en el país por parte de Telefónica en el ejercicio (millones de euros).

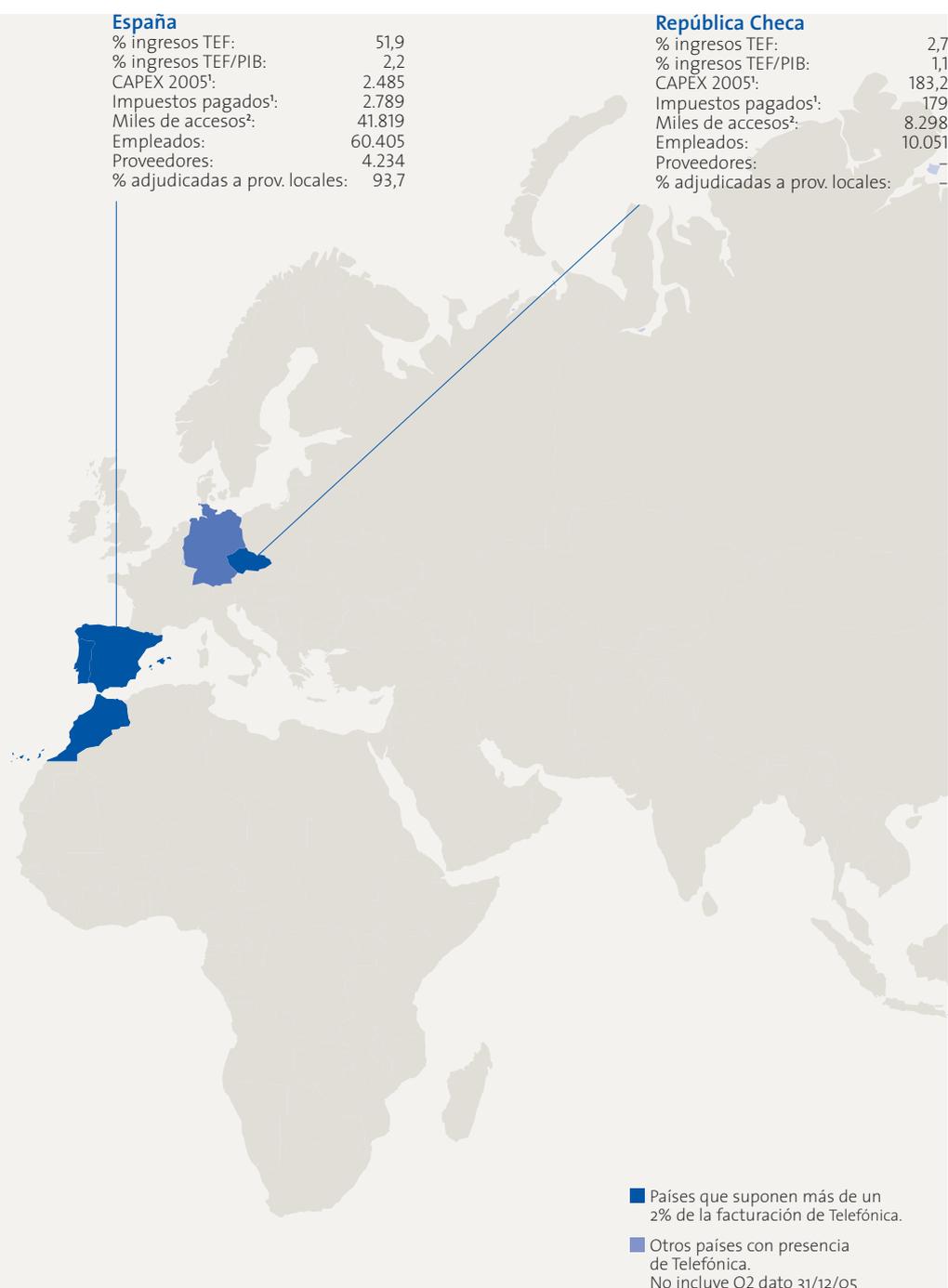
Impuestos pagados: Impuestos pagados en el país durante el ejercicio (millones de euros).

Miles de accesos: Equivale al número de accesos fijos + móviles + ADSL + TV (miles).

Empleados: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2005)

Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2005.

% adjudicadas a prov. locales: porcentaje de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de adjudicaciones, basado en el volumen de adjudicación.



Motor de progreso tecnológico

Sociedad de la Información

La clave para impulsar la Sociedad de la Información es hacer realidad la transformación de sus beneficios potenciales en beneficios reales para sus usuarios. Para conseguirlo, Telefónica desarrolla, en colaboración con otras empresas, servicios orientados a impulsar la productividad de los diferentes sectores empresariales y Administraciones Públicas. Las actuaciones se clasifican en:

- Hogar e inclusión de ciudadanos
- Competitividad e innovación
- Educación en la era digital
- Servicios públicos digitales
- Contexto digital

I+D+i

Para Telefónica la innovación constituye la clave del desarrollo de la sociedad de la información. Innovar es transformar ideas en productos y servicios rentables que aporten valor al cliente.

En 2005 Telefónica dedicó a innovación tecnológica, utilizando los criterios de la OCDE, 2.900 millones de euros. Esto supone un incremento del 20,9% respecto al ejercicio anterior debido fundamentalmente a la incorporación de los nuevos negocios en Latinoamérica y en la República Checa. Un 45% de este esfuerzo se refiere a innovación tecnológica realizada en España, un 23% a la realizada en Brasil y un 6% en Argentina. Telefónica Móviles es, nuevamente, con un 52% del total, la empresa del Grupo que proporcionalmente invierte más en innovación.

Telefónica considera que para lograr un mejor posicionamiento en un mercado cada vez más complejo, la innovación no se puede

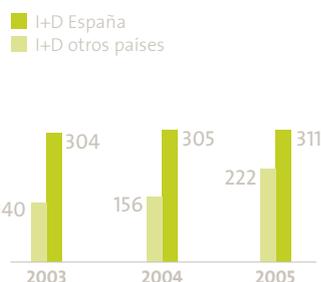
basar sólo en la adquisición de tecnología. Es necesario que las actividades de investigación y desarrollo se conviertan en eje y enfoque del resto de la innovación para garantizar una diferenciación frente a los competidores. Durante 2005, se ha incrementado todavía más el esfuerzo en I+D un 15,6% llegando a los 311 millones de euros en España y más de 533 millones en todo el mundo. Esta última cifra supone un 1,41 % de los ingresos totales de Telefónica.

Telefónica genera empleo para más de 6.800 personas en el campo de la innovación tecnológica, siendo 1.800 profesionales de empresas del Grupo Telefónica y 5.000 empleados de empresas colaboradoras. La Cartera de productos propiedad de Telefónica está compuesta por 3.055 patentes, modelos y diseños industriales.

Telefónica cuenta con Telefónica I+D, cuya misión es contribuir a la mejora de la competitividad de Telefónica mediante la innovación tecnológica, teniendo siempre presente que los resultados de la I+D deben ser trasladables a los clientes. En 2005, Telefónica I+D trabajó en 1.800 proyectos (1.660 en 2004) dedicándose al desarrollo de productos, servicios y procesos para los negocios de Telefónica, así como a la investigación aplicada.

Distribución de la I+D por países

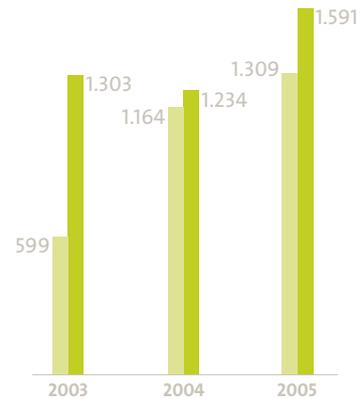
Cifras en millones de euros



Distribución de la innovación por países

Cifras en millones de euros

- Innovación España
- Innovación otros países



Colaboración con la Universidad

Telefónica es consciente de la necesidad de estar en contacto con todos los agentes que intervienen en dicho proceso. Por ello, el fomento de la relación Universidad-Empresa es un objetivo prioritario. Las iniciativas puestas en marcha por Telefónica en este campo apoyan tanto la investigación básica como la aplicada, potencian la formación de los futuros profesionales, y ayudan en general a que el uso de las nuevas tecnologías se extienda al entramado económico del país.

En España, el Grupo Telefónica llevó a cabo en el año 2005 más de 100 iniciativas con Universidades y Escuelas de Negocio en España y favoreció la concesión de 1.100 becas a estudiantes de diferentes Universidades del país. El esfuerzo económico del Grupo Telefónica orientado al apoyo de la formación en la Universidad ha sido en el último ejercicio superior a los ocho millones de euros.

La línea de las Cátedras Telefónica lleva en funcionamiento desde el año 2001 y en este quinto año la actividad ha continuado con su proceso de consolidación. En 2005, cerró el ejercicio con 12 Cátedras Telefónica y 2 masters en diferentes Universidades españolas.

Colaboración Institucional

Telefónica colabora en asociaciones y organismos de prestigio y representatividad a nivel mundial, contribuyendo al desarrollo de estándares tecnológicos y a la profesionalización de la función empresarial. Las principales asociaciones y foros en las que Telefónica participa activamente son aquellas relacionados con las telecomunicaciones, principalmente en las zonas de operaciones de la Compañía (España, Latinoamérica y Europa).

Motor de progreso social:

Telecomunicaciones y desarrollo sostenible

Las telecomunicaciones siempre han presentado un papel protagonista en el impulso de nuevos modelos de relación entre las personas y en las empresas. Adicionalmente, y de manera creciente, van a adquirir un papel protagonista para reducir el consumo de recursos ambientales en la actividad empresarial, y en la inclusión social de las personas a través de la inclusión digital. Para que todo esto sea realidad, es necesario concienciar a la sociedad de que estos impactos positivos son mayores que el coste de vencer las barreras para su implantación o la suma de los impactos negativos colaterales.

Para más información, los estudios completos se encuentran en:
www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa

	Aspectos positivos	Barrera a su implantación
Uso de la energía en la sociedad digital	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia energética de las redes Sustitución de transporte Uso de las TIC como medio de sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> Producción y uso de los equipos Consumos de equipos en stand-by Uso de energía de los operadores de red
Hogar digital	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la calidad de vida Mejor asistencia sanitaria en el hogar Mayor seguridad del hogar Mayores posibilidades de ocio 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo eléctrico Inversiones por parte de los ciudadanos
Administración electrónica	<ul style="list-style-type: none"> Rapidez, comodidad y flexibilidad Simplificación de trámites burocráticos Mayor cercanía y participación ciudadana Mayor capacidad de seguimiento de trámites Reducción de errores y mayor eficacia 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de conectividad Usabilidad y accesibilidad Falta de experiencia y desconocimiento Seguridad y falta de confianza Inversiones por parte de la administración
Telecomunicaciones al servicio de emergencias	<ul style="list-style-type: none"> Prevención y alerta temprana Sistemas de aviso y rapidez en la respuesta Ayuda en labores de coordinación Movilización y canalización de ayuda 	<ul style="list-style-type: none"> Vulnerabilidad de los sistemas Dependencia del entorno geográfico
Inclusión de las personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> Acceso universal a la información Mejores oportunidades (estudio, trabajo...) Soluciones para la integración de discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño "para todos" Dificultades de implementación Coste de adaptación de servicios
Tele-educación	<ul style="list-style-type: none"> Mayores recursos formativos para los alumnos Acercar la educación a grupos excluidos Mejorar la educación en países en desarrollo Flexibilidad y alcance para las universidades 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de infraestructuras Falta de motivación de los alumnos Falta de formación de los profesores Formación a lo "largo de la vida"
Uso del papel en la sociedad digital	<ul style="list-style-type: none"> Eficacia en el entorno de trabajo Movilidad y colaboración Trámites administrativos sin papeles Desmaterialización 	<ul style="list-style-type: none"> Malos hábitos de imprimir Dificultad de implantar la firma electrónica Cansancio de lectura en los monitores Necesidad de equipamientos y tecnologías
Comercio electrónico aplicado al turismo	<ul style="list-style-type: none"> Reducciones de los precios del viaje Disponibilidad de información sobre el destino Oportunidades para el desarrollo regional 	<ul style="list-style-type: none"> Desconfianza hacia la seguridad de compra Emisiones de gases de efecto invernadero Adaptación a las necesidades del viajero
Nuevas tecnologías al servicio de la salud	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de urgencias (diagnóstico precoz) Formación de los profesionales sanitarios Mejor gestión hospitalaria Atención al paciente donde y cuando lo necesita 	<ul style="list-style-type: none"> Inversiones iniciales en equipamiento Interoperabilidad entre centros sanitarios Adaptación del personal sanitario Desconfianza ante la seguridad de los datos





- Clientes
- Accionistas
- Empleados
- Sociedad
- Proveedores
- Medio Ambiente
- Medios

Clientes

Mercados

Evolución del mercado global

Telefónica ha experimentado en 2005 un fuerte incremento de los accesos totales (+24,3% interanual) impulsados por la expansión de los clientes celulares y los accesos de banda ancha, cerrando el ejercicio 2005 con 153,5 millones. Incluyendo los clientes de O2, cuya adquisición se ha materializado en 2006, la base de clientes del Grupo Telefónica ascendería a 180,9 millones.

Telefonía fija en España

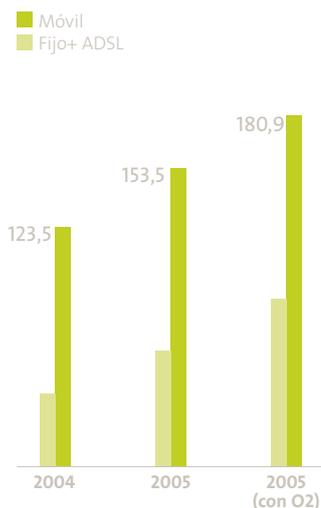
En España, Telefónica de España tiene unas cuotas estimadas de mercado del 85% en accesos de telefonía fija, 66% de tráfico de voz, 89% de accesos fijos a Internet de banda ancha y 55% para los accesos minoristas a Internet de banda ancha.

Telefónica de España cumple con 12 de los 16 objetivos de calidad establecidos por el regulador. De acuerdo al estudio realizado por la Secretaría de Estado, Telefónica de España ofrece mejor calidad promedio que los operadores alternativos en los trece parámetros medidos.

Durante 2005 Telefónica de España hizo frente a varios expedientes sancionadores, consecuencia de su condición de operador incumbente, tal y como se detalla en el informe completo.

Total accesos de Grupo Telefónica

Cifras en millones de accesos



Telefonía fija en América Latina

Telefónica ofrece servicios de telefonía fija en Argentina, Brasil (Estado de Sao Paulo), Chile y Perú; siempre bajo la estricta supervisión de los niveles de calidad ofrecidos por parte de los organismos reguladores.

- Durante el ejercicio 2005, TeleSP en Brasil firmó la renovación de su contrato de concesión, comprometiéndose a cumplir las nuevas condiciones establecidas.
- Telefónica del Perú está en el proceso de renovación de su contrato, ante lo cual el informe del regulador reconoce un nivel de cumplimiento de los objetivos en 18 de las 24 metas marcadas.
- En Argentina, las operaciones se están desarrollando en un contexto de actividad y consumo crecientes, y en un marco de tarifas congeladas.
- En Chile existe una denuncia significativa contra Telefónica ante el Tribunal de la Competencia.

Telefonía móvil

Los mercados de telefonía móvil se caracterizan por una mayor intensidad competitiva en casi todos los mercados, siendo las cuotas de mercado de Telefónica inferiores a las de telefonía fija. En España, la cuota de mercado de Telefónica Móviles se sitúa en torno al 50% del total de accesos.

Las distintas operadoras también cumplen con las diferentes condiciones establecidas por las autoridades regulatorias. En concreto, Telefónica Móviles España lideró cuatro de los seis parámetros evaluados en el estudio sobre la calidad de los servicios de telefonía móvil en España, elaborado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

De los asuntos legales relevantes iniciados durante 2005 ante Telefónica Móviles SA, once correspondieron a regulaciones nacionales sobre la prestación de servicios de telecomunicaciones.

Calidad y cumplimiento

Procesos críticos de relación con el cliente



Relación con el cliente

Telefónica tiene el objetivo de optimizar la satisfacción con sus clientes. Dentro de este esfuerzo por una mayor orientación al cliente, es fundamental la motivación y el convencimiento de los profesionales y colaboradores de la Compañía. Este es el objetivo de los programas “Compromiso Cliente” de Telefónica Internacional y “meta:cliente” de Telefónica de España.

En su relación con sus clientes, Telefónica presta atención a:

Estudios cualitativos

Telefónica mantiene un diálogo fluido con un buen número de asociaciones de consumidores y usuarios, algunas de ellas especializadas en el ámbito de las nuevas tecnologías. En el caso de España, Telefónica colabora activamente con un total de 16 asociaciones, 12 de ellas de ámbito nacional y 4 autonómicas.

En América Latina, Telefónica tiene consolidados canales de diálogo permanente con las distintas asociaciones de consumidores.

Para Telefónica esta relación tiene una gran importancia, ya que permite trasladar los clientes, en forma de mejoras en los productos y servicios ofrecidos, las muchas sugerencias que recibimos de estas asociaciones. Durante 2005 se han tratado las preasignaciones irregulares, los redondeos en la telefonía, la calidad en el acceso a internet o las nuevas ofertas y paquetes de ADSL, entre otros.

Procesos críticos de relación

Comercialización

En 2005, Telefónica orientó su estrategia hacia el cliente a la comercialización de productos adaptados a sus necesidades. Algunas de las iniciativas desarrolladas en este sentido son:

- La duplicación gratuita de velocidad del servicio ADSL, las ofertas combinadas Dúo y Trío, las soluciones ADSL.
- Hacer llegar a los clientes los terminales y las aplicaciones que pueden aprovechar la mayor potencialidad y ancho de banda de las nuevas redes móviles.

En cuanto al número de establecimientos comerciales, el Grupo Telefónica ofrece sus servicios tanto a través de establecimientos propios (104 de Telefónica de España, 124 de TeleSP, 51 de Telefónica de Argentina y 815 de Telefónica Móviles en el mundo) y canales de venta indirectos (más de 30.000 puntos de venta de Telefónica Móviles o 2.500 de Telefónica de España).

Cabe destacar los esfuerzos realizados por Telefónica (en especial de Telefónica Móviles España) en actividades de fidelización. En 2005, se registraron cerca de 4,5 millones de canjes en el programa de puntos de movistar.

Provisión del servicio

Telefónica de España instaló en 2005 más de 1.100.000 líneas telefónicas y cumplió con el compromiso de instalación establecido por los clientes en un 99,17% de los casos. El tiempo medio de instalación de una línea es inferior a 10 días (9,68 días).

En América Latina, Telefónica se esfuerza por realizar la instalación de las líneas en el menor tiempo posible, adecuándose a las

expectativas de los clientes y alcanzando un tiempo promedio de 5,67 días en 2005 (6,84 en 2004).

En España, Telefónica de España instaló en el ejercicio 2005 más de un millón de líneas ADSL, con un tiempo promedio de instalación de 11,53 días (9,8 en 2004).

En América Latina, el tiempo medio de instalación del servicio de banda ancha para el segmento residencial se situó en 5,53 días en diciembre de 2005 (4,8 en 2004).

Funcionamiento

Todas las empresas del Grupo Telefónica Móviles mantienen un control de calidad constante a través de una serie de indicadores que permiten la comprobación periódica del estado de las redes y servicios.

El valor interno de efectividad de las redes GSM y CDMA de Telefónica Móviles en el mundo se situó en un 92% incluyendo las operaciones que se incorporaron al Grupo en 2005.

Durante el ejercicio 2005, el número de averías promedio por cada 100 líneas de telefonía básica se situó en 2,18 para Telefónica de España (2,07 en 2004). A nivel latinoamericano, el porcentaje de averías promedio en telefonía básica en América Latina se situó en el 4,17% frente al 4,49% del ejercicio anterior.

Uno de los aspectos que se ha identificado como una de las mayores preocupaciones por parte de nuestros clientes es el ratio de averías. Por eso Telefónica Internacional pretende medir el porcentaje de averías reiteradas sobre el total de averías en la región. En diciembre 2005 este dato alcanzó el 19,4% (23,11% en 2004).

Satisfacción general del cliente con Telefónica

Datos en porcentaje

	Telefonía fija Segmento residencial		Telefonía móvil	
	2005	2004	2005	2004
España	84	81		
Argentina	73	68		
Brasil	55	51		
Chile	66	61		
Perú	63	58		
España Global			-	86
Lationamérica contrato ¹			-	70
Lationamérica prepago ¹			-	78

¹ Calculado de forma ponderada respecto al número de clientes en cada país. No se han incluido los datos de México ni Uruguay, por no disponer de estudios de este tipo con metodología homogénea

En Junio de 2005, la Asociación de Internautas realizó su tercer estudio sobre la velocidad en acceso a Internet que mantenía el servicio ADSL de Telefónica como el más rápido y regular frente al resto de operadoras de ADSL y cable, con una velocidad que supera a otras alternativas hasta en un 32%.

Facturación

El porcentaje de reclamaciones sobre facturas de Telefónica de España en el cuarto trimestre de 2005 alcanzó el valor de 3,48 por mil, siendo el valor objetivo establecido por el regulador del 5 por mil.

Telefónica Internacional alcanzó en 2005 un porcentaje de reclamaciones sobre facturas de telefonía básica del 1,28% (1,59% en 2004). Si se determina el porcentaje de esas reclamaciones que concluyen en ajustes a favor del cliente, este valor se situó en el 65,47% para la región.

Telefónica Móviles España alcanzó 1.655 reclamaciones por cada 1.000 facturas en el cuarto trimestre de 2005.

Atención al cliente

El teléfono es el medio más utilizado por los clientes de Telefónica para comunicarse con la Compañía y hacer llegar sus preguntas, solicitudes y reclamaciones, como demuestra el hecho de haber atendido más de 600 millones de llamadas en 2005.

El objetivo de los Centros de Atención Telefónica es dar respuesta de manera efectiva a las demandas del cliente en el menor tiempo posible y en el primer contacto. La calificación que ofrecieron los clientes al servicio ofrecido por Telefónica España alcanzó un valor de 67,7% considerando que el cliente responde justo antes de completar la comunicación.

Servicio técnico

El tiempo medio de resolución de averías de una línea telefónica básica en España se sitúa en 16 horas en 2005, valor idéntico al obtenido en 2004. En América Latina, este valor se sitúa en 42 horas en promedio (42,75 en 2004).

El tiempo medio de resolución de averías de una línea ADSL en España se sitúa en las 14,15 horas (10,36 en 2004). En el caso del ADSL en América Latina, el tiempo medio de resolución de averías se sitúa en 21,8 horas (19,45 en 2004).

Satisfacción del cliente

La satisfacción de sus clientes es el objetivo prioritario del Grupo Telefónica y el eje central de toda su estrategia. Con el fin de conocer la evolución de esta satisfacción y comprobar los efectos de las distintas medidas adoptadas por Telefónica, las empresas del Grupo realizan seguimientos periódicos de los niveles de satisfacción a través de encuestas.

Priorización de los puntos críticos de mejora

Los aspectos críticos de mejora se determinan en base a la importancia relativa concedida por los clientes a cada proceso y de la calificación de Telefónica frente a la competencia.

Los procesos de comercialización y de atención al cliente son aquellos en los que Telefónica debe seguir trabajando para adaptarse a las necesidades de sus clientes.

Implantación de los proyectos de mejora de la calidad del servicio

El objetivo es conseguir mejoras significativas en la percepción por parte del cliente de la calidad ofrecida en los diferentes procesos que componen la actuación de la Compañía hacia el cliente. Telefónica de España tiene en marcha 250 iniciativas de mejora, mientras que Telefónica en Latinoamérica tiene más de 150. Una de las metodologías más extendidas en el Grupo Telefónica es Seis Sigma.

Certificación

La obtención de certificados de calidad permite contrastar la operativa interna con la opinión de entidades externas independientes que aplican normas internacionales estandarizadas.

- Telefónica de España dispone de un Sistema de Calidad implantado y certificado desde 2001, con ámbito de aplicación en todos los procesos de la organización y en todo el territorio donde opera la empresa.
- Telefónica Latinoamérica avanzó notablemente en la certificación de sus procesos de calidad bajo la norma ISO 9001. Dichos procesos de certificación en la región involucraron a más de 5.000 profesionales del Grupo.
- Telefónica Móviles también está avanzando en los procesos de certificación de sus procesos en todos los países de América Latina en los que desarrolla operaciones.

A pesar de las innumerables ventajas que ofrece Internet a sus usuarios, también puede presentar algunas amenazas. La extensión de las redes a escala global hace posible que los usuarios reciban ataques externos como spam, intrusión, ataques a la propiedad intelectual, contenidos inadecuados, pornografía infantil, fraude, phishing, injurias...

Responsabilidad en el servicio

Abusos de Internet

Telefónica considera clave proteger a sus clientes frente a estos abusos. En marzo de 2004, Telefónica puso en marcha una iniciativa corporativa para coordinar las políticas y procesos utilizados en la detección y resolución de incidencias IP en las redes. En 2005, se desarrollaron y aprobaron la "Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet" y las "Obligaciones de las Empresas del Grupo Telefónica relacionadas con la Gestión de Abusos en los servicios de Internet".

Además de regular su comportamiento, la colaboración de Telefónica en esta materia incluye consejos acerca de cómo utilizar Internet a los clientes, canales de recepción de denuncias y oferta de herramientas y servicios para proteger los equipos de los clientes.

Protección de datos

Las normativas y procedimientos de las empresas de Telefónica para proteger la información personal de los clientes, estipulan que sólo se suministre información a los titulares de la línea y únicamente se procesan solicitudes referentes al servicio realizadas directamente por ellos. La petición de información sobre clientes realizadas por terceras personas se atiende únicamente con autorización judicial o de la autoridad competente en cada país.

En el Informe completo se detallan las denuncias y procedimientos contra Telefónica cursados entre las Agencias de Protección de Datos.

Protección a la infancia

Durante el año 2005, Telefónica lideró diversas actividades de concienciación acerca del buen uso de Internet por los menores en escuelas y reuniones con educadores y padres de alumnos, en coordinación con el Defensor del Menor.

La Comisión de RRHH y Reputación Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica informó favorablemente acerca de la Normativa de Gestión de Contenidos para Adultos elaborada por el Grupo Telefónica en 2005. Dicha norma viene a establecer diversos controles en la oferta de contenidos a menores, que ya se estaban estableciendo en diversos paquetes comerciales como CanguroNet (ADSL) o PlayPack (Telefonía Móvil).

Junto a estas acciones, Telefónica desarrolló en 2005 diversas acciones en contra de la exhibición de la pornografía infantil, resultando en una reducción del 99% de estos delitos conforme a las autoridades españolas.

Defensa de la propiedad intelectual

Telefónica manifiesta su total apoyo a promover la utilización lícita de contenidos en la Sociedad de la Información y su frontal rechazo a la realización de actos criminales o de infracción de derechos de terceros a través de redes digitales. En este sentido, durante 2005 se ha colaborado en iniciativas gubernamentales y sectoriales en España, además de trasladar a la "Política de Uso Aceptable" un capítulo expreso acerca de la protección de la propiedad intelectual.

Robo de terminales

A lo largo de 2005, las operadoras de Telefónica Móviles han seguido trabajando en el programa de control de robo de terminales. La tramitación del bloqueo se realiza mediante una aplicación que valida la relación IMEI/MSISDN y si hay conformidad se bloquea el terminal en todos los operadores nacionales que comparten los acuerdos. En España y como dato significativo, el número total de terminales robados denunciados superó el medio millón, y el 18,5% de los mismos fue deshabilitado por el sistema.

Fomento del uso responsable por parte de los clientes

A pesar del importante consenso social acerca del impacto positivo de las nuevas tecnologías en la sociedad, las telecomunicaciones están ejerciendo un impacto fundamental sobre los estilos de vida de las personas, pudiendo tener en ocasiones impactos negativos. Este impacto negativo suele estar asociado al mal uso de la telefonía móvil, en particular en lugares públicos como cines, teatros, iglesias, conferencias, lugares académicos... A pesar de la creciente sensibilización social, son muchos los conductores que simultanean el uso del teléfono móvil y la conducción, con consiguientes riesgos para su integridad y la del tráfico.

Por esta razón, diversas operadoras de Telefónica Móviles han realizado esfuerzos informativos dirigidos a sensibilizar a los clientes acerca de cómo utilizar la tecnología. Para ello, en España, Chile, Nicaragua, Colombia o Perú se ha desarrollado campañas a través de la web, de la publicación de folletos, soportes publicitarios o encartes en factura.

Rentabilidad y transparencia

Rentabilidad por acción 2003-2005

	Nº acciones	Importe neto euros
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2003	100	853,00
Dividendo en efectivo (total) durante 2003 - 2005		129,55
Valor de 108 acciones el 1 de enero de 2006	108	1.372,68
Rentabilidad		76,11%

Las 100 acciones de 2003 se vieron ampliadas por la entrega de 8 acciones durante el período 2003 - 2005.

Accionistas

Telefónica tiene
1.570.039 accionistas
(3 de abril de 2006)

Rentabilidad

La política de remuneración al accionista en 2005 ha continuado progresando y se sitúa como una de las más atractivas del sector, reafirmandose después de la compra de O2. En 2005 se ha pagado un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2004 de 0,59/acción, se han distribuido acciones propias de Telefónica S.A., representativas del 4% del capital social, en la proporción de 1x25, y se ha progresado en el programa de recompra de acciones.

A pesar de la evolución bursátil registrada en 2005 que afectó a todo el sector de las telecomunicaciones, la rentabilidad total acumulada para un accionista que hubiese invertido en Telefónica el primero de enero de 2003, ascendió al 76%.

Transparencia

Telefónica creó en 1997 el Servicio de Atención al Accionista con el objetivo de establecer una comunicación transparente y fluida con los accionistas particulares. Actualmente se registran en este servicio un total de 194.784 accionistas, que cuentan con toda la información del Grupo Telefónica, tanto de resultados como de cualquier hecho societario que pueda ser relevante para su inversión.

El área de Relaciones con Inversores por su parte mantiene la comunicación con los mercados financieros e inversores institucionales.

Web accionistas e inversores

El número de sesiones realizadas en la web de Accionistas e Inversores se elevó a 1.182.729, lo que supone un incremento estimado del 150% respecto a la cifra del año anterior.

Teléfono de atención al accionista

Telefónica dispone de un Teléfono Gratuito de Atención al Accionista que respondió 88.251 consultas en el año 2005. Junto a las llamadas al teléfono de atención gratuita se han atendido 3.139 consultas recibidas a través de correo electrónico y/o correo postal.

Informe Anual

El eje de la comunicación con analistas e inversores es el Informe Anual, que en su edición de 2005 tuvo más de 20.000 consultas a través de la web y 300.000 descargas de archivos, además de una tirada en papel de más de 18.000 ejemplares. Todos los informes anuales publicados por Telefónica, desde su fundación en 1924, están disponibles en su página web.

Revista "Acción Telefónica"

El soporte físico utilizado para comunicar periódicamente con los accionistas registrados es la revista trimestral llamada Acción Telefónica, de la que en 2005 se han enviado trimestralmente 165.000 ejemplares a domicilio.

Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas de 2005 fue celebrada el día 31 de mayo, contando con un quórum de asistencia del 59,163% del capital social. Los accionistas cuentan con el apoyo de la Oficina de Servicio de Atención al Accionista en todas las cuestiones referentes a la Junta General de Accionistas.



Empleados

Descripción de la plantilla

Telefónica cerró el ejercicio 2005 con una plantilla física de 207.641 profesionales, lo que supone un incremento del 19% respecto al año anterior:

- 85,4% tiene un contrato fijo o indefinido.
- 4,3% de directivos y mandos intermedios.
- 37,2% está dedicado a funciones comerciales, el 48,3% a producción y el 14,4% a apoyo (sin Atento).
- 47% de mujeres en el Grupo.
- 7,3 años de antigüedad media.
- 32,7 años de edad media.

Entre los movimientos más destacables se incluye la continuidad del Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica de España. El Plan se rige bajo los principios de voluntariedad, universalidad y no discriminación. Durante el año 2005, un total de 1.945 empleados solicitaron su adhesión, que se suman a las 7.906 solicitudes de desvinculación acumuladas hasta 2004.

Clima laboral

En 2005, han participado en la encuesta 66 empresas (19 más que en 2004) y se ha obtenido una participación del 71% (10 puntos más que en 2004). Para 2005 se estableció el objetivo de incrementar un 5% el Índice de Satisfacción Global y se ha sobrepasado, incrementado un 7,11% (3,91 puntos porcentuales, pasando de 55% a 58,91%).

Compensación

Los gastos de personal del Grupo Telefónica en 2005 han totalizado 5.045,15 millones de euros (4.346 millones de euros en 2004). De ese total de gastos el Paquete Retributivo supone un 78%. Adicionalmente, Telefónica ha destinado 611,20 millones de euros a costes de reestructuración de plantilla.

En 2005, tanto para la retribución fija como para la retribución variable, el Grupo Telefónica ha establecido un marco retributivo global y común para todos sus directivos. Para el general de la plantilla de Telefónica las condiciones de compensación de los empleados están descritas en los distintos convenios colectivos vigentes. A cierre de 2005, más de 142.700 empleados del Grupo Telefónica tienen reguladas sus condiciones en base a convenios colectivos, (120.000 en 2004).

Más de 147.000 empleados (105.000 en 2004) están sujetos a retribución variable en base a cumplimientos de objetivos individuales, de empresa y de grupo.

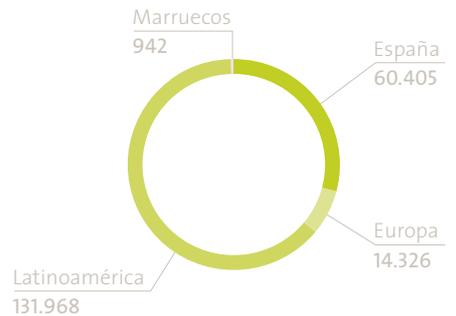
Desarrollo profesional

Rotación dentro del Grupo

Mediante la publicación global de puestos vacantes en La Intranet, Telefónica pretende dar a conocer a todos los empleados las oportunidades profesionales que existen en las diferentes empresas del Grupo. La primera fase del proyecto se puso en marcha en marzo de 2005; desde entonces se han publicado más de 350 vacantes en el Grupo. Esta herramienta está disponible para la publicación de vacantes directivas y no directivas.

Plantilla física por región

Datos en empleados



La rotación de directivos ofrece oportunidades de desarrollo profesional a los empleados al originarse vacantes directivas que han de ser cubiertas prioritariamente de forma interna. A lo largo del ejercicio 2005, 171 directivos han rotado internamente (12% del total) y 54 han salido de Telefónica (4% del total).

Formación

Los profesionales del Grupo Telefónica dedicaron más de nueve millones de horas de formación en el año 2005, lo que supone un crecimiento absoluto del 5%. Por líneas de negocio, destaca un año más el esfuerzo de Atento con más de cinco millones y medio de horas de formación a sus empleados. Si se considera el Grupo Telefónica sin contar con Atento el crecimiento absoluto en horas de formación se sitúa en el 15%.

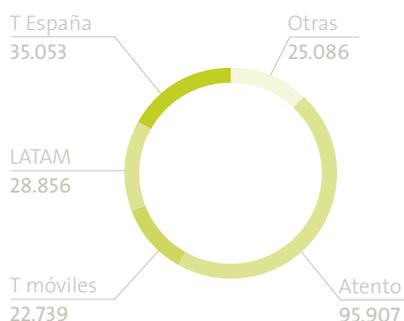
Telefónica ha mantenido su apuesta de los últimos años por la teleformación. En 2005, los profesionales del Grupo Telefónica (sin Atento) han desarrollado el 20% de su formación a través de herramientas *online*.

Competencias

En 2005, las empresas del Grupo Telefónica participaron en un proceso de valoración que consistió, en la autoevaluación y en la valoración por parte de sus responsables jerárquicos. El resultado de esta valoración permitió la identificación de las áreas de mejora de cada empleado y de las acciones adecuadas para desarrollarse cada año. Durante el año 2005, más de 78.361 empleados del Grupo Telefónica fueron evaluados en base a sus competencias, lo que supuso la consolidación del modelo frente a los 68.677 de 2004 y los 35.758 de 2003.

Plantilla física por negocio

Datos en empleados



Profesionales y personas

Desde las distintas áreas del Grupo Telefónica se desarrollan diversas iniciativas orientadas a la garantía de los derechos humanos, a la igualdad de oportunidades, la conciliación de la vida personal con la profesional y la máxima protección de la seguridad y salud.

Derechos humanos

Como continuación al proceso iniciado durante el ejercicio 2004, durante 2005 se han seguido llevando a cabo auditorías laborales en empresas de Telefónica con objeto de asegurar el cumplimiento de la legislación laboral aplicable, de las políticas y procedimientos básicos de recursos humanos, así como conocer, evaluar y corregir potenciales contingencias laborales.

Como medida correctiva a nivel corporativo se aprobó en febrero de 2005 una Instrucción Conjunta (Auditoría y RRHH) Corporativa con criterios de actuación para el control de riesgos laborales en la contratación de obras y servicios. El reto para 2006 es completar la tercera y última fase de la auditoría laboral en Telefónica.

Libertad de asociación

La libertad de asociación es un derecho de los empleados de Telefónica, como se demuestra en los más de 45.000 empleados con afiliación sindical. Por empresas, Telefónica de España con 15.876, Telefónica Internacional con 13.227 y Atento con 7.579, son las que cuentan con mayor número de personal afiliado. Por países, destaca España con 16.246, Argentina con 12.275 y Chile con 3.957 empleados afiliados.

Horas de formación por empleado y compañía 2005

Horas promedio

	Directivos	Mando interm	Resto
Negocio fija España	46	187	44
Negocio fija Latinoamérica	29	69	32
Negocio móviles	54	38	39
Negocio directorios	27	67	30
Grupo T-Gestiona	21	57	31
Otras empresas	13	12	7
Negocio Atento	-	-	64

En este sentido, el acuerdo firmado en julio de 2003 entre la empresa y los sindicatos mayoritarios se ha demostrado eficaz durante el ejercicio 2005. El diálogo social y la negociación colectiva son instrumentos insustituibles para la gestión y gobierno de las relaciones laborales, así como para conseguir la adaptabilidad de la negociación colectiva a los cambios que se van produciendo en las empresas. Su buen funcionamiento se pone de manifiesto en las reuniones que periódicamente han tenido lugar entre las partes.

Igualdad de oportunidades

En promedio, el 49,32% de la plantilla del Grupo Telefónica está compuesto por mujeres, lo que supone un incremento frente al 48% del ejercicio 2004. Por líneas de negocio destaca Atento, con un 67% de mujeres en la compañía, siendo las empresas de telefonía fija aquellas en las que el porcentaje de mujeres es menor. Sin considerar el efecto amplificador de Atento, el porcentaje de mujeres en la Compañía es del 33%. En lo que respecta a niveles directivos, hay más de 1.700 mujeres en puestos de dirección y de mando intermedio en la Compañía, representando un 21,83% del total.

Actualmente, 1.079 profesionales con discapacidad trabajan en el Grupo Telefónica, que suponen el 0,54% de su plantilla en el mundo. El número de empleados con discapacidad es un 9,6% superior al del año 2004, a pesar de que la nueva regulación brasileña ha elevado los requisitos para considerar a una persona como profesional con discapacidad. Dentro de su plan integral de apoyo a las personas con discapacidad (Telefónica Accesible), la Compañía está desarrollando una serie de medidas orientadas a favorecer la integración de las personas con discapacidad en la plantilla.

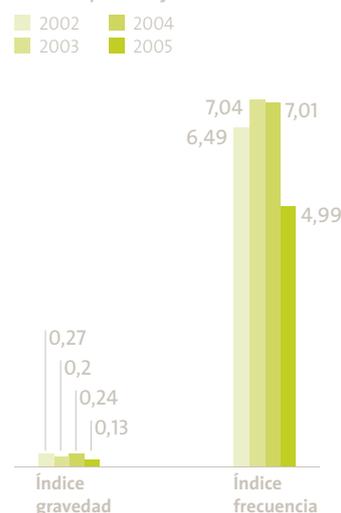
Seguridad y salud

El compromiso en la promoción de la salud, se estructura en España a través del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales, en líneas de acción destinados a mantener e incrementar la Prevención de Riesgos.

En el resto de países se aplican diversas políticas de gestión de la seguridad y salud, siempre de acuerdo a la situación regulatoria vigente. Durante el año 2006, el Grupo Telefónica se ha marcado el objetivo de homogenizar determinados procedimientos en la gestión de la seguridad y salud en el mundo.

Accidentabilidad laboral en España

Datos en porcentajes





Contribución y proximidad

Sociedad

Inclusión digital

Brecha geográfica

España

El esfuerzo inversor de Telefónica de España ha llevado a incrementar la ya significativa cobertura del ADSL hasta el 96% de las líneas y 97% de los hogares, lo que sitúa a España en una posición cada vez más próxima a la accesibilidad total de la banda ancha. El ejercicio 2005 ha sido decisivo para extender la oferta de televisión digital a más de 150 ciudades españolas, cuando únicamente estaba disponible en tres de ellas en 2004.

Telefónica de España está sustituyendo la tecnología TRAC que se utiliza para ofrecer servicios en zonas rurales por otras tecnologías diversas (LMDS, GSM/GPRS, satélite o especialmente cobre), para lo cual ha invertido hasta diciembre de 2005 146,24 millones de euros. Los accesos pertenecientes a provincias establecidas como "Objetivo 1" de la Comisión Europea reciben subvenciones europeas que ayudan a su puesta en marcha (31 millones de euros procedentes de fondos FEDER).

Telefónica Móviles fue uno de los dos operadores en suscribir junto al Ministerio de Industria el Plan de Extensión de Telefonía Móvil, que situará la cobertura a la cabeza de los países europeos con un 99%. El plan, vinculado a la concesión del concurso de frecuencias de la banda GSM de 900 MHz (junio 2005) incluye una inversión conjunta de 833 millones de euros.

La tecnología no es la causa de la brecha digital: los principales factores que la causan son la dotación de las infraestructuras de comunicaciones en todo el territorio, así como el nivel de ingreso y la capacitación para usar las nuevas tecnologías.

En 2005, Telefónica se sumó a la iniciativa Connect the World, lanzada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Latinoamérica

El esfuerzo inversor de Telefónica en Latinoamérica para impulsar la banda ancha se refleja en la digitalización de la planta de telefonía que alcanza el 100% en Argentina, Brasil y Chile, y el 97% el Perú. Esta digitalización de la red ha permitido alcanzar una elevada cobertura de los servicios de banda ancha sobre la red de telefonía fija, que alcanza el 97% en São Paulo (Brasil), Perú y Chile, y 89,5% en Argentina.

Telefónica del Perú ha puesto en marcha el proyecto Llaqt@red, para integrar a las zonas rurales del país y ofrecerles acceso a información, satisfaciendo las necesidades y expectativas de sus ciudadanos. La primera etapa del plan integró 17 poblaciones, proporcionando acceso a Internet de forma permanente, con tarifa plana.

En América Latina, Telefónica Móviles ha reforzado su posición como el principal operador de la región, ampliando la cobertura en todos los países en los que desarrolla operaciones.

Cobertura de telefonía móvil en América Latina

Cobertura sobre población (%)	2005
Argentina	92
Chile	95,7
Colombia	68
Ecuador	76,1
El Salvador	77,4
Guatemala	56
México	69
Nicaragua	25
Panamá	-
Perú	61,6
Uruguay	80
Venezuela	93,3

Fuente interna

Brecha económica

Es imprescindible realizar una oferta de productos y servicios acorde con la realidad social y económica de los países y así atender las necesidades de aquellos sectores que, por motivos económicos, no pueden acceder a servicios de telecomunicaciones.

Tarifas para rentas bajas en América Latina

En América Latina el crecimiento del servicio de telefonía básica en los segmentos más desfavorecidos de la sociedad está sustentado en el desarrollo y oferta de productos adecuados a sus necesidades de consumo y a sus posibilidades económicas.

Las más de 5,5 millones de líneas prepago y control del consumo en América Latina ya suponen más del 25% de la planta. Si se compara este porcentaje con el de ingresos generados por las líneas, y también con los ingresos generados por la comercialización de tarjetas prepago, se puede apreciar que este tipo de servicios está ofreciendo una alternativa real a los estratos de menores recursos de la sociedad.

Telefonía de uso público

La telefonía pública es una opción más al teléfono en el hogar para facilitar el acceso a las comunicaciones de toda la población, evitando la necesidad de pagar una cuota de conexión o de mantenimiento.

Terminales de uso público, América Latina

Miles	2003	2004	2005
Argentina	107	105	121
Sao Paulo (Brasil)	327	331	330
Perú	118	129	137
Chile	33	28	24

Fuente interna

Líneas de prepago y control del consumo en Latinoamérica

Datos en miles de accesos

	2004	2005	% sobre Planta total ⁵
Brasil	1.945	2.294	18,60
Argentina ²	1.200	1.328	29,30
Chile ³	409	534	21,90
Perú ⁴	1.157	1.385	58,90
Telefónica Internacional	4.720	5.541	25,60

¹ Incluye la Línea de economía

² Incluye líneas Control, Cero y Recupero

³ Incluye línea económica y supereconómica, full variable, línea control, plan solución...

⁴ Incluye Fonofácil plus, popular, límite de consumo, líneas sociales...

⁵ El cálculo incluye los teléfonos de uso público

Telefonía móvil

A nivel general, el sistema de facturación basado en la modalidad de prepago y el servicio de coste reducido SMS, han sido factores determinantes para la extensión de la telefonía móvil celular a todas las capas sociales, como prueban las cifras de utilización de estos servicios.

La oferta comercial que acompañó el lanzamiento de la nueva marca unificada incluyó una amplia variedad de productos, facilitando que cualquier perfil de cliente pueda tener acceso a la telefonía móvil.

Telefónica Móviles Perú, estudió diferentes alternativas para lograr que los segmentos de menores recursos en el país pudieran acceder a la telefonía móvil. El coste del terminal se identificó como principal barrera. Mediante el proyecto Rentas Bajas se han evaluado planes alternativos, nuevos canales de distribución no tradicionales, planes especiales en llamadas originadas en zonas de bajos recursos, así como la creación de casillas para recibir mensajes y luego poder adquirir el terminal conservando el mismo número telefónico.

Abono social

Telefónica de España ofrece el Abono Social, con el objetivo de facilitar el acceso a los servicios básicos de telecomunicaciones en España. El número de líneas beneficiadas por el Abono Social en España a diciembre de 2005 era de 327.243 (386.430 en 2004).

Brecha de capacitación

Las barreras tecnológicas no son las únicas que pueden provocar la aparición de la brecha digital. Existen barreras de capacitación y de conocimiento que pueden ser más altas que las tecnológicas, especialmente en países en vías de desarrollo y en colectivos de personas mayores o discapacitadas. Telefónica, en colaboración con su Fundación, viene desarrollando programas orientados a capacitar a la sociedad en el uso de las nuevas tecnologías.

Telefónica colabora con diferentes organismos reguladores y organizaciones que buscan el acercamiento a las nuevas tecnologías de la población. En este sentido, destaca la estrategia publicitaria adoptada por el Grupo Telefónica en Perú presenta aplicaciones y servicios concretos que transforma la vida de las personas, bajo el lema "sin darnos cuenta, la vida se nos ha hecho más fácil".

En el caso concreto de Chile, "Internet en las Escuelas" hay 3.435 colegios con acceso de banda ancha y 2.265 colegios con servicio conmutable. En 2005, el aporte de Telefónica Chile en concepto de ingreso no realizable fue equivalente a 3,6 millones de US\$.

Telefónica impulsa el uso de las tecnologías entre la comunidad escolar en cada uno de los países en los que desarrolla operaciones. "EducaRed" a nivel global, "Huascarán" en Perú o "Escuelas y Ciudadanía" en México son otros ejemplos de este compromiso, orientado a capacitar en el uso de Internet a estudiantes de los ciclos primario y medio de escuelas públicas y privadas.

Contribución al Servicio Universal

En España, Telefónica de España está asumiendo en exclusiva, el coste neto de la prestación del Servicio Universal, que además de abarcar el servicio telefónico comprende una serie de obligaciones de carácter eminentemente social, como el abono social o algunos servicios especiales para personas con discapacidad; un servicio de información telefónica a precio asequible y gratuito desde cabinas; la elaboración de una guía telefónica gratuita para los usuarios y una oferta suficiente de cabinas en vía pública.

El coste neto de las obligaciones del servicio universal en 2004 ascendió a 131 millones de euros de acuerdo con Telefónica de España.

La Comisión de Mercado de Telecomunicaciones (CMT) aún no se ha pronunciado sobre cual será la cifra definitiva del Coste Neto incurrida por Telefónica en el año 2004. El coste neto no incorpora la totalidad del coste que supone realmente el cumplimiento de estas obligaciones para Telefónica de España. Así, por cuestiones metodológicas establecidas por la CMT, se compensan las pérdidas asociadas al mantenimiento de 18.949 cabinas en lugares donde su uso no cubre el coste de mantenimiento, que ascenderían a 62 millones de euros.

En Latinoamérica, las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio, con una contribución a los fondos de universalización superior a los 65 millones de euros en 2005.

Inversión en acción social y cultural de Telefónica

Datos en miles de euros

	2005	2004	2003
Fundación Telefónica ¹	28.999	25.011	23.447
ATAM ¹	9.069	8.983	9.111
Otros proyectos de acción social y cultural	16.045	12.500	14.271
Total	54.113	46.494	46.829

¹ Aportación de Telefónica al presupuesto de Fundación Telefónica y de ATAM.

Acción social

Fundación Telefónica

Fundación Telefónica desarrolla en España, Argentina, Brasil, Chile, Marruecos México y Perú distintos proyectos en colaboración con organizaciones sociales. Para Fundación Telefónica, la aplicación de las nuevas tecnologías es el componente fundamental a través del cual se persigue mejorar los procesos educativos, con especial atención a los menores más desfavorecidos.

Durante el ejercicio 2005, Fundación Telefónica ha completado un proceso de revisión estratégica de su actividad. A partir de 2006 va a centrar sus actividades en el apoyo a la educación (EducaRed), la integración social de niños en América Latina (Proniño), el impulso a la sociedad del conocimiento y la gestión de los programas de voluntariado corporativo.

Fundación Telefónica destinó 29 millones de euros al desarrollo de 763 proyectos. Dichas actividades se han desarrollado con el apoyo de 489 entidades colaboradoras, que han permitido beneficiar a más de 31.000 organizaciones y más de 41,5 millones de personas. El 69% de este porcentaje de beneficiarios corresponde a personas que accedieron a contenidos, servicios o información social a través de Internet, lo que refleja el papel de las nuevas tecnologías como motor de desarrollo social.

La finalidad principal de EducaRed es contribuir a mejorar la calidad de la educación y fomentar la igualdad de oportunidades mediante la aplicación de las nuevas tecnologías a los procesos de enseñanza y aprendizaje. En España,

Argentina, Brasil, Chile y Perú, EducaRed ha puesto a disposición de la educación primaria y secundaria la tecnología educativa más avanzada en términos de utilidad, aplicaciones, intercambio de conocimiento y búsqueda inteligente de información. Estas herramientas han reunido en comunidades virtuales a alumnos, docentes e investigadores del ámbito iberoamericano.

El programa Proniño fue creado en 2001 por las operadoras de telefonía móvil en América Latina, con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil en la región. En 2005, el programa se ha incorporado a las líneas estratégicas de Fundación Telefónica, impulsando el proyecto en colaboración con Telefónica Móviles. Durante 2005, más de 11.500 niños se han beneficiado del programa.

Toda la información detallada acerca de los proyectos desarrollados por Fundación Telefónica se puede encontrar en la Memoria de Fundación Telefónica 2005 o en www.fundacion.telefonica.com.

ATAM

ATAM (Asociación Telefónica de Asistencia a Personas Discapacitadas) se financia en gran medida con las aportaciones solidarias y voluntarias de cerca de 61.000 empleados de 22 empresas del Grupo Telefónica. Los trabajadores aportan el 2 por mil de sus retribuciones fijas y las empresas doblan dicha aportación. Las cuotas aportadas a ATAM por todas las empresas del Grupo Telefónica en 2005 ascienden a 9.069.072 que beneficiaron directamente a cerca de 4.000 personas.

Los detalles de su actividad se pueden encontrar en la página web www.atam.es.

Otros proyectos de acción social y cultural

Las empresas del Grupo Telefónica desarrollan diversos proyectos de acción social y cultural que complementan las actividades de Fundación Telefónica.

Durante el año 2005, se han identificado proyectos de este tipo por un presupuesto superior a los 16 millones de euros.

Magnitudes de acción social Fundación Telefónica

Número de personas (plantilla)	70
Número de proyectos	763
Número entidades colaboradoras	489
Número entidades beneficiarias	31.108
Número personas beneficiarias a través de Internet (Miles)	28.707
Número personas beneficiarias en otros entornos (Miles)	12.891

En 2004, Telefónica da forma al programa Telefónica Accesible como un proyecto integral para las personas con discapacidad. Este programa tiene por objeto hacer de Telefónica un Grupo plenamente accesible en todos sus procesos y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

Telefónica Accesible®

Colaboración

Para el desarrollo del Plan Integral Telefónica Accesible, Telefónica suscribió un Acuerdo de Colaboración con el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), la plataforma que agrupa a las principales organizaciones de personas con discapacidad y sus familias, y que representa las realidades de este colectivo de 3,5 millones de españoles y sus familias. En virtud de dicho Acuerdo, las personas con discapacidad y sus representantes participan en los diferentes desarrollos, proyectos y acciones que el Grupo Telefónica lleva a cabo, aportando su opinión, validando los contenidos y asesorando a la Compañía.

Concienciación

Dentro de Telefónica Accesible se contemplan acciones dirigidas a sensibilizar y concienciar a la sociedad acerca de las necesidades y preocupaciones de las personas con discapacidad. En este sentido, el Grupo Telefónica pone a disposición de las personas con discapacidad su capilaridad social y sus canales de comunicación con los grupos de interés, que alcanzan a un gran parte de las sociedades en que está presente. Durante 2005 se han promovido y realizado diversas actividades entre las que destaca el "Manual de comunicación accesible" en colaboración con CERMI.

Productos y servicios

La labor realizada por el Grupo Telefónica con la puesta en marcha de Telefónica Accesible supone una mejora en la calidad de vida de todas las personas, especialmente la de aquellas con alguna discapacidad, a través de unas telecomunicaciones para todos. Telefónica trabaja de manera constante para mejorar la accesibilidad de sus procesos, productos y servicios, y para hacer que sean, en definitiva, una mejora en la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.

Telefónica Móviles España ha editado el "Catálogo de servicios móviles para la integración social", que incluye más de 30 servicios ya operativos orientados a facilitar la inclusión social y a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, de las personas mayores, de las víctimas de la violencia doméstica, de las personas con problemas de salud y de las personas extranjeras residentes en España. Por su parte, Telefónica de España ha desarrollado productos bajo el concepto de diseño para todos permiten a todo tipo de usuario tener acceso a los servicios de telefonía fija y banda ancha.

Telefónica Soluciones informa sobre la accesibilidad de los productos a través del Observatorio de Accesibilidad en Nuevas Tecnologías y ha desarrollado diversas soluciones que facilitan el acceso de las personas con discapacidad al ordenador y a la comunicación.

Integración laboral

El Grupo Telefónica cumple con la obligación legal marcada por la LISMI de cuota de reserva del dos por ciento de la plantilla para personas con discapacidad. Además, junto con ATAM y otras empresas del Grupo Telefónica se están impulsando políticas de

integración laboral de discapacitados como Mercadis, centros especiales de empleo en Atento o los centros especiales de empleo de ATAM.

www.telefonica.es/accesible

Telefónica ha desarrollado el portal "Telefónica Accesible", como una herramienta puesta a disposición de la sociedad en la que se puede ver qué está realizando el Grupo Telefónica en el ámbito de la discapacidad, así como todo aquello que puede ser de interés para este colectivo de personas y sus familias, como un centro de formación y legislación, noticias relacionadas con el sector, o acceso a publicaciones especializadas.



ATAM

ATAM es la principal referencia de las empresas del Grupo en todo lo relacionado con la discapacidad, como asociación experta e integrada en dicho sector. Los detalles de su actividad se pueden encontrar en la página web www.atam.es.



Respeto y
protección

Medio Ambiente

Compromiso medioambiental

Telefónica asume el compromiso de respeto al medio ambiente como una parte esencial de su Responsabilidad Corporativa. En este sentido el Grupo Telefónica suscribió en 2002 el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, obligándose así, a través de sus principios ambientales a trabajar desde un enfoque preventivo, fomentar la responsabilidad ambiental, y favorecer el desarrollo tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Así mismo participa también en diversas iniciativas internacionales enfocadas a promover el Desarrollo Sostenible, como GeSI o el grupo de sostenibilidad de ETNO.

Igualmente, diversas empresas del grupo han ido concretando políticas y compromisos ambientales. Telefónica ha establecido el objetivo de aprobar una política medioambiental corporativa en 2006.

Gestión Medioambiental

Bajo la norma interna de "Requisitos Mínimos Ambientales", Telefónica tiene como objetivo avanzar en la gestión medioambiental con una metodología común para todo el Grupo, asegurando un comportamiento responsable con el medio ambiente. Para facilitar el cumplimiento de la norma se han establecido 5 pasos de actuación, basados en el compromiso, requisitos de aplicación, mejora del comportamiento, implantación de sistemas y certificación.

Existe un seguimiento de avance de la implantación de la norma interna ambiental en cada una de las empresas del Grupo Telefónica, con el fin de garantizar la correcta implantación de la norma. Para facilitar la implantación de la norma a lo largo de 2006 se establecerán los Comités Medio Ambiente País.

La formación y sensibilización del personal es una de las condiciones necesarias para asegurar una correcta gestión ambiental. A lo largo de 2005, 3,348 profesionales del Grupo Telefónica recibieron formación en materia ambiental.

Telefónica, además de gestionar el impacto de sus propias operaciones en el medio ambiente, contribuye a la promoción de prácticas responsables en su cadena de suministro. Por esta razón, se viene incluyendo en los contratos entre Telefónica y sus proveedores cláusulas medioambientales que obligan al cumplimiento de la legislación medioambiental, y, especialmente, a la relacionada con la gestión de residuos.

1 Compromiso ambiental

Comunicación del compromiso ambiental, evaluación preliminar, indicadores ambientales, sensibilización y formación...

2 Identificación de requisitos legales

Identificación, seguimiento y cumplimiento de los requisitos ambientales aplicables a la organización Metodológica

3 Seguimiento y medición

Identificación y evaluación de los aspectos ambientales, establecimiento de objetivos y establecimiento de los controles operacionales

4 Mejora del comportamiento

Definir responsabilidades, generar planes y registros, documentar los procesos derivados de la gestión ambiental, establecer cauces de comunicación, capacidad de respuesta frente a emergencias

5 Certificación SGMA

Auditorías para verificar el grado de implantación, sistema de gestión de las desviaciones detectadas

Aspectos ambientales relevantes por el sector de Telecomunicaciones

	Telefonía fija	Telefonía móvil
Emisiones electromagnéticas		●
Impacto visual		●
Consumo de energía	●	●
Residuos de baterías de plomo	●	●
Ruidos procedentes de equipos electromagnéticos y/o equipos de climatización	●	●
Vertidos de Grupos electrógenos	●	●
Consumo de postes	●	

Control y seguimiento de los aspectos ambientales

A lo largo de 2005 la mayor parte de las operadoras de fija y móvil realizaron un diagnóstico ambiental preliminar, con el fin de identificar aquellos aspectos ambientales relevantes para su actividad, sobre los que realizan un control y seguimiento.

Emisiones electromagnéticas

Las empresas del Grupo Telefónica asumen dos líneas de actuación:

- En primer lugar asegurar que los niveles de emisión electromagnética cumplen todas las normas y recomendaciones internacionales. Durante 2005 se midieron un total de 6.900 emplazamientos de telefonía móvil y 44 de infraestructura radioeléctrica de las redes de Telefonía Fija. Dichas mediciones suponen un incremento del 32% respecto a las realizadas en 2004, siendo importante destacar que en el 100% de las muestras se cumple ampliamente con las reglamentaciones existentes.
- En segundo lugar, se mantiene un diálogo constante con los diferentes grupos de interés informando sobre el funcionamiento de la telefonía móvil, mediciones realizadas, grado de cumplimiento etc.

Impacto de las Instalaciones

La planificación, construcción, mantenimiento y funcionamiento de estas instalaciones lleva asociados aspectos ambientales tales como el impacto visual o la ocupación del suelo. La evaluación de estos aspectos, previo a su instalación, se realiza a través de estudios de impacto ambiental. Durante el 2005 se han realizado 1.098 estudios, dando así cumplimiento a los requisitos legales marcados por las distintas

administraciones, o por requisito voluntario cuando se instale en zonas protegidas o de interés natural.

Otro de los aspectos controlados es el ruido generado por los equipos de aires acondicionado de las casetas y edificaciones que contienen los equipos, para la verificación de los niveles durante 2005 se han realizado medidas en 1.617 emplazamientos, y se trabaja en el ámbito preventivo, y correctivo en los casos que sea necesario.

Gestión de Residuos

El control y la adecuada gestión de residuos es otro de los principales aspectos ambientales generados por las actividades de las empresas. Dependiendo de las actividades, se generan exclusivamente residuos urbanos y residuos de oficina (papel, cartuchos de tóner, equipos ofimáticos, etc.) generarse otro tipo de residuos específicos de la actividad como son los residuos eléctricos o electrónicos, y en menor cantidad residuos peligrosos, como son las baterías. Durante 2005 se han gestionado, 17.626Tn de residuos no peligrosos, 2.627Tn de los peligrosos, y 3.839Tn de residuos eléctricos y electrónicos.

Consumo Energético

El consumo energético es un aspecto que por su repercusión sobre el medio ambiente, se les viene prestando cada vez más atención en las políticas mundiales, europeas y nacionales.

Telefónica está realizando importantes acciones en el desarrollo de mejoras de eficiencia energética en sus oficinas y redes, fomentando el uso de energías renovables, como es el caso de su nueva sede, y desarrollando campañas de concienciación interna dirigidas a sus empleados para fomentar el ahorro de las mismas. Estas

acciones de optimización de consumos trae pareja una reducción de las emisiones de CO₂. El consumo ha aumentado en un 8% en las operaciones de red respecto al año anterior.

Consumo de Papel

Durante el ejercicio 2005, Telefónica ha puesto en marcha en España el Proyecto "Eficiencia en el Uso del Papel y de la Información Electrónica en el Puesto de Trabajo", destinado a mejorar la movilidad y efectividad del trabajo y contribuir a la reducción del impacto ambiental.

Para ello, se constituyó el Comité de Eficiencia del Papel, que se reunió durante 2005 en 14 ocasiones y se desarrollaron acciones como, eliminación de 7.269 impresoras personales, reducción en un 14% la recompra de papel, 51% de la compra de papel fue reciclado.

Impacto ambiental de los Servicios de Telefónica

Telefónica publica en su página web mensualmente una serie de artículos que, analizan la relación del uso de las nuevas tecnologías con la sostenibilidad.

La página 13 de este informe presenta los beneficios para el medio ambiente de las nuevas tecnologías. Como ejemplo, se estima que aproximadamente un 50% de la energía utilizada en los procesos de fabricación de productos en la U.E-15 se ahorraría en 2020, gracias a la posibilidad que ofrecen las TIC a los usuarios para acceder a un servicio en lugar de adquirir el producto.

Igualdad de
oportunidades y
beneficio mutuo

Proveedores

Volumen de compra

El volumen de compra adjudicado por el Grupo Telefónica en 2005 ascendió a más de 13.000 millones de euros (12.000 en 2004). Dicho volumen de compras fue adjudicado a más de 18.000 proveedores en todo el mundo (15.500 en 2004).

Telefónica es una compañía comprometida con el progreso económico y social de los países en los que está presente. Este compromiso se concreta en el alto volumen de adjudicaciones a proveedores ubicados en el propio país, cuya media fue del 86% en 2005 (92% en 2004).

La mayor partida suele estar destinada a la categoría de productos de mercado (incluye terminales móviles), que junto con servicios y obras suponen más del 60% de las compras. La parte restante se distribuye entre infraestructura de redes, sistemas de información y marketing.

Cumplimiento de plazos de pago en facturas de terceros

Datos en porcentajes

■ 2004
■ 2005



Datos correspondientes a facturas de más de 700.000 facturas de telefónica de España y Telefónica Móviles España, por un importe superior a los 9,389 millones de euros.

Distribución de compras por países

	Volumen compra		Compra local	
	2004	2005	2004	2005
Argentina	4,8%	6,7%	79%	83%
Brasil	32,1%	8,8%	98%	99%
Chile	4,1%	6,0%	76%	74%
Colombia	-	4,6%	-	38%
España	45,8%	52,3%	93%	94%
México	-	4,6%	94%	96%
Perú	4,1%	4,4%	86%	83%
Venezuela	-	5,6%	-	52%
Resto Países	9,1%	4,0%	68%	53%

% de compra local por volumen.
% de compra respecto al total.

Satisfacción del proveedor

Para comprobar el nivel de satisfacción de los proveedores con Telefónica, en 2005 se realizó por primera vez una encuesta *online*. Se recibieron más de 2.700 respuestas, lo que estableció una base significativa de resultados para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Satisfacción del proveedor

Sobre 10	2005
España	6,14
Argentina	6,98
Brasil	6,95
Chile	6,39
Perú	6,56
México	7,34
Colombia	7,92
Total	6,75

Compras online

La gestión electrónica de ofertas para determinados productos y servicios es ya una realidad en España, Brasil, Argentina, Perú, Chile y México. El volumen de compras negociado en el año 2005 a través del mercado electrónico de Adquiria fue de 8.000 millones de euros (3.990 en 2004), correspondiente a 20.612 procesos de compra (12.675 en 2004).

Desde 2004, se implantó en Telefónica una nueva modalidad de negociación de compras a través de subastas electrónicas, que proporciona una mayor transparencia y objetividad en el proceso de compra, plena igualdad de oportunidades para todos los proveedores oferentes, además de aportar mayor agilidad y de simplificar la gestión de la compra. En 2005 se adjudicaron por este sistema 685 millones de euros, a través de 948 procesos de compra.

Prácticas responsables en la cadena de suministro

El Grupo Telefónica quiere contribuir a la promoción de prácticas responsables en toda su cadena de suministro, a través de la colaboración con otras empresas y otras iniciativas que exceden los requisitos legales.

- En el caso de los proveedores comunes del sector de las telecomunicaciones (típicamente las líneas de producto de "productos de mercado", "infraestructura de redes" y "sistemas de información") destaca su colaboración con el grupo de trabajo de cadena de suministro de GeSI.
- En el caso de proveedores locales y de menor tamaño (típicamente los proveedores de "servicios y obras"), Telefónica establece directamente condiciones particulares a sus proveedores para asegurar un comportamiento responsable por parte de los mismos.

Los resultados de la encuesta de satisfacción de proveedores mostraban que 9 de cada 10 proveedores de Telefónica estaban de acuerdo con la incorporación de condiciones de Responsabilidad Corporativa en la cadena de suministro.

En el informe completo se detallan los requisitos en materia laboral, de derechos humanos, igualdad de oportunidades y protección medioambiental.

Información y transparencia

Medios

Información y transparencia

El Grupo Telefónica impulsa una política de comunicación basada en la veracidad y la transparencia, mediante una interacción permanente con los medios de comunicación. La relación informativa con los medios es una herramienta determinante para el Grupo Telefónica como vía de comunicación abierta con todas sus audiencias: clientes, accionistas, equipo profesional y la sociedad en general. En este sentido, Telefónica, consciente de su Responsabilidad Corporativa, mantiene una política de comunicación basada en la cercanía con los medios, el rigor y la transparencia informativa.

El área de Comunicación Corporativa realiza una tarea de coordinación para garantizar la coherencia de los mensajes estratégicos, financieros y operativos. Trabaja en estrecha relación con las áreas de Comunicación de todas las filiales, y ente todos sustentan una política de comunicación continuada, planificada y consensuada, que permite que la información fluya de manera regular y constante entre la Compañía y los medios de comunicación. Fruto de esta estrategia basada en comunicar desde la cercanía, en España el Grupo Telefónica ha realizado más de 300 encuentros con los medios divididos en ruedas de prensa, desayunos informativos y actos sociales organizados estos últimos a través de Fundación Telefónica.

Entre las más de 3.000 notas de prensa distribuidas por el Grupo Telefónica a los medios de comunicación en 2005, destaca la difusión de información relacionada con los productos y servicios que ofrece la Compañía (42,2%), seguida por la información financiera (20,1%) y la estratégica y relacionada con la capacidad inversora de la Compañía (10,8%). Los acuerdos con terceros, ya sean proveedores o socios tecnológicos, entre otros, son también objeto de difusión informativa.

Por lo que se refiere al tratamiento periodístico de la información procedente del Grupo Telefónica en España por parte de los medios de comunicación, un 92,69% adquiere el formato de noticia. Otros formatos como el reportajes (3,13%) y la opinión (3,06%) son igualmente utilizados, pero a gran distancia con respecto a la noticia.

Inversión publicitaria

Telefónica es una empresa que desarrolla una intensa actividad publicitaria, lo que le convierte en uno de los principales inversores en los medios de comunicación. Toda la actividad inversora se canaliza a través del área corporativa de medios, siguiendo criterios de máxima eficacia publicitaria.

Para ello se ha fijado una política de negociación y contratación de medios publicitarios unificada en el grupo, donde participan conjuntamente el área técnica de los Departamentos de Marketing y el Departamento de Compras de cada país. Por tipo de medios, la televisión es el soporte más utilizado con el 47% de la inversión publicitaria del grupo, seguido de la prensa (19%), soportes exteriores (18%) y la radio (10%). Por países, atendiendo al carácter eminentemente comercial de la publicidad, España concentra el 56,5% de la inversión

Distribución notas de prensa por líneas de negocio

	2004	2005
Telefónica S.A.	55	71
Telefónica de España	206	53
Telefónica Móviles	1.313	1.747
Telefónica Latinoamérica	765	1.045
Fundación	65	70
TPI	25	21
Cesky Telecom*		130
Eurotel*		53

* Tanto Cesky Telecom como Eurotel se incorporaron al Grupo Telefónica en junio de 2005

publicitaria, seguido por Brasil con 10,2%, México con el 8,9%, Argentina con el 5,6% y Chile y Venezuela con el 4,6% cada una de ellas.

Sala de Prensa Online

Con el objetivo de fomentar la transparencia y hacer más accesible la información, el Grupo Telefónica ofrece a los periodistas y a los medios una Sala de Prensa Online:

www.telefonica.es/saladeprensa

Este canal recibió 176.052 sesiones de usuarios en 2005 (82.073 en 2004), lo que es muestra de su interés creciente, siguiendo criterios de máxima eficacia publicitaria.



INFORME DE VERIFICACIÓN DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2005 DE TELEFÓNICA, S.A.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica, S.A.:

De acuerdo con los términos de nuestra Carta de encargo de fecha 1 de febrero de 2006, hemos llevado a cabo la verificación, con el alcance y procedimientos acordados y que se indican en el apartado siguiente, del Informe de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica, S.A. cuya preparación es responsabilidad exclusiva de Telefónica, S.A.

Nuestra responsabilidad por la prestación de este servicio profesional es, únicamente y exclusivamente, ante la Dirección de Telefónica, S.A. y de acuerdo con los términos establecidos para la verificación de su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

Alcance

De acuerdo con el alcance solicitado, la verificación del Informe de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica, S.A. se ha realizado con un doble perímetro:

- Perímetro global del Grupo Telefónica bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI).
- Perímetro de las actividades desarrolladas en España bajo los principios establecidos en la norma AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility, Institute of Social and Ethical Accountability.

Asimismo, se han seguido las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 aplicable a la verificación de informes no financieros, así como las normas profesionales de general aceptación en España relativas a procedimientos acordados.

Las verificaciones, por tanto, han consistido en:

• Verificación del cumplimiento de los estándares del GRI

1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía de Referencia GRI versión 2002.
2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y el Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como la razonabilidad del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables.

• Verificación bajo la consideración de la norma AA1000AS

Los procedimientos de verificación se han desarrollado para valorar, para el perímetro de las actividades desarrolladas en España, el Informe de Responsabilidad Corporativa bajo los siguientes principios:

1. Materialidad o Relevancia de la información proporcionada en función de las necesidades o requerimientos de los grupos de interés.
2. Integridad en la identificación, entendimiento y gestión de los impactos a través de los sistemas y procesos, incluidos los procesos de compromiso con los grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta ante los objetivos y expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Procedimientos de verificación

Los procedimientos efectuados han consistido en:

1. Realización de entrevistas con una selección de directivos y personal clave de la Corporación y de las unidades operativas significativas de cada uno de los países (en adelante Telefónica o el Grupo, salvo que se mencione expresamente alguna de las compañías) para obtener un entendimiento de los objetivos establecidos en el Grupo en materia de responsabilidad corporativa, relativos a aspectos sociales, éticos y medioambientales. Asimismo, se ha obtenido un entendimiento del seguimiento y aseguramiento interno de tales objetivos.
2. Revisión de información relevante de Telefónica, tal como transcripciones literales de actas de las reuniones del Consejo de Administración en las que se han adoptado acuerdos relacionados con la Responsabilidad Corporativa, así como de los extractos de las actas correspondientes a los aspectos tratados en esta misma materia en las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa.
3. Revisión de los procesos y sistemas a través de los cuales el Grupo Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la identificación y establecimiento de los aspectos claves a incluir en el Informe.
4. Revisión de una muestra de noticias publicadas en prensa durante el ejercicio 2005 en relación con cualquiera de los aspectos relativos a la responsabilidad corporativa de Telefónica o relacionados con sus grupos de interés para comprobar su adecuado tratamiento en el Informe.
5. Revisión de la elaboración del Informe de Telefónica, S.A. de acuerdo a los estándares del GRI 2002, verificando que:
 - Contiene información relativa a la visión y estrategia, el perfil y estructura de gobierno y de los sistemas de gestión.

- Incluye un índice de contenidos.
 - Contempla información concerniente a cada uno de los indicadores establecidos por el GRI o la justificación de su omisión.
 - El criterio seguido para la consideración de alguno de los indicadores como "no aplicables" es razonable.
 - La información contenida en dicho Informe es consistente con los principios del GRI.
 - Contiene una declaración firmada por Presidente del Grupo confirmando que el Informe ha sido preparado de acuerdo con los estándares del GRI.
6. Realización de entrevistas con una selección de directivos y personal clave de las entidades españolas representantes de las líneas de negocio de telefonía fija y de móviles, para obtener un conocimiento de cómo los objetivos y políticas corporativas son puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades, en relación con los estándares AA1000AS.
7. La verificación de la información, tanto cuantitativa como cualitativa, contenida en el Informe se ha realizado mediante pruebas muestrales. La selección de las muestras se ha efectuado entre los datos relativos a las siguientes entidades en España (Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A., Telefónica I+D, Telefónica Móviles, S.A.; Telefónica, S.A., Atento Teleservicios España, S.A), Argentina (Telefónica de Argentina, Telefónica Móviles Argentina, Atento Argentina), Brasil (Telesp, Atento Brasil), Chile (Telefónica CTC Chile, Telefónica Móviles Chile, Atento Chile) y Perú (Telefónica de Perú, Telefónica Móviles de Perú, Atento Perú), en función de su relevancia para cada uno de los indicadores.

Adicionalmente, cuando se ha estimado necesario por su relevancia, se ha procedido a la verificación de información correspondiente a otros países en los que opera Telefónica.

8. Verificación de otras informaciones, no requeridas por el GRI, contenidas en el Informe con documentación soporte acreditativa, a través de fuentes externas siempre que ha sido posible o internas, en caso contrario.

Nivel de verificación

Dado que en la actualidad la AA1000 Assurance Standard no establece normas sobre los niveles de verificación o aseguramiento, hemos planificado y diseñado los procedimientos aplicados para la obtención de la información y las explicaciones que hemos estimado necesarias para el establecimiento de nuestras conclusiones bajo dichos estándares, dentro de los términos acordados con la Dirección de Telefónica, S.A., teniendo en cuenta asimismo las directrices de la ISAE 3000 para la realización de verificaciones con alcance limitado.

Limitaciones de nuestra revisión

- La extensión de nuestro trabajo ha consistido en la verificación de las muestras obtenidas según lo descrito en los puntos 7 y 8 anteriores para los datos correspondientes al ejercicio 2005. Los datos de ejercicios anteriores que figuran en el Informe no han formado parte del alcance de nuestros procedimientos, habiéndose comprobado únicamente su coincidencia con los recogidos en el Informe 2004 elaborado por Telefónica, S.A. y que fue verificado por otra entidad independiente.
- Ernst & Young no ha participado en las actuaciones de diálogo que Telefónica ha llevado a cabo con sus grupos de interés, por ello nuestras conclusiones sobre el principio de materialidad o relevancia y de capacidad de respuesta están basadas en la revisión de los documentos, facilitados por Telefónica, resultantes de dichas actuaciones.

Nuestras conclusiones

En base a los resultados obtenidos de los procedimientos de verificación aplicados, a continuación recogemos nuestras conclusiones y aspectos de mejora más relevantes en relación con cada uno de los principios de la AA1000, así como del cumplimiento de las directrices del GRI. Dichas conclusiones deben ser tomadas en consideración, junto con las limitaciones expuestas con anterioridad.

a) Materialidad o relevancia

Principio: *El Informe de RC presenta los aspectos relevantes concernientes al desempeño económico, social y medioambiental.*

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005 proporciona información equilibrada de las actuaciones llevadas a cabo por Telefónica en esta materia, habiéndose incorporado al mismo aspectos reclamados por los grupos de interés en las actuaciones de diálogo realizadas, tal como se pone de manifiesto en el apartado "Diálogo con grupos de interés" del capítulo 11 del Informe.

En relación con ciertos indicadores de la Tabla GRI 2002 que se adjunta a continuación, y que forma parte integrante de este Informe de Verificación, se pone de manifiesto la no disponibilidad aún de información para algunos países o algunas de las actividades llevadas a cabo por Telefónica. Como línea lógica de avance sería adecuado incorporar progresiva y sistemáticamente tal información para todo el perímetro del Grupo Telefónica.

b) Integridad

Principio: La organización dispone de mecanismos y sistemas que le permitan conocer las expectativas de los grupos de interés e identificar la información relevante a incorporar al Informe de RC.

En base a nuestra revisión:

No hemos observado declaraciones erróneas realizadas a lo largo del Informe ni aspectos materiales excluidos del mismo distintos de los mencionados en el apartado a) anterior. En el desarrollo de los procedimientos aplicados, no se ha puesto de manifiesto la exclusión de informaciones correspondientes a las actuaciones sociales y medioambientales de unidades de negocio relevantes, salvo las descritas con anterioridad.

Hemos recibido información o explicaciones que soportan y evidencian las afirmaciones reflejadas en el Informe y que han sido objeto de selección por nuestra parte para su verificación.

Como líneas de consolidación de los procesos y procedimientos puestos en marcha por Telefónica se recomiendan las siguientes actuaciones:

- Extensión progresiva del modelo de diálogo y comunicación con sus grupos de interés a todos los países y líneas de negocio que integran sus actividades.
- Continuar en la integración de los objetivos en materia de Responsabilidad Corporativa en los objetivos estratégicos de las distintas Áreas y países del Grupo, mediante sistemas de gestión e indicadores únicos.
- Reforzar los sistemas implantados para gestionar la trazabilidad de los datos comunicados.

c) Capacidad de respuesta

Principio: La organización dispone de procesos efectivos para gestionar e informar de la respuesta dada a las expectativas de sus grupos de interés

En base a nuestra verificación:

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica incluye los aspectos materiales relativos a las expectativas de sus grupos de interés puestas de manifiesto en las actividades de diálogo llevadas a cabo durante el ejercicio y cuyos resultados han sido puestos a nuestra disposición. A los efectos de esta conclusión se debe tener en cuenta lo indicado en el apartado a) anterior.

A lo largo de su Informe, Telefónica recoge las políticas, normas, programas y actividades aprobadas y desarrolladas a lo largo del ejercicio. En cada uno de los capítulos, se hace mención a la situación o grado de desarrollo e implantación en cada caso.

En línea con lo indicado en el párrafo anterior se anticipan como líneas de actuación recomendables las siguientes:

- Extender el avance que ha supuesto la implantación del Código Ético en Telefónica Móviles al resto del Grupo. Esta extensión supondrá desarrollar y aprobar nuevas políticas concretas que permitan el adecuado desarrollo e implantación de los principios recogidos en dicho Código, así como de otros requerimientos de sus grupos de interés.
- Optimizar los procedimientos de cumplimiento, seguimiento y reporte de la totalidad de las políticas y normas ya aprobadas por Telefónica, de forma estandarizada y sistemática.

Concordancia del Informe Anual de RC con los estándares GRI

En base a los resultados obtenidos de los procedimientos aplicados sobre la información publicada y disponible, según se indica en el apartado a) anterior, consideramos que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A ha sido elaborado de acuerdo con el GRI Sustainability Reporting Guidelines 2002 y el Suplemento sectorial de Telecomunicaciones.

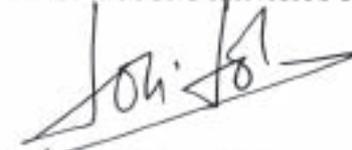
El alcance de nuestro trabajo ha consistido en la realización de los procedimientos específicos que se describen en este informe. De haberse aplicado procedimientos distintos a los indicados o haberse ampliado el tamaño de los muestreos analizados, se podrían haber puesto de manifiesto aspectos significativos adicionales a los contemplados en el presente informe.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma.

Por otra parte, como auditores de las cuentas anuales de Telefónica, S.A. la prestación de nuestros servicios ha sido aprobada por la Comisión de Auditoría y Control para garantizar nuestra independencia, tal como establecen los procedimientos del Grupo y que se describen en el capítulo de Gobierno Corporativo del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

ERNST & YOUNG SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.



José Luis Solís Céspedes
Socio

Madrid, 15 de mayo de 2006

Acerca del Informe

Departamentos que han colaborado en la elaboración del informe completo.

01 Gobierno Corporativo

Secretaría General / Auditoría Interna

02 Identidad

Comunicación (Marca, Reputación y RSC) / Secretaría General / Recursos Humanos / Patrocinios / Auditoría Interna

03 Motor de progreso

Finanzas (Consolidación, Control de Gestión) / Fiscal / Regulación / Innovación / Telefónica I+D / Relaciones Institucionales / Sistemas de Información / Relaciones con Inversores

04 Clientes

Desarrollo Comercial Corporativo / Áreas de calidad, marketing y atención al cliente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica) / Asesoría Jurídica / Comunicación / Seguridad

05 Accionistas

Oficina del Accionista / Relaciones con Inversores / Secretaría General

06 Empleados

Recursos Humanos Corporativos / Recursos Humanos de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica, TPI, Terra, Atento, *tgestion*) / Comunicación / Seguridad / Fundación Telefónica / ATAM / Fonditel

07 Sociedad

Principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Latinoamérica, Telefónica Móviles) / Relaciones Institucionales / Regulación / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Fundación Telefónica / ATAM / Patrocinios

08 Medio Ambiente

Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Áreas de Medio Ambiente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica)

09 Proveedores

Compras / Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Corporativa

10 Medios

Comunicación

Acerca del Informe

Reputación y Responsabilidad Corporativa

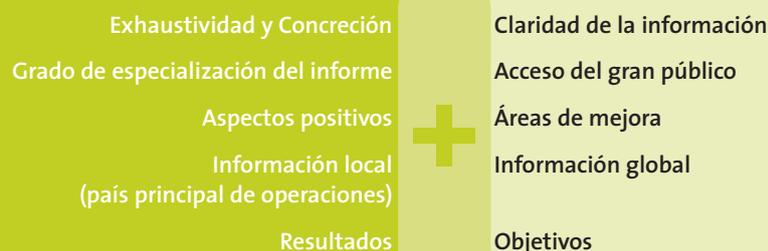
Verificación independiente

Ernst & Young

Coordinación

Reputación, Marca y Responsabilidad Corporativa (D.G. Comunicación)

De acuerdo con los grupos de interés, los informes de RC deben alcanzar el equilibrio entre...



Diálogo con los grupos de interés

En marzo de 2006, Telefónica convocó dos paneles integrados por expertos en responsabilidad corporativa representativos de los diversos grupos de interés de Telefónica con el objetivo de conocer su opinión en relación al "Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2004", y recoger sus sugerencias y comentarios.

En el diálogo participaron más de 40 personas expertas en responsabilidad corporativa, y que forman parte de casi treinta organizaciones e instituciones relevantes dentro de los grupos de interés de Telefónica en España. En el Informe de Responsabilidad Corporativa se incluye el detalle acerca de las recomendaciones de los grupos de interés sobre el Informe, así como las mejoras introducidas por Telefónica en 2005.

Principios de reporte

En la elaboración de su informe de Responsabilidad Corporativa 2005, Telefónica ha aplicado los principios propuestos por el GRI a la hora de tomar decisiones acerca de los contenidos y la estructura del informe.

Nota sobre la verificación independiente:

Telefónica encargó a Ernst & Young (como entidad independiente) la verificación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005. En este informe ejecutivo se transcribe literalmente el Informe de Verificación (no incluyendo las tablas GRI), que se refiere al Informe de RC en su versión completa y no a este Resumen Ejecutivo. Tanto el Informe de RC completo como el Informe de Verificación de Ernst & Young se incluyen en el CD adjunto.

Perímetro del Informe

Desde la publicación de su primer informe de responsabilidad corporativa en 2002, Telefónica ha tenido siempre la intención de presentarse ante sus grupos de interés como una empresa multinacional. Ésta es la razón por la que, desde ese primer informe, siempre se hayan incluido datos de sus operaciones fuera de España.

En la elaboración del informe de Responsabilidad Corporativa 2005 se incluye el desempeño de las operadoras de telefonía fija y móvil en España y América Latina sobre las que Telefónica tiene control. Este criterio ha sido tomado sobre la aplicación de los principios de relevancia del impacto de las empresas y sobre el grado de control existente en las mismas.

Con el ánimo de fomentar la máxima transparencia, Telefónica expone en este capítulo la manera en que se consolida la información de los diferentes capítulos y aspectos incluidos en el informe, en la cadena de suministro.

Resultados trimestrales
enero - diciembre
2005

04

04 01	Resultados trimestrales enero – diciembre 2005	132
04 02	Anexos	178

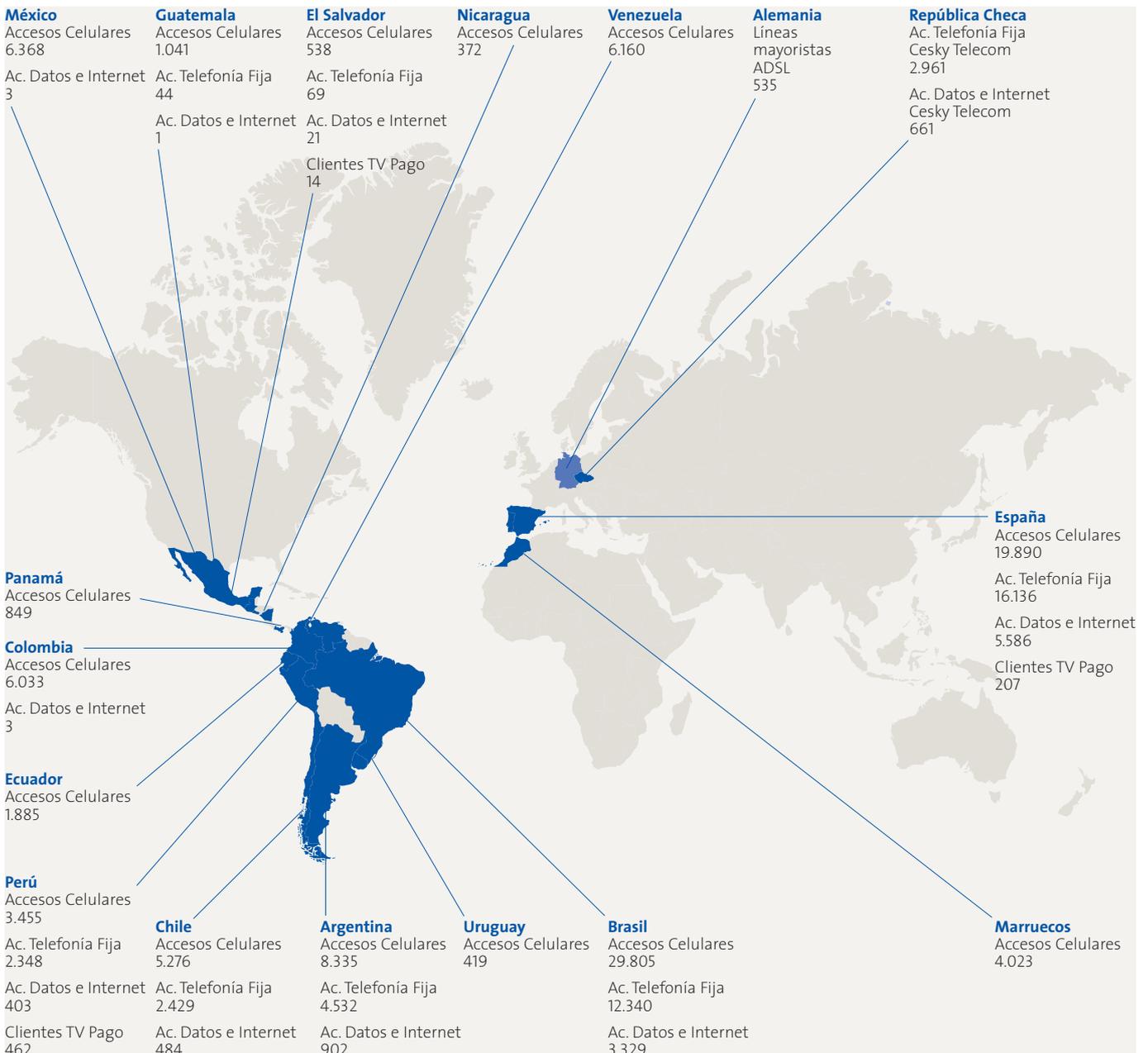


Grupo Telefónica
 Negocio de telefonía móvil
 Cesky Telecom
 Otros negocios

Resultados trimestrales

Telefónica: Tamaño de mercado (2005)

Datos en miles



La información financiera contenida en este apartado ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones. Los resultados financieros de 2004 fueron elaborados de conformidad con los principios contables españoles y han sido convertidos a NIIF exclusivamente a efectos comparativos.

Principales Aspectos Destacados

Los aspectos más destacados de los resultados del Grupo Telefónica en el ejercicio 2005 son los siguientes:

- El beneficio neto alcanza una cifra absoluta récord de 4.445,8 millones de euros, un 40,0% superior a la obtenida en 2004 resultado de la buena evolución de las operaciones y de la aportación positiva de las adquisiciones realizadas:
 - El resultado neto ascendería a 4.915,8 millones de euros si excluimos el impacto del saneamiento del valor remanente de la licencia UMTS de IPSE¹ y de la provisión² del E.R.E de Telefónica de España y Telefónica Data España.
 - Aumento de un 43,4% del beneficio básico por acción hasta 0,913 euros.
- Cumplimiento de los objetivos financieros fijados para 2005 en términos de ingresos, OIBDA, OI y CapEx, tanto a nivel del Grupo Telefónica como de las principales líneas de actividad.
- Reforzamiento del perfil de crecimiento del Grupo, al registrar los ingresos un sólido crecimiento interanual del 25,1%:
 - Todas las líneas de actividad presentan unos ingresos superiores a los obtenidos en el ejercicio 2004.
- Fuerte incremento de los accesos totales (+24,3% interanual) impulsados por la expansión de los clientes celulares y los accesos de banda ancha, cerrando el ejercicio con 153,5 millones. Incluyendo los clientes de O2, cuya adquisición se ha materializado en 2006, la base de clientes del Grupo Telefónica ascendería a 180,9 millones:
 - El Grupo Telefónica Móviles alcanza un parque de 94,4 millones de clientes, tras captar en el año 16,3³ millones de nuevos clientes.
 - Los accesos minoristas a Internet de banda ancha del Grupo alcanzan 5,0 millones frente a 3,2 millones en diciembre de 2004.
- Destacado crecimiento orgánico⁴ (tipos de cambio constantes y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación) de las principales partidas de la cuenta de resultados:
 - Los ingresos crecen a un ritmo del 9,3%, el OIBDA del 9,9% y el OI del 21,7%.
- Efecto positivo de las variaciones en los tipos de cambio, especialmente por la apreciación de las divisas latinoamericanas frente al euro, aportando en el ejercicio 4,7 p.p., 4,5 p.p. y 3,3 p.p. al crecimiento de los ingresos, OIBDA y OI respectivamente.
- Transformación de la eficiencia operativa en rentabilidad y generación de caja:
 - El margen OIBDA consolidado se sitúa en el 40,3%, manteniéndose en el mismo nivel que el año anterior, en un entorno de gran crecimiento y de mayor actividad comercial.
 - La generación libre de caja (OIBDA-CapEx) asciende a 9.917,7 millones de euros, con un crecimiento respecto a 2004 del 17,3% contribuyendo positivamente todas las líneas de actividad, a pesar del crecimiento de la inversión de los negocios en crecimiento.
- La política de retribución al accionista en 2005 se sitúa como una de las más atractivas del sector, después de pagarse un dividendo en efectivo de 0,5 euros/acción, distribuirse un 4% del capital en autocartera (1x25) y renovarse el programa de recompra de acciones hasta final de 2007 por importe de 6.000 millones de euros. Para el ejercicio 2006, el Consejo de Administración ha acordado proponer en la próxima JGA el pago de un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2005 de 0,5 euros/acción.

¹ Neto de su correspondiente efecto fiscal y de la pérdida imputable a los minoritarios.

² Neta de su correspondiente efecto fiscal.

³ Excluye el ajuste de 300.000 líneas inactivas no consideradas a efectos de parque declarado en México en el segundo trimestre de 2005.

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de los activos adquiridos a BellSouth en Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela en el negocio de telefonía móvil y Atrium en el Grupo Telefónica Latinoamérica desde el 1 de enero de 2004. Cesky Telekom se incluye en el período julio-diciembre de 2004.

Grupo Telefónica Accesos

Datos no auditados (Miles)

	Diciembre		
	2005	2004	% Var
Accesos de telefonía fija¹	40.859,0	37.768,5	8,2
Accesos de datos e internet	12.859,9	10.872,2	18,3
Banda estrecha	5.166,9	5.672,5	-
Banda ancha	6.902,7	4.736,7	-
ADSL ²	5.880,2	3.915,5	-
Minorista ³	5.023,1	3.225,6	-
Otros accesos ⁴	790,3	463,0	-
Bucles alquilados ⁵	434,8	116,1	-
TV de Pago	683,2	408,3	67,3
Accesos celulares	99.124,0	74.441,4	33,2
Total Accesos	153.526,0	123.490,3	24,3

¹RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² Incluye conexiones en régimen de reventa minorista correspondientes a T.Deutschland y cable módem de Perú.

³ Incluye accesos de cable módem en Perú. Minorista TdE incluye Terra desde el tercer trimestre de 2005, Línea ADSL y satélite. Minorista TASA incluye ISP que presta servicios en la zona norte.

⁴ Incluye cable de El Salvador, clientes WiFi, satélite Latam, fibra y circuitos alquilados.

⁵ Incluye bucles totalmente desagregados y compartidos.

Resultados Consolidados

Los resultados obtenidos por el Grupo Telefónica y los comentarios de gestión incluidos en este informe se presentan atendiendo a las actuaciones llevadas a cabo por las distintas líneas de actividad que existen en el Grupo y que constituyen las unidades sobre las cuales se efectúa la gestión de estos negocios. Ello supone una presentación de los resultados basada en la gestión real de los distintos negocios en los que el Grupo Telefónica está presente, en lugar de atender a la estructura jurídica que conforman las sociedades participadas.

En este sentido, se presentan cuentas de resultados por negocios que presuponen, básicamente, que cada una de las líneas de actividad participa en las sociedades que el Grupo posee en el negocio correspondiente, con independencia de si dicha participación ha sido ya traspasada o no, aunque sea la voluntad final de Telefónica, S.A. llevarlo a cabo en el futuro.

Debe destacarse que esta presentación por negocios, en ningún caso altera los resultados totales obtenidos por el Grupo Telefónica y que dichos resultados son incorporados desde la fecha de adquisición efectiva de la participación por el Grupo.

A partir del tercer trimestre de 2005 los resultados de la línea de actividad Terra Networks pasan a incluirse en el Grupo Telefónica de España y Grupo Telefónica en Latinoamérica. De esta forma, los resultados de Terra España, Azeler y Maptel se incorporan en el Grupo Telefónica de España, mientras que los resultados de Terra en Latinoamérica se incluyen en el

Grupo Telefónica en Latinoamérica. Por otro lado, los resultados del primer y segundo trimestre de 2005 y todo el ejercicio 2004 del Grupo Terra Networks pasan a incluirse en la línea de Otras sociedades del Grupo Telefónica.

También desde el tercer trimestre de 2005 se integran los resultados de Cesky Telecom como línea de actividad independiente correspondientes al periodo julio-diciembre de 2005, cuya adquisición se cerró el pasado mes de junio.

El Grupo Telefónica adquiere en el año 2005 una nueva dimensión después de la exitosa integración de las operaciones de telefonía móvil adquiridas a BellSouth en Latinoamérica y Cesky Telecom, unido a la compra de O2, que permiten a su vez reforzar el posicionamiento competitivo a través de la escala de la Compañía. Con estas adquisiciones, se refuerza el objetivo estratégico del Grupo de situarse como la mejor combinación en el sector de telecomunicaciones en términos de crecimiento y rentabilidad para el accionista, al ejecutarse con éxito la gestión integrada de los negocios a través de un foco creciente en el cliente y en la eficiencia.

De esta forma, el Grupo Telefónica consigue en 2005 un beneficio neto récord de 4.445,8 millones de euros, un 40,0% superior a la cifra del año anterior. La consecución de este buen resultado parte del fuerte crecimiento anual de los ingresos (+25,1%) gracias a la expansión de la base de clientes (+24,3%) y de los ingresos medios por Cliente, consecuencia del mayor esfuerzo comercial, con énfasis especial en los negocios en crecimiento y en la innovación de productos y servicios. La eficiencia en las operaciones permite que la

rentabilidad (margen OIBDA) se mantenga en el nivel del 40% y que la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) crezca a un ritmo anual muy destacado (+17,3%).

Es significativo señalar también la exitosa gestión de los resultados no operativos, al pasar de un crecimiento anual del OIBDA del 25,0% y del 30,5% del OI al 40,0% del resultado neto.

Asimismo, los resultados económico-financieros de 2005 se ven fortalecidos por la diversificación que supone ser un operador integrado. El negocio celular se configura como el principal contribuidor a los ingresos del Grupo (+38,1% anual) mientras que el negocio de telefonía fija lo hace en rentabilidad, al crecer el resultado operativo del Grupo Telefónica de España un 19,9% y el del Grupo Telefónica en Latinoamérica un 14,6% respecto a 2004. En este sentido, la necesidad de financiar el crecimiento de clientes en el negocio de telefonía celular para capturar la oportunidad única de crecimiento de sus mercados con su lógico impacto en los márgenes, se compensa ampliamente con la solidez que aportan los resultados del negocio fijo, referentes en el sector en términos de ingresos, rentabilidad y generación de caja.

Como resultado de todo lo anterior, el Grupo Telefónica ha cumplido con todos los objetivos financieros establecidos para el ejercicio 2005. En términos del importe neto de la cifra de negocios (ingresos)¹, el crecimiento a tipos de cambio constante y excluyendo cambios en el perímetro de

consolidación se ha situado en el 17,2%, confirmando el objetivo de crecimiento fijado de "superior al 15%". Respecto al Resultado Operativo antes de Amortizaciones (OIBDA)², el crecimiento asciende al 12,3%³, dentro del rango anunciado de +10%/+13%. El Resultado Operativo (OI)¹ crece un 16,1%³, también dentro del rango proporcionado de +12%/+18%. Por último, el CapEx¹ asciende a 4.725,9 millones de euros, en línea con la estimación inicial de situarse aproximadamente en los 4.600 millones de euros. Es importante señalar también que todas las líneas de actividad han cumplido con los objetivos fijados para 2005.

La política de remuneración al accionista en 2005 ha continuado progresando y se sitúa como una de las más atractivas del sector, reafirmando después de la compra de O2. En 2005 se ha pagado un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2004 de 0,59/acción, se han distribuido acciones propias de Telefónica S.A., representativas del 4% del capital social, en la proporción de 1x25 y se ha progresado en el programa de recompra de acciones. Dicho programa se renovó el pasado mes de abril y se extendió su ejecución hasta final del año 2007 por un importe de 6.000 millones de euros. A 31 de diciembre de 2005, la autocartera ascendía al 2,8% del capital social.

Para el ejercicio 2006, el Consejo de Administración ha acordado proponer en la próxima JGA el pago de un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2005 de 0,5 euros/acción.

A cierre de 2005, el Grupo Telefónica cuenta con 153,5 millones de accesos totales (+24,3% interanual), de los que 99,1 millones corresponden a accesos celulares, 40,9 millones a accesos de telefonía fija, 12,9 millones a accesos de datos e Internet y 0,7 millones a TV de pago. La adquisición de Cesky Telecom permite aumentar la base de clientes en 8,3 millones, mientras que si incluyésemos los accesos de O2 a 31 de diciembre de 2005, los accesos totales del Grupo Telefónica ascenderían a 180,9 millones.

El Grupo Telefónica Móviles se sitúa como uno de los principales operadores del sector, en un entorno de alto crecimiento de los mercados latinoamericanos, con un parque de clientes gestionados de 94,4 millones, un 26,9% más que en 2004. La ganancia neta del cuarto trimestre se sitúa en 5,4 millones de clientes, en un periodo dominado por las campañas de Navidad, mientras que en todo el año se han capturado 16,3³ millones de nuevos clientes.

El mercado de banda ancha en 2005 refleja un fuerte dinamismo y crecimiento en España, Latinoamérica y República Checa, totalizando los accesos minoristas a Internet de banda ancha del Grupo Telefónica a finales de diciembre 5,0 millones, un 55,7% superior a la cifra del año anterior, destacando la contribución de España (2,7 millones +68,5% interanual) y de Brasil (Telesp: 1,2 millones +46,0% interanual).

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes de 2004, y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación, a excepción de la adquisición de los activos de BellSouth en Argentina y Chile por Telefónica Móviles en 2005 y Atrium por Telefónica Internacional.

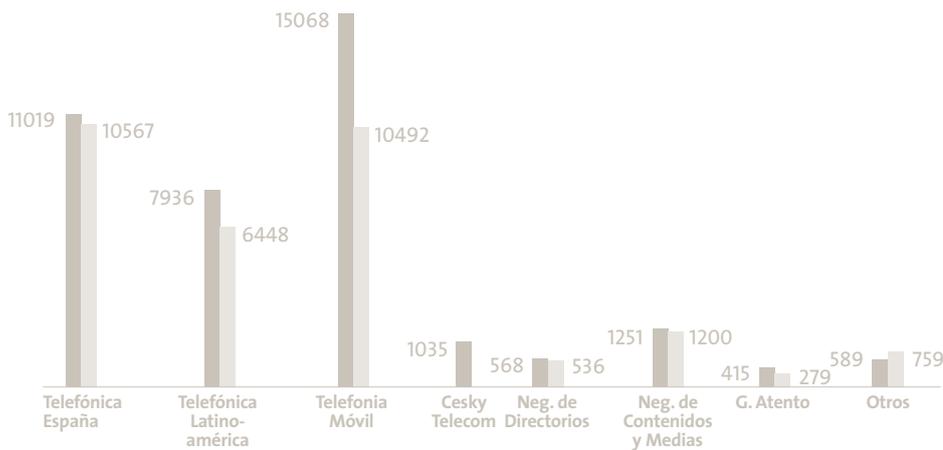
² Con el objetivo de calcular las previsiones, el OIBDA y el OI excluyen otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2005. Reestructuraciones de Personal y el Programa de Desinversión Inmobiliaria están incluidos como ingresos/gastos operativos.

³ Excluye el ajuste de 300.000 líneas inactivas no consideradas a efectos de parque declarado en México en el segundo trimestre de 2005.

Ventas a terceros por línea de actividad

Datos en millones de euros

■ Diciembre 2005
■ Diciembre 2004



Los ingresos del Grupo Telefónica se incrementan un 25,1% respecto a 2004 y alcanzan una cifra absoluta de 37.882,1 millones de euros. Este fuerte crecimiento anual se produce por los mayores ingresos obtenidos por todas las líneas de actividad, el impacto positivo de los tipos de cambio (aportan +4,7 p.p. al crecimiento) y los cambios en el perímetro de consolidación, fundamentalmente los activos de BellSouth y Cesky Telecom. Eliminando estos dos últimos efectos, el crecimiento orgánico⁴ de los ingresos ascendería al 9,3% (+9,9% a septiembre).

Por líneas de actividad, el negocio de telefonía móvil continúa siendo el principal contribuidor al crecimiento del Grupo, y registra un incremento interanual de sus ingresos en 2005 del 38,1% hasta 16.513,5 millones de euros. Los cambios en el perímetro de consolidación por un lado, y la contribución de Telefónica Móviles España (ingresos +7,6%, posicionándose como una de las operadoras europeas con mayor crecimiento en su mercado doméstico), Venezuela (1.438 millones de euros de ingresos) y Argentina (ingresos de 1.010 millones de euros) por otro lado, explican principalmente el sólido comportamiento de los ingresos. En el cuarto trimestre del año se produce una desaceleración en el ritmo de crecimiento de los ingresos (+29,1%) ya que los nueve primeros meses (+41,7%) estaban más afectados por la consolidación de ocho de las diez operadoras latinoamericanas adquiridas a BellSouth desde el mes de noviembre de 2004.

Los ingresos del Grupo Telefónica de España totalizan en el conjunto del año 11.739,5 millones de euros (las operaciones de Terra en España contribuyen con 21,6 millones de euros), un 4,8% superiores a los obtenidos en el mismo período del año anterior (+4,6% excluyendo Terra). Los ingresos de Internet y Banda Ancha (+26,9% sobre 2004) son el motor del crecimiento, especialmente los de Banda Ancha (+40,2% vs. enero-diciembre 2004), que permiten compensar la reducción de los ingresos por servicios de voz tradicional (-0,7% interanual). En el cuarto trimestre de 2005 continúa la tendencia de desaceleración trimestral en el aumento interanual de los ingresos excluyendo la incorporación de las filiales de Terra (+3,6% vs. +4,0% en el tercer trimestre vs. +4,9% en el segundo trimestre vs. +6,0% en el primer trimestre) principalmente por la eliminación del efecto de la subida de la cuota de abono en 2004, la caída de los ingresos de tráfico de voz y la ralentización en el crecimiento de los ingresos de banda ancha.

El Grupo Telefónica en Latinoamérica, apoyado en la buena evolución de las operadoras y la apreciación de las divisas latinoamericanas frente al euro, obtiene en 2005 unos ingresos de 8.265,5 millones de euros (Terra Latinoamérica aporta 111,0 millones de euros), un 22,5% más que en 2004. En euros constantes y eliminando el efecto de Terra, el incremento respecto a enero-diciembre del ejercicio anterior se sitúa en el 6,2% (+6,5% a septiembre) principalmente debido a la contribución de

Telesp (+7,9% vs. +7,7% a septiembre) que se ve impulsado por el incremento de tarifas del pasado mes de julio y el sólido crecimiento del negocio de banda ancha.

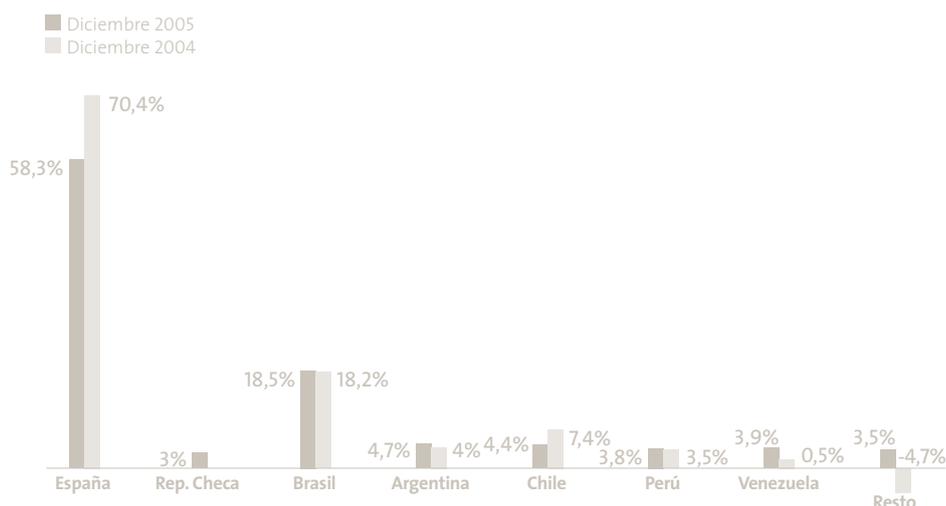
Por zonas geográficas y a cierre del ejercicio 2005, España representa el 51,9% de los ingresos consolidados del Grupo Telefónica, reduciendo su contribución en 9,4 p.p. respecto a diciembre de 2004, mientras que Latinoamérica aumenta su peso en los ingresos totales en 7,3 p.p. hasta el 41,5% debido a la incorporación de las operadoras latinoamericanas de BellSouth. Brasil mantiene una participación en las ventas totales prácticamente estable (18,2% vs. 17,3% hace doce meses). La incorporación de Cesky Telecom desde julio de 2005 aporta mayor diversificación geográfica, al originarse en la República Checa un 2,7% de los ingresos consolidados.

Los gastos por operaciones acumulados a cierre de 2005 ascienden a 23.219,3 millones de euros y registran un crecimiento interanual del 26,7% como consecuencia de la intensificación del esfuerzo comercial realizado en el Grupo Telefónica y los cambios en el perímetro de consolidación contable.

Los gastos por aprovisionamientos (10.065,0 millones de euros) suben un 31,8% respecto a 2004 (+27,2% excluyendo el efecto tipo de cambio vs. +29,9% a septiembre) y obedecen fundamentalmente al negocio de telefonía móvil por la incorporación de las operadoras latinoamericanas de BellSouth y los mayores gastos de interconexión, y al Grupo Telefónica de España debido a la mayor adquisición de equipos para los servicios de ADSL e Imagenio y al impulso en la desagregación del bucle por parte de la competencia.

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de los activos adquiridos a BellSouth en Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela en el negocio de telefonía móvil y Atrium en el Grupo Telefónica en Latinoamérica desde el 1 de enero de 2004. Cesky Telekom se incluye en el período julio-diciembre de 2004.

OIBDA por países



Los gastos de personal totalizan 5.656,4 millones de euros y crecen en 2005 un 11,0% frente a la cifra del año anterior (+7,9% en euros constantes vs. +5,3% a septiembre) asociados a la subida de la plantilla promedio del Grupo (+21,4% hasta 190.385 empleados) por el negocio de telefonía móvil, la compra de Cesky Telecom y el Grupo Atento (excluyendo Atento la plantilla promedio descendería hasta 106.021 empleados y crecería un 12,3%). En lo referente al E.R.E. 2003-2007 de Telefónica de España, durante el cuarto trimestre se han aceptado de forma excepcional 127 bajas adicionales a las 1.750 aceptadas para 2005, y se ha aprobado un nuevo E.R.E. en Telefónica Data España, al que se han adherido 68 personas, ascendiendo la provisión total dotada por el total de empleados en 2005 a 597,3 millones de euros.

Los gastos por servicios exteriores acumulados al cierre del ejercicio (6.715,3 millones de euros) aumentan un 32,4% interanual (+26,4% en euros constantes) como consecuencia de la mayor actividad comercial y de publicidad principalmente en la apuesta por el crecimiento del número de clientes y en los cambios en el perímetro de consolidación contable. Sin embargo, en el último trimestre se produce una contención en los gastos comerciales fundamentalmente de Telefónica Móviles España.

A cierre del ejercicio en curso, el Grupo Telefónica registra un resultado por enajenación de activos que asciende a 249,3 millones de euros frente a los 21,6 millones de euros devengados el año

anterior. Los principales conceptos contabilizados en esta partida son las plusvalías por: i) la venta de Infonet, ii) la salida a bolsa de Endemol, iii) la enajenación de un 1,2% del capital de TPI, iv) la enajenación de inmuebles relativos al plan de eficiencia inmobiliaria y v) la venta de Radio Continental y Radio Estéreo, ambas del Grupo ATCO. El beneficio obtenido por la salida a bolsa de Endemol explica fundamentalmente el importe positivo devengado en el cuarto trimestre de 2005 de 71,7 millones de euros.

El OIBDA consolidado en enero-diciembre 2005 alcanza 15.276,4 millones de euros, un 25,0% superior al registrado en el mismo período de 2004, acelerando significativamente su ritmo de variación frente a septiembre (+20,0%), al aumentar interanualmente en octubre-diciembre el OIBDA un 39,7%. La variación en los tipos de cambio aporta 4,5 p.p. al crecimiento en 2005. El crecimiento orgánico⁵ del OIBDA consolidado en 2005 se situaría en el 9,9%, 3,2 p.p. más que en los nueve primeros meses debido fundamentalmente a la ralentización que se produce en el crecimiento de los gastos en el último trimestre, destacando el negocio de telefonía celular. En cuanto a la rentabilidad, a pesar de los altos niveles de actividad comercial especialmente en el negocio de telefonía móvil, la rentabilidad (margen OIBDA) se mantiene prácticamente estable respecto al año anterior (40,33% vs. 40,36%).

En el período acumulado a diciembre 2005 se observa un mayor ritmo de crecimiento en el OIBDA del negocio de telefonía móvil

que el obtenido a septiembre (+25,4% vs. +19,4%), totalizando 5.817,0 millones de euros y representando un 38,1% del OIBDA total. En términos anuales, el margen OIBDA se reduce en 3,5 p.p. hasta el 35,2% por los esfuerzos comerciales realizados y el lanzamiento de marca (movistar) el pasado mes de abril. Sin embargo, es destacable la mejora interanual de 3,9 p.p. que se produce en el margen OIBDA del cuarto trimestre (35,6%) fundamentalmente por el avance de 11,9 p.p. en el margen OIBDA de las filiales latinoamericanas hasta el 24,5% ante los menores costes de adquisición unitarios (SAC).

El Grupo Telefónica de España (31,2% del OIBDA consolidado) termina el ejercicio con un OIBDA de 4.766,8 millones de euros (las operaciones de Terra en España aportan 27,3 millones de euros), un 4,5% superior al registrado en 2004. En el cuarto trimestre se invierte la tendencia observada en trimestres anteriores y presenta una caída interanual del 3,8% asociada principalmente a la adhesión de 127 nuevas personas al E.R.E. 2003-2007 de Telefónica de España en 2005 y de 68 personas al E.R.E. de Telefónica Data España. El margen OIBDA alcanza el 40,6%, 0,1 p.p. inferior al de 2004, aunque si excluyésemos el efecto del E.R.E. en ambos ejercicios aumentaría el margen hasta el 45,7% (-0,8 p.p. vs. enero-diciembre 2004).

⁵ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de los activos adquiridos a BellSouth en Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela en el negocio de telefonía móvil y Atrium en el Grupo Telefónica en Latinoamérica desde el 1 de enero de 2004. Cesky Telekom se incluye en el período julio-diciembre de 2004.

El OIBDA del Grupo Telefónica en Latinoamérica, con un peso sobre el OIBDA total del 24,6%, se sitúa en 3.758,3 millones de euros al cierre del año (Terra en Latinoamérica contribuye con 4,8 millones de euros), presentando un crecimiento en términos nominales del 14,1%, que en euros constantes y eliminando el efecto de Terra Latam se traduce en un 0,4% (-7,5% a septiembre). Debe tenerse en cuenta que esta evolución está influida por los resultados por enajenación de activos (principalmente la venta en julio de 2004 de la filial de móviles de CTC y las ventas en 2005 de Infonet y Telinver en Argentina), por lo que la variación excluyendo este efecto sería del 27,4% (11,7% sin tipos de cambio y sin Terra Latam). El margen OIBDA, aislando en ambos periodos el resultado por enajenación de activos, se mantiene estable respecto a septiembre en el 44,2%, si bien aumenta en 1,7 p.p. respecto a 2004.

La distribución geográfica del OIBDA en el ejercicio actual refleja, de la misma forma que los ingresos, una mayor diversificación, al proceder de España un 58,3% del OIBDA consolidado (70,4% del año anterior), un 36,4% de Latinoamérica (32,5% hace doce meses) y un 3,0% de la República Checa tras la incorporación de Cesky Telecom en el segundo semestre de 2005.

El resultado operativo del período enero-diciembre 2005 totaliza 8.558,8 millones de euros y presenta un crecimiento interanual del 30,5%, 6,0 p.p. superior al registrado en los nueve primeros meses del ejercicio. Esta aceleración se produce por el mayor incremento del OIBDA descrito

anteriormente, y a pesar del incremento superior de las amortizaciones respecto a septiembre (+18,6% vs. +14,6%). Las principales líneas de actividad que contribuyen a este incremento de las amortizaciones son en primer lugar, el negocio de telefonía celular debido a los cambios en el perímetro de consolidación y al impacto de 280 millones de euros asociados a la amortización de activos intangibles asignados de Telefónica Móvil Chile y de las diez operadoras adquiridas a BellSouth en Latinoamérica en 2004 y principios de 2005, y en segundo lugar, Cesky Telecom que se incorpora a partir del segundo semestre del año. La tasa de variación orgánica⁶ del resultado operativo se situaría en el +21,7% frente al +16,6% contabilizado a septiembre.

El resultado de las sociedades por puesta en equivalencia invierte la tendencia positiva registrada en los nueve primeros meses del año (+9,6 millones de euros) y cierra el ejercicio 2005 con unas pérdidas atribuibles a estas empresas de 128,2 millones de euros (-50,5 millones de euros en enero-diciembre 2004), tras devengarse en el cuarto trimestre -136,8 millones de euros por el saneamiento del valor remanente de la licencia UMTS de IPSE (este saneamiento de activos no supone una salida de caja). Es significativo destacar que si excluimos este efecto, el resultado de estas sociedades a nivel acumulado sería positivo (+8,6 millones de euros) gracias a las menores pérdidas atribuibles a Sogecable, Lycos Europe y la contribución positiva de Medi Telecom cuando el año pasado aportaba pérdidas al Grupo.

Los gastos financieros netos del año 2005, han alcanzado los 1.634,3 millones de euros, lo que supone una reducción de un 0,3% (4,8 millones de euros) respecto a los resultados financieros comparables de 2004 (1.639,1 millones de euros). Los gastos por tipo de interés empeoraron en 334,3 millones de euros de los que 261,3 millones de euros se han producido por un aumento del 18,6% de la deuda media total respecto a 2004. Las diferencias de cambio, mejoran en 339,1 millones de euros respecto a 2004, destacando la contribución de la posición en USD/EUR que ha supuesto el 43% de la mejora en el resultado.

El flujo de caja libre generado por el Grupo Telefónica durante el año 2005 ha sido de 7.108,1 millones de euros, de los cuales 4.476,1 millones de euros han sido dedicados al pago de dividendos y compra de autocartera de Telefónica S.A., 5.839,9 millones de euros han sido dedicados a inversiones financieras (neto de desinversiones inmobiliarias) y 692,8 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el grupo, fundamentalmente derivados de programas de reducción de plantilla. De este modo, el flujo de caja libre después de dividendos, que explica en gran parte el incremento de deuda financiera neta ha sido de 3.900,7 millones de euros.

La deuda neta del grupo Telefónica se ha situado al cierre de diciembre 2005 en 30.067,0 millones de euros. El incremento de 6.372,6 millones de euros con respecto a la deuda consolidada de finales del ejercicio 2004 (23.694,4 millones de euros) viene en gran medida motivada por el flujo de caja

⁶ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de los activos adquiridos a BellSouth en Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela en el negocio de telefonía móvil y Atrium en el Grupo Telefónica en Latinoamérica desde el 1 de enero de 2004. Cesky Telekom se incluye en el período julio-diciembre de 2004.

libre después de dividendos (-3.900,7 millones de euros). Adicionalmente, la deuda se ha incrementado en 1.075,8 millones de euros por variaciones del perímetro de consolidación y otros efectos sobre cuentas financieras y en 1.396,1 millones de euros como consecuencia del efecto que los tipos de cambio han tenido sobre la deuda no denominada en euros.

La provisión por impuestos asciende a 1.969,2 millones de euros en el ejercicio 2005 y la tasa impositiva se sitúa en el 29,0%, si bien la salida de caja para el Grupo Telefónica será más reducida en la medida que se compensen bases imponibles negativas. Los resultados atribuidos a socios externos en el ejercicio 2005 presentan un crecimiento interanual del 23,0% y restan 381,2 millones de euros al beneficio neto del Grupo Telefónica. La participación de los minoritarios en el resultado neto de Cesky Telecom desde el pasado 1 de julio, el mayor beneficio neto registrado por Telesp y las menores pérdidas de Telefónica Móviles México explican esta evolución.

Resultado de todo lo anterior, el beneficio neto consolidado acumulado a diciembre asciende a 4.445,8 millones de euros, un 40,0% más que en el mismo período del año anterior. En el cuarto trimestre, el resultado neto registra un incremento respecto al cuarto trimestre de 2004 del 51,6% y totaliza 1.192,5 millones de euros.

Durante el año 2005, el CapEx consolidado alcanza 5.358,7 millones de euros⁷ (4.725,9 millones de euros a tipos de cambio constantes de 2004 y excluyendo cambios

de perímetro de consolidación), lo que representa un crecimiento del 42,3% sobre 2004 (variación orgánica⁸ +21,0%). Por líneas de actividad, se produce un incremento generalizado de los niveles de inversión asociados fundamentalmente a iniciativas de crecimiento tanto en España como en Latinoamérica (banda ancha, incremento de capacidad en las redes de telefonía móvil y despliegue de la red UMTS en España y GSM en Colombia). Asimismo, cabe señalar la inversión realizada en distrito C, futura sede corporativa del Grupo Telefónica en Madrid y las inversiones de Cesky Telecom desde julio de este año.

⁷ Asumiendo tipos de cambio constantes de 2004 y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación, a excepción de la adquisición de los activos de BellSouth en Argentina y Chile por Telefónica Móviles en 2005 y Atrium por Telefónica Latinoamérica.

⁸ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de los activos adquiridos a BellSouth en Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela en el negocio de telefonía móvil y Atrium en el Grupo Telefónica en Latinoamérica desde el 1 de enero de 2004. Cesky Telekom se incluye en el período julio-diciembre de 2004.

Datos Financieros

Grupo Telefónica: Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios (Ingresos)	37.882,1	30.280,9	25,0
Resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)	15.276,4	12.222,0	25,0
Resultado operativo (OI)	8.558,8	6.556,0	30,5
Resultado antes de impuestos	6.796,2	4.866,4	39,7
Resultado neto	4.445,8	3.175,7	40,0
Resultado neto básico por acción	0,913	0,637	43,4
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación	4.870,9	4.987,8	(2,3)

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 ni las acciones asignadas al Programa TIES de opciones sobre acciones para empleados. Asimismo, de acuerdo con la NIC 33, la media ponderada de acciones en circulación de todos los periodos, ha sido ajustada por aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones en circulación, sin una variación asociada en la cifra de patrimonio neto, como si éstas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Se trata del reparto de la reserva por prima de emisión de acciones mediante entrega de acciones a razón de 1 acción por cada 25 acciones, aprobado por la JGA de 31 de mayo de 2005.

Grupo Telefónica: Resultados por compañías

Datos no auditados (Millones de euros)

	Importe neto cifra de neg. enero - diciembre			OIBDA enero - diciembre			Resultado operativo enero - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Grupo Telefónica de España	11.739,5	11.202,2	4,8	4.766,8	4.560,0	4,5	2.627,7	2.192,4	19,9
Grupo Telefónica Latinoamérica	8.265,5	6.748,4	22,5	3.758,3	3.294,8	14,1	1.965,8	1.716,1	14,6
Negocio de Telefonía Móvil	16.513,5	11.961,4	38,1	5.817,0	4.637,6	25,4	3.443,0	3.057,5	12,6
Cesky Telecom	1.035,2	-	n.c.	456,7	-	n.c.	164,8	-	n.c.
Negocio de Directorios	660,5	616,4	7,1	220,0	204,8	7,4	196,0	181,0	8,3
Grupo Atento	856,5	606,5	41,2	116,4	85,1	36,7	88,5	51,4	72,1
Negocio de Contenidos y Media	1.269,1	1.219,1	4,1	269,2	185,0	45,5	240,3	156,2	53,9
Otras sociedades*	868,2	1.265,0	(31,4)	(188,0)	(248,9)	(24,5)	(258,5)	(410,2)	(37,0)
Eliminaciones	(3.325,7)	(3.338,1)	(0,4)	60,1	(496,5)	c.s.	91,1	(388,4)	c.s.
Total Grupo	37.882,1	30.280,9	25,1	15.276,4	12.222,0	25,0	8.558,8	6.556,0	30,5

A partir del tercer trimestre de 2005 los resultados de la línea de actividad Terra Networks pasan a incluirse en el Grupo Telefónica de España y Grupo Telefónica Latinoamérica. Por otro lado, los resultados del primer y segundo trimestre de 2005 y todo el ejercicio 2004 del Grupo Terra Networks pasan a incluirse en la línea de Otras sociedades del Grupo Telefónica. También desde el tercer trimestre de 2005 se integran los resultados de Cesky Telecom como línea de actividad independiente correspondientes al periodo julio-diciembre de 2005, cuya adquisición se cerró el pasado mes de junio.

* Para el OIBDA y el Resultado Operativo, estos datos no incluyen el importe de la "provisión de cartera de control" registrado por Telefónica, S.A. a nivel individual y que se elimina en el proceso de consolidación.

Grupo Telefónica: Tipos de cambio aplicados

	Cuenta de Resultados ¹		Balance y CapEx ²	
	ene - dic 2005	ene - dic 2004	diciembre 2005	diciembre 2004
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,242	1,242	1,180	1,362
Argentina (Peso Argentino/Euro)	3,631	3,651	3,577	4,058
Brasil (Real Brasileño/Euro)	3,002	3,632	2,761	3,616
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	29,780	-	29,005	-
Chile (Peso Chileno/Euro)	694,444	757,576	606,061	757,576
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2.881,844	3.257,329	2.695,418	3.257,329
El Salvador (Colon/Euro)	10,870	10,868	10,322	11,919
Guatemala (Quetzal/Euro)	9,496	9,887	8,974	10,570
México (Peso Mexicano/Euro)	13,517	14,017	12,715	15,344
Nicaragua (Córdoba/Euro)	20,799	19,794	20,222	22,242
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	4,096	4,240	4,051	4,470
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	30,331	35,587	28,490	35,958
Venezuela (Bolívar/Euro)	2.624,672	2.386,635	2.538,071	2.617,801

¹ Estos tipos de cambio se utilizan para convertir las cuentas de pérdidas y ganancias de las sociedades extranjeras del Grupo de moneda local a euros.

² Tipos de cambio a 31/12/05 y 31/12/04.

Grupo Telefónica: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	37.882,1	30.280,9	25,1	10.480,0	8.217,9	27,5
Trabajos para inmovilizado ¹	601,3	470,3	27,9	263,2	165,2	59,3
Gastos por operaciones	(23.219,3)	(18.329,8)	26,7	(6.461,3)	(5.116,9)	26,3
Aprovisionamientos	(10.065,0)	(7.637,3)	31,8	(2.941,0)	(2.276,1)	29,2
Gastos de personal	(5.656,4)	(5.095,2)	11,0	(1.441,0)	(1.164,1)	23,8
Servicios exteriores	(6.715,3)	(5.072,0)	32,4	(1.827,9)	(1.523,1)	20,0
Tributos	(782,6)	(525,3)	49,0	(251,5)	(153,6)	63,7
Otros ingresos (gastos) netos	(212,9)	(43,6)	n.s.	(9,1)	(4,1)	123,0
Resultado de enajenación de activos	249,3	21,6	n.s.	71,7	2,7	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(24,2)	(177,3)	(86,4)	(12,5)	(164,7)	(92,4)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	15.276,4	12.222,0	25,0	4.331,9	3.100,2	39,7
Amortizaciones de inmovilizado	(6.717,7)	(5.666,0)	18,6	(1.897,6)	(1.461,6)	29,8
Resultado operativo (OI)	8.558,8	6.556,0	30,5	2.434,3	1.638,6	48,6
Resultado particip. puestas en equivalencia	(128,2)	(50,5)	153,9	(137,8)	1,5	c.s.
Resultados financieros	(1.634,3)	(1.639,1)	(0,3)	(505,1)	(590,7)	(14,5)
Resultado antes de impuestos	6.796,2	4.866,4	39,7	1.791,4	1.049,4	70,7
Impuesto de Sociedades	(1.969,2)	(1.512,8)	30,2	(513,8)	(364,0)	41,2
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	4.827,1	3.353,6	43,9	1.277,5	685,4	86,4
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	132,0	n.s.	0,0	190,8	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(381,2)	(309,9)	23,0	(85,0)	(89,7)	(5,3)
Resultado neto	4.445,8	3.175,7	40,0	1.192,5	786,5	51,6
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.870,9	4.987,8	(2,3)	4.813,1	4.912,2	(2,0)
Resultado neto básico por acción	0,913	0,637	43,4	0,248	0,160	54,7

¹ Incluye obra en curso.

Nota: 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 ni las acciones asignadas al Programa TIES de opciones sobre acciones para empleados. Asimismo, de acuerdo con la NIC 33, la media ponderada de acciones en circulación de todos los periodos, ha sido ajustada por aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones en circulación, sin una variación asociada en la cifra de patrimonio neto, como si éstas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Se trata del reparto de la reserva por prima de emisión de acciones mediante entrega de acciones a razón de 1 acción por cada 25 acciones, aprobado por la JGA de 31 de mayo de 2005.

Grupo Telefónica: Balance Consolidado

Datos no auditados (Millones de euros)

	diciembre		
	2005	2004	% Var
Activos no corrientes	59.545,0	48.954,5	21,6
Intangibles	7.877,1	5.674,1	38,8
Fondo de comercio	8.910,2	5.949,4	49,8
Propiedad, planta y equipo y Propiedades de inversión	28.027,4	23.221,7	20,7
Inmovilizaciones Financieras y otros activos a largo plazo	6.345,6	5.152,0	23,2
Activos por impuestos diferidos	8.384,7	8.957,1	(6,4)
Activos corrientes	13.628,8	11.124,4	22,5
Existencias	919,5	655,5	40,3
Deudores	7.515,7	5.919,8	27,0
Administraciones Públicas deudoras por impuestos corrientes	1.448,3	1.069,5	35,4
Inversiones financieras temporales	1.517,8	2.556,6	(40,6)
Efectivo y equivalentes de efectivo	2.213,2	914,3	142,1
Activos no corrientes destinados para la venta	14,3	8,7	64,8
Total Activo = Total Pasivo	73.173,8	60.078,9	21,8
Fondos propios	16.158,4	12.342,5	30,9
Fondos propios atribuibles a los accionistas de la sociedad dominante	12.733,3	10.439,8	22,0
Socios externos	3.425,1	1.902,7	80,0
Pasivos no corrientes	35.126,5	27.742,6	26,6
Deuda financiera a largo plazo	25.167,6	17.492,2	43,9
Pasivos por impuestos diferidos	2.477,4	1.642,6	50,8
Provisiones a largo plazo	6.353,2	7.407,7	(14,2)
Otros acreedores a largo plazo	1.128,2	1.200,1	(6,0)
Pasivos corrientes	21.888,9	19.993,8	9,5
Deuda financiera a corto plazo	9.235,9	10.210,4	(9,5)
Acreedores comerciales	6.932,9	5.632,3	23,1
Administraciones Públicas acreedoras por impuestos corrientes	2.191,6	1.824,9	20,1
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	3.528,5	2.323,5	51,9
Pasivos asociados a activos no corrientes destinados a la venta	0,0	2,7	n.s.
Datos financieros			
Deuda financiera neta ¹	30.067,0	23.694,4	26,9

¹Deuda Financiera Neta = Deuda financiera a L/P + Otros acreedores a L/P + Deuda financiera a C/P - Inversiones financieras temporales - Efectivo y equivalentes de efectivo - Inmovilizaciones Financieras y otros activos a L/P.

Grupo Telefónica: Flujo de caja y variación de deuda

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
I Flujo de caja operacional	13.854,3	11.706,5	18,3
II Pagos de intereses financieros netos ¹	(1.449,4)	(1.235,9)	-
III Pago de impuesto sobre sociedades	(1.233,0)	(326,0)	-
A=I+II+III Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	11.171,9	10.144,6	10,1
B Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales	(4.409,9)	(3.457,7)	-
C=A+B Flujo de caja operativo retenido	6.762,0	6.686,9	1,1
D Cobros netos por desinversión inmobiliaria	99,9	210,8	-
E Pagos netos por inversión financiera	(5.939,8)	(3.714,3)	-
F Pagos netos por dividendos y operaciones con acc. propias ²	(4.822,8)	(4.804,4)	-
G=C+D+E+F Flujo de caja libre después de dividendos	(3.900,7)	(1.621,0)	140,6
H Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	1.396,1	-	-
I Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	1.075,8	-	-
J Deuda financiera neta al inicio del periodo	23.694,4	-	-
K=J-G+H+I Deuda financiera neta al final del periodo	30.067,0	-	-

¹ Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.

² Pagos de dividendos de Telefónica, S.A. y pagos de dividendos a minoritarios por las filiales consolidadas por integración global y operaciones con acciones propias.

Grupo Telefónica: Reconciliaciones del flujo de caja con OIBDA menos CAPEX

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
OIBDA	15.276,4	12.222,0	25,0
- CAPEX devengado en el periodo (tipo de cambio final)	(5.358,7)	(3.767,1)	-
- Pagos por compromisos	(894,2)	(916,5)	-
- Pago de intereses financieros netos	(1.449,4)	(1.235,9)	-
- Pago de Impuesto sobre Sociedades	(1.233,0)	(326,0)	-
- Resultado por enajenación de inmovilizado	(249,3)	(21,6)	-
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	670,2	732,0	-
= Flujo de caja operativo retenido	6.762,0	6.686,9	1,1
- Cobros netos por desinversión inmobiliaria	99,9	210,8	-
- Pagos netos por inversión financiera	(5.939,8)	(3.714,3)	-
- Pagos netos por dividendos y operaciones con acciones propias	(4.822,8)	(4.804,4)	-
= Flujo de caja libre después de dividendos	(3.900,7)	(1.621,0)	140,6

Nota: En la Conferencia de Inversores de octubre 2003 se utilizó el concepto de "Flujo de caja libre" esperado 2003-2006, 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" de la tabla anterior se deben a que el "Flujo de caja libre" se calcula antes de amortización de compromisos (por reducciones de plantilla y garantías) y después del pago de dividendos a minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.

	2005	2004
Flujo de caja operativo retenido	6.762,0	6.686,9
+ Pagos por amortización de compromisos	692,8	697,2
- Pago de dividendos ordinarios a minoritarios	(346,7)	(176,1)
= Flujo de caja libre	7.108,1	7.208,0

Deuda financiera neta más compromisos

Datos no auditados (Millones de euros)

	diciembre 2005
Acreeedores a LP	25.647,8
Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP	9.193,9
Tesorería	(2.213,2)
Inversiones financieras a CP y LP ¹	(2.561,5)
A Deuda financiera neta	30.067,0
Garantías otorgadas a IPSE 2000	365,5
Garantías otorgadas a Newcomm	83,5
B Compromisos por garantías	449,0
Compromisos brutos por reducción de plantilla ²	5.270,1
Valor de activos a largo plazo asociados ³	(754,7)
Impuestos deducibles ⁴	(1.457,7)
C Compromisos netos por reducción de plantilla	3.057,7
A + B + C Deuda total + Compromisos	33.573,7
Deuda financiera neta / OIBDA⁵	1,91x
Deuda total + Compromisos / OIBDA⁵	2,13x

¹ Inversiones financieras temporales y ciertas inversiones en activos financieros con vencimiento a más de un año, cuyo importe aparece incluido en el balance en la cuenta de "Inmovilizado Financiero".

² Fundamentalmente en España, a excepción de 91,3 millones de euros que corresponden a la provisión para el fondo de pensiones de otras sociedades fuera de España. Esta cifra aparece reflejada dentro de la cuenta de balance "Provisiones para Riesgos y Gastos", y se obtiene como suma de los conceptos de "Prejubilaciones, Seguridad Social y Desvinculaciones", "Seguro Colectivo", "Provisiones Técnicas", "Provisión para el Fondo de Pensiones de otras Sociedades".

³ Importe incluido en la cuenta de balance "Inmovilizado Financiero", epígrafe "Otros Créditos". Corresponden fundamentalmente a inversiones en Valores de renta fija y Depósitos a largo plazo, que cubren la materialización de las provisiones técnicas de las sociedades aseguradoras del Grupo.

⁴ Valor presente de los ahorros impositivos a los que darán lugar los pagos futuros por amortización de los compromisos por reducción de plantilla.

⁵ Calculado a partir del OIBDA anualizado. Incluye el OIBDA acumulado a diciembre 2005 de Cesky Telecom.

CAPEX por línea de actividad

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
Grupo Telefónica de España	1.406,6	1.207,5	16,5
Grupo Telefónica Latinoamérica	1.061,2	748,5	41,8
Negocio de Telefonía Móvil	2.330,4	1.669,0	39,6
Cesky Telecom	147,0		n.c.
Negocio de Directorios	24,1	21,5	11,9
Grupo Atento	42,9	22,8	88,6
Negocio de Contenidos y Media	25,5	24,3	5,2
Resto y Eliminaciones	321,0	73,5	n.s.
Total Grupo	5.358,7	3.767,1	42,3

A partir del tercer trimestre de 2005 los resultados de la línea de actividad Terra Networks pasan a incluirse en el Grupo Telefónica de España y Grupo Telefónica Latinoamérica. Por otro lado, los resultados del primer y segundo trimestre de 2005 y todo el ejercicio 2004 del Grupo Terra Networks pasan a incluirse en la línea de Otras sociedades del Grupo Telefónica.

Dato 2004 de Grupo Telefónica Latinoamérica y Total Grupo adaptado al nuevo criterio contable (NIIF) sobre IRUs.

Resultados por línea de actividad

Negocio de Telefonía Fija

Grupo Telefónica de España

Los resultados del 2005 del Grupo Telefónica de España han cumplido holgadamente con las previsiones avanzadas a comienzos del año y revisadas al alza con la publicación de los resultados del tercer trimestre. Los ingresos por operaciones crecieron un 4,8% hasta 11.739,5 millones de euros y el OIBDA lo hizo en un 4,5%, alcanzando 4.766,8 millones de euros. Las inversiones suman 1.406,6 millones de euros, manteniéndose dentro de los niveles avanzados.

En el apartado operativo, es destacable también haber logrado el ambicioso objetivo de alcanzar en el año 2005 más de 200.000 clientes de Imagenio en servicio. Este servicio, por otro lado, ha reforzado significativamente el atractivo de la oferta de Banda Ancha de Telefónica, tanto en su forma de comercialización como producto individual, como vendido en paquetes Dúo o Trío, lo que se ha traducido en un record de crecimiento en accesos de banda ancha en el cuarto trimestre.

En relación con los últimos lanzamientos comerciales, cabe mencionar los siguientes productos de banda ancha:

- ADSL Mini Class, con facturación por volumen de descarga y una velocidad de hasta 2Mb/s, principalmente enfocado a Pymes o Negocios.
- ADSL TOP y ADSL PREMIUM PLUS, servicios basados en tecnología ADSL 2+, con velocidades descendente/ascendente de hasta 10Mb/s / 800Kb/s y 20Mb/s / 800Kb/s respectivamente.

En el negocio de voz tradicional cabe destacar:

- La inclusión del tráfico fijo-móvil en los planes de Tarifa Plana de Voz Mini y Tarifa Plana Nacional, cuyas cuotas mensuales se sitúan, respectivamente, en 4 y 16 euros. Las llamadas fijo-móvil se facturan a un precio único de 0,19 euros por minuto y sin establecimiento de llamada.
- Tarifa Mini Internacional, que, por una cuota mensual de 3 euros, supone precios atractivos a diversos destinos internacionales, tanto con terminación fija como móvil.

Es relevante también destacar, en relación al servicio Wi-Fi, el acuerdo suscrito con Telecom Italia y Portugal Telecom, en el marco de la asociación internacional de operadores Wi-Fi "Wireless Broadband Alliance", de la que Telefónica es el único socio español. Mediante el citado acuerdo, se abre el servicio de Roaming Wi-Fi en ambos países, ampliándose así la cobertura a 790 nuevas zonas Wi-Fi en Portugal y a 800 en Italia. Zonas que vienen a sumarse a la "Zona ADSL Wi-Fi" cuya cobertura operativa es la mayor de España con 1.555 hotspots en el mes de diciembre de 2005.

Cabe señalar, también, el convenio suscrito con la Federación Valenciana de Municipios y provincias para suministrar tecnologías inalámbricas en sus instalaciones.

Consciente del gran potencial de desarrollo del mercado del ocio en el hogar, Telefónica, a través de su filial Terra, ha suscrito con Intel un acuerdo por el cual proveerá de contenidos a la nueva plataforma de Intel para el entretenimiento en el hogar.

Con independencia del lanzamiento continuo de nuevos servicios, Telefónica de España ha seguido manteniendo un fuerte

esfuerzo comercial, fundamentalmente durante la campaña de Navidad, con el lanzamiento de nuevas promociones. Destacan las promociones de los Dúos y Tríos que, para las contrataciones realizadas entre el 15 de noviembre y 7 de enero, establecía, tanto para el Dúo como el Trío con tarifa plana nacional de voz y ADSL 24 horas, una cuota de abono mensual de 20,00 euros hasta finales de enero, frente a las cuotas estándar de 39,9 y 51,9 euros respectivamente.

Prueba del esfuerzo comercial que de forma continua se realiza para ofrecer a los usuarios productos y servicios de calidad y competitivos en precio, la Unión de Consumidores de España ha situado, en un estudio reciente, a Telefónica de España como la operadora fija española con la mejor relación calidad/precio basándose en la información de precios procedente de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, CMT, y de calidad facilitada por la Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, SETSI.

Desde el punto de vista regulatorio, cabe destacar las medidas publicadas en los últimos meses en relación a la OIR y al Price Cap 2006.

- El pasado mes de noviembre, la CMT publicó la nueva Oferta de Interconexión de Referencia en la que se modifican precios de los servicios básicos, y que en términos efectivos establece una reducción media del 1,8%. Así, se mantienen los precios de la Interconexión por Capacidad y se reduce en un 5,6% el precio medio efectivo de la Interconexión por Tiempo. Dado el elevado peso del tráfico cursado mediante el modelo de Interconexión por Capacidad, que representa casi el 70%

del tráfico de interconexión Fijo-Fijo en 2005, el impacto económico de la medida es reducido. Otros aspectos considerados en la modificación de la OIR tienen que ver con la inclusión en el modelo de Interconexión por Capacidad de nuevos servicios como la interconexión de llamadas con tarifas especiales (red inteligente y servicios de consulta de números de abonados) y las llamadas a números cortos a excepción del 112, lo que se traduce en situar los precios medios efectivos de interconexión entre los más bajos de Europa.

- Por otra parte, y como consecuencia de la medida adoptada en septiembre por la CMT rebajando los precios de interconexión con operadores móviles, Telefónica de España reajustó en noviembre los precios finales de tráfico fijo-móvil para cada uno de los tres operadores, con objeto de cumplir el requisito regulatorio que obliga a Telefónica a tener la misma remuneración neta por tráfico, con independencia del operador móvil de destino. Estos ajustes no tuvieron impacto en el precio medio.
- Posteriormente, el pasado 4 de febrero de 2006, Telefónica de España modificó las tarifas para el tráfico local y fijo-móvil en virtud de las disposiciones de la Comisión Delegada de Asuntos Económicos. Los nuevos precios mantienen sin cambios la cuota mensual de abono e introduce la facturación del tráfico de voz por segundos desde el inicio de la llamada, sin la inclusión de franquicias. Las nuevas tarifas, que modifica los precios por minuto, eleva el establecimiento de llamada fijo-móvil a 0,12 euros y reduce el establecimiento de la llamada metropolitana a 0,065 euros,

a la vez que elimina la franquicia existente de 160 segundos. Estas modificaciones han sido definidas bajo el principio de neutralidad, por lo que no tendrán impacto en el precio medio por minuto.

- Adicionalmente, el pasado 9 de febrero de 2006 la CMT aprobó una resolución por la que suprime el control ex-ante de los precios minoristas del servicio telefónico, tanto nacional como internacional.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Telefónica de España ha alcanzado, en el año 2005, 11.739,5 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 4,8%. Considerando el cuarto trimestre de forma aislada, los ingresos crecieron un 4,0% hasta alcanzar 3.010,9 millones de euros. Excluyendo los ingresos aportados por el negocio de Terra en España en el último semestre del año, los ingresos del Grupo Telefónica de España correspondientes al año 2005 se situarían en 11.717,9 millones de euros (2.998,3 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005), con un crecimiento interanual del 4,6% (+3,6% en el cuarto trimestre), cumpliendo así la estimación avanzada al alza con motivo de la publicación de resultados del tercer trimestre de 2005, que fijaba la previsión del crecimiento de ingresos para el ejercicio 2005 por encima del 4%.

Los ingresos de Telefónica de España Matriz se sitúan en 11.250,5 millones de euros, con un crecimiento interanual del 4,8%. En el cuarto trimestre del ejercicio, los ingresos por operaciones han sido 2.889,7 millones de euros, presentando un crecimiento del 4,3% respecto al mismo periodo del pasado año, a pesar de la reducción de los ingresos por tráfico de voz y de la ralentización del

ritmo de crecimiento de los ingresos por banda ancha.

En relación con la contribución a los ingresos del año 2005 por parte de las filiales más relevantes, el Grupo Telyco obtiene 478,1 millones de euros con un crecimiento del 10,2%, Telefónica Telecomunicaciones Públicas genera ingresos por 226,6 millones de euros cayendo, respecto del pasado año, el 6,0% y, finalmente, Terra aporta al Grupo, en el último semestre del año, 21,6 millones de euros.

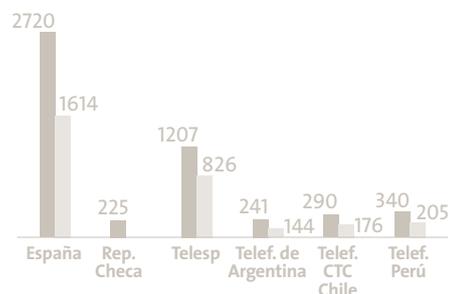
- Los ingresos por acceso tradicional crecen un 0,1% en el año hasta 2.826,2 millones de euros. El crecimiento de los ingresos por cuotas de abono consigue compensar la caída de ingresos por cuotas de conexión, afectadas por las campañas de alta gratuita. Sin embargo, en el último trimestre del año, los ingresos por acceso experimentan una reducción del 0,9%, fundamentalmente por la disminución de los recargos en cabinas.
- Los accesos de telefonía fija en España se estiman que han crecido un 0,9% en el año 2005, mientras que los de Telefónica de España disminuyen un 1,2% hasta 16.135.563, con una cuota de mercado estimada cercana al 85% de estos accesos, tras alinear las series históricas con los últimos datos de la CMT.
- Pero esta tendencia ha sido más que compensada con el crecimiento del 2,8% en el número total de accesos de Telefónica de España, que al cierre del año 2005 alcanzaban 21,9 millones. Es reseñable que este crecimiento es consecuencia del éxito en la comercialización de la banda ancha y se produce a pesar de la reducción de 199.243 accesos de telefonía fija en el conjunto del año.

- Por su parte, los ingresos por servicios de voz tradicional han alcanzado, durante el 2005, 5.161,8 millones de euros, con una reducción del 0,7% respecto al pasado año. La caída de estos ingresos en el cuarto trimestre se sitúa en el 1,9%.
 - En cuanto al tráfico analógico de voz de origen fijo, el volumen total estimado del mercado en España, expresado en minutos, ha experimentado una reducción del 3,1% en el conjunto del año, lo que supone una atenuación de 1,9 p.p. respecto a la caída registrada el pasado año. Tras alinear las series históricas con los últimos datos de la CMT, la cuota estimada al mes de diciembre de Telefónica de España en este mercado se situaría en el 66%.
 - El volumen total de minutos cursados por Telefónica de España durante el año 2005 ascendió a 110.207 millones y experimentó un descenso interanual del 10,4%. El tráfico total de salida (incluyendo Internet) alcanzó los 59.418 millones de minutos y decreció un 13,6% respecto al año anterior. Los minutos de salida tradicional se elevaron a 43.932 millones, lo que supone un descenso interanual del 7,2%, representando una cierta desaceleración de la caída frente a los primeros meses del año como consecuencia de una menor disminución del mercado.
 - Entrando en mayor detalle, en el periodo enero-diciembre el tráfico metropolitano decreció un 10,9%, el provincial un 10,5%, el interprovincial un 5,5% y el tráfico fijo-móvil un 1,6%. El tráfico internacional mantuvo a lo largo del año una evolución muy positiva, con un crecimiento del 13,5% en el conjunto del año, si bien, en el último trimestre, su crecimiento (+7,6%) ha sido sensiblemente inferior al registrado en los tres primeros trimestres de 2005. Los minutos de salida con destino Internet se elevaron a 15.486 millones y continúan presentando una variación interanual negativa, (-27,8% en el año), debido, principalmente, a la canibalización del tráfico de Internet conmutado por los servicios ADSL de banda ancha. Finalmente, el tráfico de entrada ascendió a 50.789 millones, con un descenso del 6,4% respecto al año anterior.
- Respecto a los paquetes de servicios, es destacable indicar que la base total de planes combinados y tarifas planas, ascendió a 2.905.941, un 34,3% más que la alcanzada en septiembre de 2005, impulsada en gran medida por el lanzamiento de los Dúos y Tríos durante el mes de septiembre.
- Por otra parte, a final del año 2005 había 2.284.590 líneas preseleccionadas, lo que representa una reducción en el trimestre de 78.121 líneas, fruto tanto de las migraciones hacia bucles desagregados como de las campañas de recuperación de clientes, así como del efecto positivo de los nuevos productos comerciales, en especial los Dúos y Tríos.
- Los servicios de Internet y banda ancha, que aportan cerca del 79% del crecimiento de ingresos de Telefónica de España, alcanzan 1.904,7 millones de euros en el conjunto del año 2005, creciendo un 26,9% respecto al pasado año.
 - Dentro de este apartado, los ingresos de banda ancha, tanto de acceso a Internet como de Televisión de pago, crecen en el año un 40,2% alcanzando 1.703,5 millones de euros, de los que 1.297,8 millones de euros corresponden al negocio minorista.
- El fuerte crecimiento de la base de clientes ha sido impulsado por los nuevos paquetes de productos y por las promociones, que, aunque han implicado una reducción del ARPU, han generado finalmente un crecimiento de ingresos.
- El mercado de accesos fijos a Internet de banda ancha en España ha alcanzado al cierre del año, según nuestras estimaciones, unos 5 millones de accesos, registrando una ganancia neta estimada en el cuarto trimestre del año de medio millón de accesos, siendo el mayor crecimiento trimestral absoluto registrado hasta el momento en España. A este crecimiento ha contribuido de forma determinante el éxito de la oferta ADSL de Telefónica, que en su conjunto (mayorista más minorista incluyendo los accesos que solo prestan el servicio Imagenio) alcanzaba a finales del 2005 los 3.479.824 accesos. Por otro lado, el crecimiento del mercado de alquiler de bucle ha hecho que la cuota de Telefónica de España en el mercado ADSL en España descienda hasta el 89%.
- La oferta de accesos minoristas a Internet de banda ancha de Telefónica (ADSL, Fibra óptica y otras tecnologías, excluyendo los accesos que solo prestan el servicio Imagenio) ha registrado una ganancia neta en el trimestre de 303.346 conexiones, cerca del doble de la registrada en el último trimestre del pasado año y más del

Accesos minoristas a Internet de banda ancha

Datos en miles

■ Diciembre 2005
■ Diciembre 2004



60% de la ganancia neta estimada del mercado. Con ello, la planta total de accesos minoristas a Internet en Banda Ancha de Telefónica alcanzaba a finales del 2005 los 2.719.669 accesos, lo que representa, según nuestras estimaciones, aproximadamente el 55% del total del mercado en España. Es significativo resaltar que este crecimiento se ha conseguido en un entorno de fuerte agresividad comercial, tanto de parte de nuestros competidores de cable como de los de bucle de alquiler.

- La ganancia neta de bucles alquilados durante el cuarto trimestre ha sido de 73.475. Al cierre del año, la planta total de bucles alquilados, que se situaba en 116.112 a finales del 2004, alcanzó la cifra de 434.759 unidades, lo que representa, según nuestras estimaciones, el 8,8% de la planta total de accesos fijos a Internet de Banda Ancha y un 11,1% de las líneas ADSL. Del conjunto de líneas de alquiler de bucle, 279.027, el 64,2%, son de la modalidad de bucle compartido.
- El servicio ADSL mayorista se está viendo afectado por la migración a bucles alquilados. No obstante, en el cuarto trimestre se ha observado un crecimiento neto de 13.332 accesos, lo que sitúa su planta total en 721.940.
- Los servicios de valor añadido (SVA) sobre banda ancha de Telefónica de España siguen siendo un factor diferencial frente a la oferta comercial de la competencia. El 65,1% de nuestros clientes minoristas de banda ancha tiene, al menos, un SVA contratado; el número de servicios operativos alcanza ya los 2,6 millones de unidades. Entre estos servicios, cabe

destacar las Soluciones ADSL, que alcanzan las 393.295 unidades operativas al final del año, lo que representa un crecimiento del 17,1% respecto al mes de septiembre.

- Por otro lado, como ya se ha comentado, el servicio Imagenio ha cumplido su objetivo para el año 2005 alcanzando los 206.572 clientes, lo que supone una ganancia neta durante el cuarto trimestre de 114.466 clientes, cifra superior al total de ganancia neta acumulada al mes de septiembre, lo que da una idea del esfuerzo comercial realizado y de la capacidad operativa para gestionar un número tan considerable de altas. Con este crecimiento, Imagenio alcanza ya una cuota significativa, que estimamos del 6%, dentro del mercado de la televisión de pago en España, frente al 0,3% que representaba en el año 2004.
- Los ingresos por servicios de datos crecen, durante el año 2005, un 5,4% hasta alcanzar 1.031,0 millones de euros. En este periodo los servicios minoristas de datos se reducen un 1,1% a pesar del crecimiento del 12,7% en el número de conexiones de RPV, como consecuencia de la migración de soluciones de red tradicionales hacia productos IP más económicos y por la sustitución del alquiler de circuitos por otros productos.
 - Las conexiones de Clientes finales mediante fibra hasta el Cliente ascienden a 13.810 un 40,2% superior a las registradas en el año 2004.
- Por último, los ingresos por servicios de tecnologías de la información continúan en su progresión en la contribución a ingresos al Grupo, cerrando el cuarto trimestre con una aportación de 108,4 millones de euros, lo que representa un

crecimiento interanual del 69,0%. En el conjunto del año, los ingresos por este concepto representaron 326,8 millones de euros y un crecimiento del 38,9%. Este buen comportamiento es motivado por el crecimiento de los servicios de "outsourcing" del puesto de trabajo y por la integración de sistemas.

- En la actualidad existen 184 centros de gestión de clientes atendidos por Telefónica y 123 contratos con clientes que externalizan su servicio de comunicaciones/sistemas de información.
- Estas cifras han experimentado un crecimiento interanual del 52,1% y del 36,7%, respectivamente.
- Asimismo, el número de servidores dedicados a clientes asciende a 2.931 con un crecimiento del 38,6% sobre el año anterior. En cuanto a los puestos de trabajo gestionados, alcanzan los 87.249.

Los gastos por operaciones del Grupo Telefónica de España crecen respecto del pasado año un 5,0% hasta 7.213,7 millones de euros como consecuencia, tanto del esfuerzo comercial realizado, como del desarrollo de nuevos productos que están permitiendo a Telefónica de España disponer de la oferta de servicios más completa e innovadora de nuestro mercado. En el cuarto trimestre, los gastos ascienden a 1.777,7 millones de euros tras crecer un 9,5% por la contribución de los gastos adicionales de reestructuración de plantilla acometidos en dicho periodo.

- Los gastos de personal se han reducido durante el año un 0,8%, hasta 2.695,8 millones de euros. Durante el último trimestre del año se ha aplicado un

Grupo Telefónica de España. Datos Operativos

Datos no auditados (Miles)

	diciembre		% Var
	2005	2004	
Accesos de telefonía fija¹	16.135,6	16.334,8	(1,2)
Accesos de datos e internet	5.585,9	4.989,7	11,9
Banda estrecha	1.614,9	2.263,5	(28,7)
Banda ancha	3.441,6	2.492,7	38,1
Minorista ²	2.719,7	1.614,5	68,5
Bucles alquilados ³	434,8	116,1	n.s.
TV de pago	206,6	6,0	n.s.
Total Accesos	21.928,0	21.330,5	2,8

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² Incluye Terra desde el tercer trimestre de 2005, Línea ADSL y satélite.

³ Incluye bucles totalmente desagregados y compartidos.

nuevo Expediente de Regulación de Empleo (E.R.E.) a la plantilla de Telefónica Data España S.A. A este E.R.E. se han adherido 68 personas, a las que hay que sumar 127 nuevas adhesiones al E.R.E. de Telefónica de España durante el cuarto trimestre de 2005, que permiten alcanzar al finalizar el año la cifra total de 1.945 adhesiones dentro del perímetro del Grupo Telefónica de España.

- Este hecho supone que, en el cuarto trimestre, se haya realizado una provisión adicional por reestructuración de plantilla de 71,0 millones de euros, lo que ha llevado a los gastos de personal a un crecimiento interanual en el trimestre del 18,6% hasta 597,5 millones de euros.
- Descontando el efecto de las provisiones del E.R.E. en 2004 (643,5 millones de euros incluyendo revisiones actuariales) y en 2005 (595,4 millones de euros), los gastos de personal habrían crecido un 1,3% en el año y un 4,4% en el trimestre. Esta última cifra se encuentra afectada por una provisión extraordinaria como consecuencia de la revisión del gasto salarial por el crecimiento del IPC de 2005 desde el 3,3% previsto al cierre del tercer trimestre hasta el real del 3,7% registrado a cierre del año.
- La plantilla de Telefónica de España Matriz al final del mes de diciembre estaba formada por 33.279 empleados, lo que representa una reducción neta de 1.766 empleados desde principio del año. La plantilla media de Telefónica de España Matriz en 2005 se sitúa en 34.280 empleados, presentando una reducción del 4,5% frente a la plantilla media de 2004.

- Los gastos por aprovisionamientos crecen un 8,7% en el año hasta 3.032,0 millones de euros. En el cuarto trimestre el crecimiento ha sido ligeramente inferior, quedando en un 7,5%, al verse diluido el crecimiento de estos gastos por las menores ventas de terminales de Telyco, la reducción de las tarifas de interconexión fijo-móvil y el menor tráfico fijo-móvil cursado en el último trimestre del año. En el ejercicio 2005, los mayores gastos asociados a la adquisición de equipos para las nuevas conexiones de banda ancha e Imagenio y los asociados a la desagregación del bucle por parte de los competidores de Telefónica de España son los principales factores tras el crecimiento de los gastos por aprovisionamientos, efectos parcialmente compensados por la ligera caída de los gastos de interconexión del 0,6%.
- Los gastos por servicios exteriores registran un crecimiento en el año del 9,3% hasta 1.289,9 millones de euros, fruto de la intensa campaña comercial que está desarrollando Telefónica de España para hacer frente al exigente entorno competitivo. De hecho, los gastos comerciales de Telefónica de España han crecido en este periodo un 12,3% respecto al pasado año.

El esfuerzo conjunto realizado por la Compañía en crecimiento de ingresos y eficiencia se ha visto reflejado en un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) que ha alcanzado 4.766,8 millones de euros con un crecimiento interanual del 4,5%. Sin embargo, en el cuarto trimestre de 2005 el OIBDA ha alcanzado 1.280,6 millones de euros, presentando una caída del 3,8% frente al mismo periodo de 2004, tras la

adhesión de 195 empleados adicionales al E.R.E. en los tres últimos meses de 2005.

A efectos de comparación con los objetivos financieros comunicados, hay que excluir del OIBDA el efecto de la integración de los activos de Terra en España, así como otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2005 y en 2004. Excluyendo el efecto de la integración de Terra, el OIBDA presenta un crecimiento en 2005 frente al año 2004 del 3,9%, y alcanza 4.739,5 millones de euros. Excluyendo adicionalmente otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2005 así como en 2004, el crecimiento del OIBDA se situaría en el 5,1%, superando así las previsiones anunciadas por la Compañía, que establecía un objetivo de crecimiento del OIBDA en 2005 entre el 2% y el 5%.

El margen de OIBDA se ha situado en el año 2005 en el 40,6%, manteniéndose prácticamente estable (-0,1 p.p.) respecto al registrado el pasado año. Excluyendo el efecto de la provisión del E.R.E. en el año 2005, el margen se vería incrementado en 5,1 p.p. hasta el 45,7%. Comparando este margen con el margen homogéneo del mismo periodo del 2004 (una vez excluida la provisión del E.R.E. y la revisión actuarial de 2004), se aprecia una reducción de 0,8 p.p. como consecuencia de los mayores esfuerzos comerciales y de aprovisionamientos del ejercicio 2005.

El OIBDA de Telefónica de España matriz alcanza 4.716,4 millones de euros, con un crecimiento anual del 4,1%.

El CapEx alcanza 1.406,6 millones de euros, registrando un crecimiento frente al año anterior del 16,5%, pero manteniéndose dentro de los límites avanzados.

Telefónica de España Matriz: Ingresos por operaciones

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Acceso Tradicional¹	2.826,2	2.823,2	0,1	704,3	710,7	(0,9)
Servicios de Voz Tradicional	5.161,8	5.199,4	(0,7)	1.298,3	1.323,4	(1,9)
Tráfico nacional ²	1.330,8	1.467,6	(9,3)	334,7	378,3	(11,5)
Tráfico fijo-móvil	1.151,8	1.207,4	(4,6)	281,8	303,7	(7,2)
Tráfico internacional	474,4	410,1	15,7	120,0	115,8	3,6
Red Inteligente, otros consumos y bonif ³	309,9	237,1	30,7	87,4	65,7	33,1
Interconexión ⁴	944,0	868,9	8,6	227,1	222,9	1,9
Comercialización de terminales y otros ⁵	951,0	1.008,3	(5,7)	247,3	237,0	4,3
Servicios Internet y Banda Ancha	1.904,7	1.501,1	26,9	516,7	425,6	21,4
Banda Estrecha	201,2	285,9	(29,6)	47,8	61,9	(22,8)
Banda Ancha	1.703,5	1.215,2	40,2	468,9	363,7	28,9
Minorista ⁶	1.297,8	950,8	36,5	358,9	283,6	26,5
Mayorista ⁷	405,7	264,4	53,4	110,1	80,1	37,4
Servicios Datos	1.031,0	978,6	5,4	262,1	247,2	6,0
RPV, Circuitos y Retransmisiones	666,9	674,1	(1,1)	169,0	176,6	(4,3)
Mayorista	364,1	304,4	19,6	93,1	70,6	31,9
Servicios TI	326,8	235,3	38,9	108,4	64,1	69,0
Total Ingresos por Operaciones	11.250,5	10.737,6	4,8	2.889,7	2.771,0	4,3

¹ Ingresos por cuotas de abono y conexión (RTB, TUP, RDSI y Servicios Corporativos) y Recargos en cabinas.

² Tráfico metropolitano y larga distancia (provincial e interprovincial).

³ Incluye servicios IRIS, Servicios Especiales Tasados, Servicios de Información (118xy), bonificaciones y otros.

⁴ Incluye ingresos por tráfico de entrada fijo-fijo y móvil-fijo así como por carrier y tránsito.

⁵ Incluye Servicios Gestionados de voz y otras líneas de negocio.

⁶ Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

⁷ Incluye Megabase, Megavía, GigADSL, y alquiler del bucle.

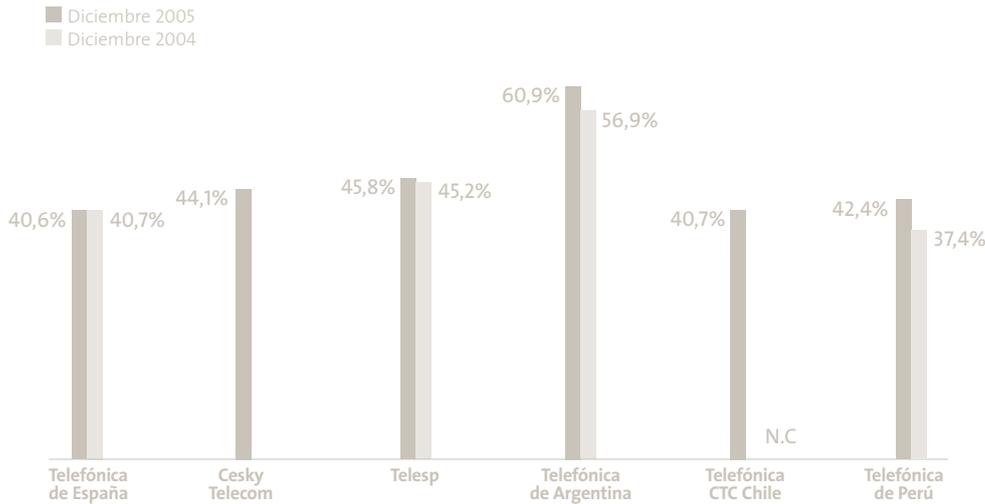
Grupo Telefónica de España: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	11.739,5	11.202,2	4,8	3.010,9	2.894,1	4,0
Trabajos para inmovilizado ¹	160,8	144,3	11,5	53,3	47,0	13,3
Gastos por operaciones	(7.213,7)	(6.871,0)	5,0	(1.777,7)	(1.623,5)	9,5
Otros ingresos (gastos) netos	19,6	64,1	(69,5)	(12,2)	14,6	c.s.
Resultado de enajenación de activos	70,7	43,0	64,4	10,7	9,9	8,3
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(10,0)	(22,6)	(55,8)	(4,4)	(11,1)	(60,6)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	4.766,8	4.560,0	4,5	1.280,6	1.331,1	(3,8)
Amortizaciones de inmovilizado	(2.139,1)	(2.367,7)	(9,7)	(510,9)	(568,7)	(10,2)
Resultado operativo (OI)	2.627,7	2.192,4	19,9	769,8	762,4	1,0
Resultado particip. puestas en equivalencia	(2,1)	(0,5)	n.s.	0,1	(0,1)	c.s.
Resultados financieros	(393,5)	(523,7)	(24,9)	(51,9)	(147,4)	(64,8)
Resultado antes de impuestos	2.232,1	1.668,1	33,8	718,1	614,9	16,8
Impuesto de Sociedades	(737,3)	(554,8)	32,9	(243,8)	(203,4)	19,8
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	1.494,7	1.113,4	34,3	474,3	411,5	15,3
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(0,5)	(0,2)	157,5	(0,1)	(0,0)	n.s.
Resultado neto	1.494,3	1.113,2	34,2	474,2	411,5	15,2

¹Incluye obra en curso.

Margen OIBDA Telefonía fija



Grupo Telefónica en Latinoamérica

En 2005 la buena evolución de las operadoras de telefonía fija, Telefónica Empresas América (TEA) y TIWS, así como la apreciación generalizada de todas las monedas latinoamericanas frente al euro, destacando el real brasileño (+21,0%), ha permitido que el Grupo Telefónica en Latinoamérica haya alcanzado unos resultados muy destacados, cumpliendo además con todos los objetivos financieros anunciados a principios de año. Por otra parte, desde julio se consolidan en el Grupo Telefónica Internacional los resultados de las operaciones latinoamericanas de Terra (Terra Latam), aportando 1,6 p.p. al crecimiento de ingresos.

El Grupo Telefónica en Latinoamérica ha generado en el año un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 8.265,5 millones de euros, con un incremento del 22,5% en euros corrientes (+6,2% en euros constantes y sin el efecto de la incorporación de Terra Latam). Este crecimiento interanual se produce principalmente por el crecimiento de ingresos de Telesp (+7,9% en moneda local), impulsado por los incrementos tarifarios, la buena evolución del negocio de Banda Ancha y telefonía pública, y, en menor magnitud, por el crecimiento de servicios de valor añadido. Destaca también el incremento de ingresos de TASA (+9,3% en moneda local) gracias al buen comportamiento del negocio tradicional (+7,3%), por el incremento de los accesos de telefonía fija (+4,8%) y el buen comportamiento del negocio mayorista, así como por la positiva evolución del negocio de banda ancha. Por su parte, CTC registra un crecimiento menor (+1,1% en moneda local), gracias a la positiva evolución del negocio de Internet (banda estrecha +

banda ancha), cuyo crecimiento del 32,5% en moneda local, compensa los menores ingresos en el negocio tradicional, que se reducen un 0,9%. El caso de TdP es similar, con un ligero crecimiento en ingresos (+1,6% en moneda local), gracias al crecimiento en el negocio de Internet (+38,7%), que contrarresta la caída del negocio tradicional del 1,3% afectado por la aplicación del factor de productividad (10,07%) a sus tarifas. Por su parte, Telefónica Empresas América y TIWS presentan importantes crecimientos en ingresos, del 8,3% y 18,9% en euros constantes, respectivamente.

Al cierre del año, los gastos por operaciones del Grupo Telefónica en Latinoamérica se sitúan en 4.462,4 millones de euros, +22,3% en euros corrientes respecto a 2004 (+5,0% en euros constantes y excluyendo la incorporación de Terra Latam, 1,2 p.p. inferior al crecimiento de ingresos). El principal factor de crecimiento de los gastos en las operadoras ha sido el mayor esfuerzo comercial, principalmente comisiones de venta y gastos de atención al cliente.

Por otro lado, se ha registrado una buena evolución de la morosidad, con una reducción de la provisión de incobrables del 12,3% en euros constantes (excluyendo Terra Latam), gracias a la buena gestión de cobros y el mayor volumen de planta prepago y control de consumo en las operadoras.

En 2005 el Grupo Telefónica en Latinoamérica registra 107,1 millones de euros por resultado de enajenación de activos, correspondientes fundamentalmente a las plusvalías registradas por la venta de Infonet, materializada en el primer trimestre del

ejercicio y de Telinver en Argentina en el último trimestre del año.

Como consecuencia de todo lo anterior, el Grupo Telefónica Internacional presenta un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 3.758,3 millones de euros, un 14,1% superior en euros corrientes al del mismo periodo de 2004 (+0,4% en euros constantes y eliminando la aportación de Terra Latam). Esta evolución está influida por los resultados por enajenación de activos (que recogen principalmente la venta en 2004 de la división móvil de CTC a Telefónica Móviles y las ventas en 2005 de Infonet y Telinver en Argentina). Eliminando estos efectos, el crecimiento del OIBDA en euros corrientes es del 27,4% (+11,7% en euros constantes y sin Terra Latam). El margen de OIBDA sobre ingresos (excluyendo el resultado por enajenación de activos) se sitúa en el 44,2% (frente al 42,5% del ejercicio anterior).

La mayor inversión en banda ancha, necesaria para la expansión de este negocio en la región, sitúa el CapEx del Grupo Telefónica en Latinoamérica en 1.061,2 millones de euros, con un crecimiento interanual del 13,2% en términos constantes y sin Terra Latam. A pesar de este crecimiento, el importante volumen de OIBDA obtenido ha permitido alcanzar una generación libre de caja (OIBDA-CapEx) de 2.697,1 millones de euros.

Al cierre de año, el Grupo Telefónica Internacional gestiona 28,2 millones de accesos, un 7,0% más que al cierre del 2004 principalmente por el crecimiento del 53,8% de accesos minoristas a Internet de banda ancha, que han alcanzado los 2,1 millones. Los accesos de telefonía fija se han situado en 21,6 millones, un 1,5% superiores a los del 2004, por los notables crecimientos que

presentan TASA (+4,8%) y TdP (+9,8%). La plantilla final del Grupo se sitúa en 28.856 empleados, lo que supone un incremento del 11,4% respecto al cierre del 2004, debido fundamentalmente a la inclusión de Terra Latam (cerca de 1.000 empleados), la compra de Atrium en Brasil, y la internalización de empleados principalmente en Telesp y TASA.

Telesp

El pasado 22 de diciembre Telesp firmó la renovación de su contrato de concesión, que vencía el 31 de diciembre de 2005, por un periodo de 20 años. Las condiciones de los nuevos contratos fueron aprobadas por Anatel en el mes de diciembre. De ellas destaca la obligatoriedad de facturar el tráfico local en minutos en lugar de pulsos (si bien el pasado 23 de febrero Anatel anunció un retraso de 12 meses en la entrada en vigor de esta medida), el nuevo índice de referencia para la revisión de tarifas (IST), así como el nuevo factor de productividad aplicable en las revisiones tarifarias, la nueva regulación de las tarifas de interconexión, y la prestación de una nueva modalidad de servicio para favorecer el acceso a clientes con rentas bajas (AICE).

Al cierre de 2005 Telesp contaba con 15,7 millones de accesos, con un crecimiento del 1,7% interanual, gracias al fuerte crecimiento de su planta de acceso minorista a Internet de banda ancha, que se sitúa en 1,2 millones de accesos (+46,0% interanual), tras haber registrado la mayor ganancia neta en un trimestre (más de 122.000 accesos en el último trimestre de 2005). Esta positiva evolución compensa la leve caída de los accesos de telefonía fija (-0,9% hasta 12,3 millones de accesos), si bien debe destacarse la positiva evolución de las líneas familia, lanzadas a finales de marzo, que permite que las líneas con

control de consumo representen el 19% de la planta de telefonía fija a cierre de ejercicio.

El tráfico de voz, 57.577 millones de minutos, cae un 2,3% interanual, mejorando levemente el comportamiento registrado hasta septiembre (-3,6%). Esta caída obedece al mayor uso del móvil, que afecta principalmente al tráfico de larga distancia y de telefonía pública, al descenso del tráfico en el mercado Larga Distancia Intraestado y el cambio en el mix de planta, que afecta al tráfico fijo-móvil y larga distancia. Destaca, sin embargo la mejora en la evolución del tráfico fijo-fijo local, que presenta un crecimiento del 2,6%. El tráfico Internet se ha reducido un 12,3%, por la migración de clientes a banda ancha.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanzó los 4.852,7 millones de euros incrementándose un 7,9% en moneda local gracias al crecimiento del 6,6% en los ingresos del negocio tradicional, favorecido por el incremento de tarifas fijo-fijo y fijo-móvil, mayores ventas de servicios de valor añadido y de comercialización de equipos, así como por la buena evolución de los ingresos de Internet (banda estrecha y banda ancha), que se incrementaron un 27,1% en moneda local, y ya representan el 7,5% de los ingresos de la Compañía (6,4% en el ejercicio 2004), por la buena evolución de los accesos a Internet de banda ancha.

Telesp ha mantenido a lo largo del año el control de gastos por operaciones, que presentaron un incremento del 6,8% en moneda local, inferior al crecimiento de los ingresos. Este incremento está asociado a mayores gastos de personal (+4,3% en moneda local) debido al incremento de plantilla que se produjo con la compra de

Atrium y la internalización de empleados de Seguridad y Sistemas, así como mayores gastos de interconexión por el incremento de tarifas del fijo - móvil con su contrapartida en mayores ingresos, y mayores costes por mayor actividad comercial, mejora en la atención a clientes, y mayores precios en algunos contratos. A pesar de esto, destaca la buena gestión en la renegociación con proveedores consiguiéndose limitar los reajustes contractuales.

Por otro lado, destaca la evolución positiva de los gastos por provisión de incobrables con una disminución respecto el año pasado del 8,4% gracias a la buena gestión de cobro y a los nuevos productos orientados a las necesidades del Cliente. Así, el ratio de incobrables sobre ingresos se sitúa en el 2,4%.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Telesp a septiembre alcanza 2.221,8 millones de euros, un 9,5% más que en el ejercicio anterior en moneda local, en línea con el incremento registrado hasta septiembre, principalmente por el incremento de los ingresos. El margen de OIBDA se sitúa al 45,8%, mejorando 0,3 p.p. respecto a septiembre, y en 0,6 p.p. frente al año anterior.

El CapEx acumulado a diciembre asciende a 607,1 millones de euros, con un crecimiento del 25,2% frente a 2004 en moneda local y se sitúa en el 11,5% de los ingresos en moneda local. Este incremento se debe a la comercialización de los nuevos productos y la expansión de la banda ancha en su mayoría. La generación libre de caja (OIBDA-CapEx) alcanza 1.614,7 millones de euros (+5,0% en moneda local respecto al año pasado).

Telefónica de Argentina

La gestión de TASA, adaptada a un contexto de actividad y consumo crecientes, y en un marco de tarifas congeladas, ha permitido un crecimiento de accesos de telefonía fija y tráfico de voz (+4,8% y +6,9%, respectivamente), factores que, junto a la expansión de la banda ancha, han contribuido al incremento del 9,3% en el importe neto de la cifra de negocios.

A cierre de 2005, TASA gestiona 5,4 millones de accesos (+4,7% respecto a diciembre de 2004), gracias al incremento interanual de los accesos de telefonía fija (+4,8% hasta situarse en 4,5 millones) y al crecimiento extraordinario de los accesos minoristas a Internet de banda ancha (+68,1%). Con 241.500 accesos minoristas a Internet de banda ancha TASA se mantiene líder en el mercado de banda ancha en la zona sur del país.

El tráfico de voz por línea experimenta un crecimiento del 3,1% respecto al ejercicio anterior, impulsado por el fuerte crecimiento del tráfico total de entrada (+18,7% interanual) y del tráfico total fijo-móvil (+28,0%) en línea con la fuerte expansión del negocio de móviles en el país. El tráfico de Internet banda estrecha se ha reducido un 29,4% afectado por la migración a banda ancha.

El buen comportamiento de las variables operativas de accesos y tráfico respecto a 2004 se ha traducido en un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) que asciende a 890,9 millones de euros, con un incremento interanual del 9,3% en moneda local. Por negocios, los ingresos del negocio tradicional, crecen un 7,3% interanualmente, impulsados por la favorable evolución de líneas en servicio y tráfico de voz así como por el negocio

mayorista; mientras que los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha), que ya aportan el 9,0% de los ingresos de TASA (+1,7 p.p. respecto a 2004) experimentan un crecimiento del 34,5% en moneda local, gracias a la expansión de los accesos a Internet de banda ancha, creciendo los ingresos por estos servicios un 82,5% respecto a 2004 y compensando la contracción del negocio de Internet banda estrecha.

Los gastos por operaciones de TASA ralentizan su crecimiento hasta el 7,4% interanual en moneda local, principalmente por la caída de los gastos de personal (-2,4%), por las menores contingencias laborales registradas durante 2005, así como por el menor crecimiento de los servicios exteriores (+18,1%, vs. +21,9% a septiembre), cuyo incremento está asociado a la generación de ingresos (mayor actividad comercial, atención al Cliente, incremento de planes de calidad y mantenimiento de planta). Los gastos en aprovisionamientos experimentan un incremento del 7,9% debido en gran medida a la expansión de la banda ancha.

Por otro lado, se reduce el ratio de provisión de incobrables sobre ingresos gracias a la buena evolución de los cobros y a la comercialización de líneas prepago y con límite de consumo, que ya representan más del 29% de los accesos de telefonía fija.

El importante crecimiento de los ingresos, junto al mantenimiento de la política de racionalización y contención de costes, así como la plusvalía registrada por la venta de Telinver en el último trimestre (48,4 millones de euros), ha permitido a TASA obtener un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 542,9 millones de euros, cifra un 17,0% superior en moneda

local a la obtenida en 2004. Eliminado el efecto de la venta de Telinver, el OIBDA presenta un incremento interanual del 6,6% en moneda local (+4,7% hasta septiembre), alcanzando un margen del 55,5% sobre ingresos.

Durante el año 2005, el CapEx ha crecido un 7,2% en moneda local respecto a 2004, situándose en 117,3 millones de euros, de los que alrededor de una tercera parte se ha destinado al desarrollo de la banda ancha. El incremento del OIBDA, unido al control de las inversiones, ha permitido un crecimiento de la generación libre de caja operativa (OIBDA-CapEx) (excluyendo la plusvalía por la venta de Telinver) del 6,4% en moneda local respecto al obtenido en 2004, hasta situarse en 377,2 millones de euros.

Telefónica CTC Chile

Con fecha 1 de enero de 2005, se revisó la distribución de la cartera de productos y clientes del segmento empresas entre CTC y T-Empresas Chile. Debido a ello, los resultados de Telefónica CTC Chile en 2004 se muestran en términos comparables con la nueva segmentación.

En el mes de enero, CTC ha anunciado sus planes de ofrecer un plan de retiro voluntario a empleados, con ejecución en 2006. Debido a ello, ha recogido en sus cuentas efectos extraordinarios por importe de unos 2,6 millones de euros.

A diciembre 2005 CTC gestiona 2,9 millones de accesos, un 0,9% más que en 2004 gracias al desarrollo de nuevos planes flexibles y a la sólida evolución de la banda ancha en Chile. Dentro del acceso tradicional, debe destacarse la nueva oferta comercial de CTC, basada en el desarrollo de planes tarifarios no regulados (planes de minutos y paquetización de productos). A 31 de diciembre de 2005, más de 700.000 clientes cuentan con planes flexibles (entre planes de minutos, soluciones de prepago y control de consumo para rentas bajas y paquetizaciones de servicios de voz y banda ancha).

Gracias a la buena evolución en las ventas de accesos a Internet de banda ancha, se logró un crecimiento del 56,5% en los accesos en 2005. De esta manera CTC registra un total de 314.200 accesos a Internet de banda ancha a fin de ejercicio (de los cuales 289.600 son accesos minoristas), alcanzando una cuota del 43%. Este crecimiento refleja el fuerte esfuerzo comercial realizado en el año para la masificación de la banda ancha en el país. Se han desarrollado nuevas modalidades de banda ancha variable (Speedy

recargado) y lanzado nuevos paquetes de banda ancha + voz, además de una oferta conjunta con TV satelital y nuevos canales de distribución.

El tráfico total cursado por la red de CTC continúa descendiendo, debido fundamentalmente a la fuerte sustitución del móvil e Internet. El tráfico local fijo-fijo presentó una caída del 10,5% en 2005, mientras que el fijo-móvil creció un 8,4%. En larga distancia nacional e internacional, el mercado total sigue cayendo (en el cuarto trimestre del año -13,8% larga distancia nacional y -6% larga distancia internacional). A pesar de este deterioro, CTC presenta un comportamiento mejor que el mercado (en el mismo periodo -11,5% y +1,3%, respectivamente).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) asciende a 890,0 millones de euros, un 1,1% más que en 2004 en moneda local, por el buen comportamiento de la banda ancha, que alcanza un crecimiento en ingresos del 46,1% en moneda local, y que lleva a que los ingresos de Internet (banda estrecha + banda ancha) crezcan un 32,5% en moneda local y aporten un 8,1% de los ingresos de CTC (1,9 p.p. más que en el ejercicio anterior). Esta positiva evolución compensa la ligera caída en los ingresos del negocio tradicional (-0,9% interanual en moneda local), dado que los mayores ingresos de tráfico local, que incluyen los planes paquetizados, así como los mayores ingresos de interconexión y de servicios a empresas y operadoras no compensan los menores ingresos cuotas de abono, de comercialización de equipos, telefonía pública y larga distancia.

En cuanto a los gastos por operaciones presentan un crecimiento del 1,9% acumulado a diciembre, en moneda local.

Los gastos de personal caen un 6,5% respecto a 2004 por los menores costes de reestructuración de plantilla en el ejercicio. Los costes por servicios exteriores crecen un 4,3% debido principalmente a la gran actividad realizada en las labores de instalación y mantenimiento de red, comerciales y atención a cliente. Durante el cuarto trimestre se ha llevado a cabo un fuerte esfuerzo de contención de estos costes (+9,5% hasta septiembre).

Se ha contenido la morosidad, gracias a los nuevos productos específicos de prepago y control de consumo y al reajuste de las políticas de cobranza. La provisión por incobrables cae un 22,2% en moneda local, quedando en un 3,2% sobre ingresos.

A cierre de 2005, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), se sitúa en 362,4 millones de euros. Este resultado, un 57,2% menos que el del ejercicio anterior en moneda local, no resulta comparable con el de 2004 debido a que éste recoge los resultados por la venta de la filial de móviles de CTC a Telefónica Móviles, que generó una plusvalía de unos 425 millones de euros para CTC. Aislado este efecto la caída del OIBDA en moneda local sería de un 4,1%. El margen OIBDA sobre ingresos acumulado en 2005 se sitúa en el 40,7% (afectado por los ajustes de corresponsalías en el negocio de larga distancia anunciados el trimestre anterior, el programa de retiro voluntario anunciado en enero; excluyendo ambos efectos el margen se situaría en el 43,6%).

La inversión acumulada (CapEx) a diciembre 2005 alcanza los 108,5 millones de euros, que han sido dedicados en un 30% a la expansión de la banda ancha. Esta inversión representa un crecimiento del 11,3% en moneda local respecto al ejercicio

anterior. De este modo, la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) acumulada en 2005 asciende a 253,9 millones de euros.

Telefónica del Perú

En 2005, Telefónica del Perú (TdP) ha registrado un importante crecimiento en el número de accesos (+13,7%) hasta 3,2 millones, lo que obedece a una fuerte actividad comercial a lo largo de todo el año, que se ha visto traducida en una ganancia neta de 208.735 accesos de telefonía fija en el año 2005, con lo que se alcanza una planta final de 2,3 millones de accesos, y en banda ancha se ha conseguido superar los 340.000 accesos minoristas a Internet de banda ancha (+65,7% interanual) tras haber registrado una ganancia neta de 135.011 clientes en el año. Destaca también el buen comportamiento de la planta de Televisión por Cable (Cable Mágico) cuya planta ha registrado un crecimiento interanual del 18,8% situándose a finales del año en 462.211 clientes.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de TdP alcanza los 1.031,4 millones de euros al cierre del año 2005 lo que implica un crecimiento interanual en moneda local del 1,6%. Los ingresos de Internet (banda ancha + banda estrecha) crecen un 38,7% fundamentalmente por el buen comportamiento de la planta de banda ancha (+55,6% en ingresos). Los ingresos de Internet continúan ganando peso sobre el total de ingresos hasta el 9,7% (7,1% en 2004). Por su parte, los ingresos del negocio tradicional caen un 1,3% por menores ingresos del servicio telefónico básico, a pesar del crecimiento de líneas, debido al impacto del factor de productividad que se aplica a las tarifas desde septiembre de 2004 (IPC-10,07%),

que se compensan en parte por mayores ingresos en telefonía pública debido a una mejor gestión de la planta y el buen comportamiento de los ingresos de TV por cable que gracias al crecimiento de planta muestran un incremento interanual del 11,3%.

El tráfico total cursado por TdP desciende un 2,8% con respecto al mismo periodo del año anterior: mientras que crece el tráfico de voz un 2,2% propiciado por el buen comportamiento del tráfico de interconexión de entrada (+14,4%), del tráfico local fijo-fijo (+1,7%) y de larga distancia internacional (+32,1%) y, el tráfico de Internet muestra una caída anual del 39,9% debido a la demanda del mercado de productos de banda ancha con mayor velocidad.

Los gastos por operaciones del año caen un 3,5% en moneda local, por los ahorros registrados en gastos de personal, que caen un 21,6% principalmente por la menor participación de los trabajadores, e igualmente se generan ahorros en los aprovisionamientos (-6,6% en moneda local) como consecuencia de la menor tarifa fijo-móvil a pesar de que los aprovisionamientos de consumo son mayores motivados por el fuerte crecimiento de la planta. Mientras que los gastos de servicios exteriores aumentan (+7,9% en moneda local) por la mayor actividad comercial.

Por otro lado, se produce una caída en la provisión por incobrables (-31,3%) debido a la mejor gestión y al mayor porcentaje de planta prepago y control de consumo sobre el total de accesos de telefonía fija (59% de los accesos de telefonía fija en diciembre 2005 vs. 54% a finales de 2004), que permite que el porcentaje de provisión de

incobrables sobre ingresos se sitúe en el 1,2%.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) se sitúa en 437,3 millones de euros, un 15,1% más que en 2004 en moneda local afectado por la menor dotación de contingencias extraordinarias y otras. Con respecto a 2004, mejora el margen de OIBDA en 5,0 p.p., situándose en el 42,4%.

El CapEx se sitúa en 117,9 millones de euros, 1,5% inferior en moneda local al registrado en 2004, situándose el ratio de CapEx sobre ingresos en el 11,3% en moneda local. La generación libre de caja (OIBDA - CapEx) crece un 22,6% interanual en moneda local hasta 319,4 millones de euros por la buena evolución del OIBDA y la contención del CapEx.

Telefónica Empresas América

Al igual que en trimestres anteriores, tras el cambio en el perímetro de consolidación de Telefónica Empresas América (TEA), que integra las operaciones de TLD Puerto Rico, y la nueva segmentación de los clientes empresariales y mayoristas en Telefónica Empresas Chile, los resultados de 2004 se muestran de manera comparable.

Durante el año 2005, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) acumulado por TEA ascendió a 620,9 millones de euros. Esta cifra representa un crecimiento del 16,5% respecto al ejercicio anterior (+8,3% en euros constantes).

Por líneas de negocio, los ingresos por Datos e Internet aportan en torno a un 62% de los ingresos totales y presentan sólidos niveles de crecimiento (+23,3%; +12,5% en euros constantes). Destaca el comportamiento de los ingresos de datos

en Brasil, que suponen casi el 50% del total y presentan un crecimiento del 25,2% en moneda local. También muestran positivos niveles de crecimiento servicios internacionales y servicios de telefonía para empresas (+14,2% y +10,2% en euros constantes, respectivamente.).

A cierre de 2005, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza los 93,6 millones de euros, alcanzando un crecimiento del 81,7% en euros corrientes respecto a 2004 (un 62,1% en euros constantes). El margen OIBDA sobre ingresos acumulado alcanza un 15,1%, mejorando 5,4 p.p. respecto al año anterior. La inversión acumulada a diciembre asciende a 72,5 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 23,5% en euros constantes respecto a 2004. Con ello, la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) asciende a 21,1 millones de euros, frente a los 3,6 millones de euros del ejercicio anterior.

Telefónica Empresas Brasil continúa siendo la operación de mayor tamaño del grupo en términos de ingresos y OIBDA. Durante 2005 los ingresos de T-Empresas Brasil alcanzaron los 245,9 millones de euros, presentando un crecimiento del 19,0% en moneda local respecto a 2004. El OIBDA de T-Empresas Brasil acumulado fue de 58,7 millones de euros, creciendo un 47,4% en moneda local.

T-Empresas Argentina alcanzó unos ingresos de 74,9 millones de euros, un 13,9% más que en 2004 en moneda local. T-Empresas Perú por su parte mantuvo prácticamente estable su nivel de ingresos respecto a 2004 en 65,0 millones de euros (-0,1% en moneda local). Mientras que T-Empresas Chile, tras la resegmentación comentada, presenta unos ingresos

acumulados de 124,3 millones de euros, cayendo un 3,1% en moneda local respecto a 2004.

En cuanto a los países donde el Grupo Telefónica no es incumbente (EE.UU., Colombia y México), destacan la cifras de T-Empresas USA. Tras incorporar la operación de TLD en Puerto Rico, alcanza unos ingresos totales de 71,0 millones de euros, que suponen un crecimiento del 15,4% en moneda local respecto a 2004.

Telefónica International Wholesale Services (TIWS)

El importe neto de la cifra de negocios del año 2005 se sitúa en 188,0 millones de euros (+19,4% respecto a 2004, +18,9% en euros constantes). La línea de negocio que contribuye en mayor medida a los ingresos es la de IP Internacional (54,6%) que muestra un crecimiento interanual del 16,7% en términos constantes. El resto de los negocios también muestra importantes crecimientos destacando el de Capacidad de Ancho de Banda que crece un 25,1% en euros constantes. A nivel de gastos por operaciones se han generado importantes ahorros que, junto con el crecimiento de los ingresos, permiten alcanzar un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 58,3 millones de euros, con un crecimiento interanual del 30,2% (+30,1% en euros constantes) alcanzando un margen sobre ingresos del 31,0% (+2,6 p.p. respecto a 2004).

Grupo Telefónica Latinoamérica. Datos Operativos

Datos no auditados (Miles)

	diciembre		% Var
	2005	2004	
Telesp	15.669,7	15.410,3	1,7
Accesos de telefonía fija ¹	12.340,3	12.454,8	(0,9)
Accesos de datos e internet	3.329,4	2.955,5	12,7
Banda estrecha	1.986,7	1.996,7	(0,5)
Banda ancha	1.206,8	826,4	46,0
Minorista	1.206,7	826,3	46,0
Telefónica de Argentina	5.434,4	5.192,1	4,7
Accesos de telefonía fija ¹	4.532,2	4.325,4	4,8
Accesos de datos e internet	902,1	866,6	4,1
Banda estrecha	564,0	643,3	(12,3)
Banda ancha	303,5	190,2	59,6
Minorista ²	241,5	143,7	68,1
Telefónica CTC Chile	2.912,7	2.886,2	0,9
Accesos de telefonía fija ¹	2.429,1	2.412,5	0,7
Accesos de datos e internet	483,6	473,7	2,1
Banda estrecha	130,5	239,4	(45,5)
Banda ancha	314,2	200,8	56,5
Minorista	289,6	176,1	64,4
Telefónica del Perú	3.213,0	2.826,2	13,7
Accesos de telefonía fija ¹	2.347,6	2.138,9	9,8
Accesos de datos e internet	403,2	298,2	35,2
Banda estrecha	52,5	83,0	(36,7)
Banda ancha ³	340,4	205,4	65,7
Minorista	340,4	205,4	65,7
TV de pago	462,2	389,2	18,8
Grupo Telefónica en Latinoamérica	28.168,5	26.314,8	7,0
Accesos de telefonía fija ¹	21.649,1	21.331,6	1,5
Accesos de datos e internet	6.057,1	4.594,1	31,8
Banda estrecha ⁴	3.185,1	2.962,4	7,5
Banda ancha ⁵	2.652,3	1.422,8	86,4
Minorista ²	2.078,2	1.351,6	53,8
TV de pago	462,2	389,2	18,8

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² Incluye ISP de TASA que presta servicios en la zona norte del país.

³ Incluye cable módem en TdP.

⁴ Incluye los ISP de banda estrecha de Terra Brasil y Terra Colombia desde el tercer trimestre de 2005

⁵ Incluye los ISP de banda ancha de Terra Brasil, Terra México y Terra Guatemala desde el tercer trimestre de 2005.

Grupo Telefónica Latinoamérica. Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
Telesep			
Importe neto de la cifra de negocios	4.852,7	3.716,2	30,6
OIBDA	2.221,8	1.678,0	32,4
Margen OIBDA	45,8%	45,2%	0,6 p.p.
Telefónica de Argentina			
Importe neto de la cifra de negocios	890,9	810,9	9,9
OIBDA	542,9	461,3	17,7
Margen OIBDA ¹	60,9%	56,9%	4,1 p.p.
Telefónica CTC Chile			
Importe neto de la cifra de negocios	890,0	806,9	10,3
OIBDA	362,4	776,0	n.c.
Margen OIBDA	40,7%	n.s.	n.c.
Telefónica del Perú			
Importe neto de la cifra de negocios	1.031,4	980,9	5,1
OIBDA	437,3	367,1	19,1
Margen OIBDA	42,4%	37,4%	5,0 p.p.
Telefónica Empresas América			
Importe neto de la cifra de negocios	620,9	532,9	16,5
OIBDA	93,6	51,5	81,7
Margen OIBDA	15,1%	9,7%	5,4 p.p.
TIWS			
Importe neto de la cifra de negocios	188,0	157,5	19,4
OIBDA	58,3	44,8	30,2
Margen OIBDA	31,0%	28,4%	2,6 p.p.

Nota: OIBDA antes de ingresos de gerenciamiento. Telefónica de Argentina incluye el negocio ISP de Advance y Telefónica del Perú incluye CableMágico.

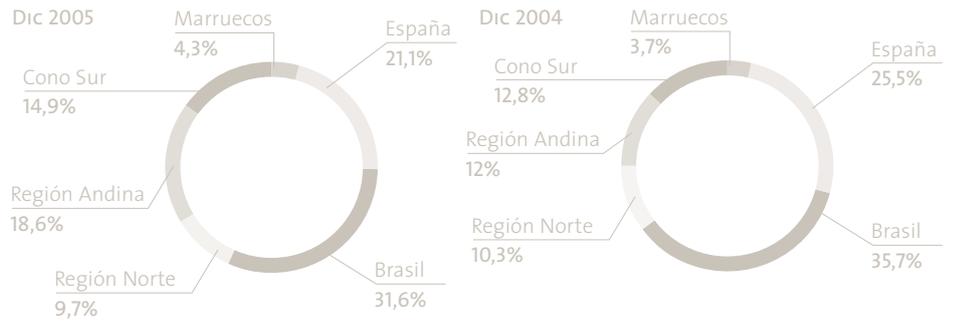
¹ Neto de interconexión fijo-móvil.

Grupo Telefónica Latinoamérica: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	8.265,5	6.748,4	22,5	2.352,0	1.742,9	34,9
Trabajos para inmovilizado ¹	47,3	43,3	9,2	15,6	13,3	17,0
Gastos por operaciones	(4.462,4)	(3.648,2)	22,3	(1.288,1)	(961,1)	34,0
Otros ingresos (gastos) netos	(205,4)	(276,8)	(25,8)	(41,0)	(140,6)	(70,9)
Resultado de enajenación de activos	107,1	428,8	(75,0)	29,6	2,0	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	6,3	(0,7)	c.s.	1,5	(1,3)	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	3.758,3	3.294,8	14,1	1.069,7	655,2	63,3
Amortizaciones de inmovilizado	(1.792,5)	(1.578,7)	13,5	(483,9)	(394,5)	22,7
Resultado operativo (OI)	1.965,8	1.716,1	14,6	85,8	260,7	124,7
Resultado particip. puestas en equivalencia	4,4	2,6	71,1	1,3	2,5	(48,3)
Resultados financieros	(383,6)	(344,6)	11,3	(144,8)	(52,7)	174,6
Resultado antes de impuestos	1.586,7	1.374,1	15,5	442,2	210,4	110,2
Impuesto de Sociedades	(319,2)	(292,6)	9,1	(66,1)	(86,0)	(23,1)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	1.267,5	1.081,4	17,2	376,1	124,4	202,4
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(160,8)	(327,1)	(50,8)	(52,3)	(17,1)	n.s.
Resultado neto	1.106,7	754,3	46,7	323,8	107,3	201,8

Distribución de clientes Gestionados de telefonía móvil



Región Norte: El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua y Panamá
 Región Andina: Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela
 Cono Sur: Argentina, Chile y Uruguay

Negocio de Telefonía Móvil

Grupo Telefónica Móviles

En un año marcado por el proceso de integración de las 10 operadoras adquiridas a BellSouth, migraciones tecnológicas en 8 países, y una fuerte presión competitiva en los principales mercados de operaciones, Telefónica Móviles ha obtenido el mayor beneficio neto de su historia, con 1.918,9 millones de euros en 2005, lo que supone un crecimiento interanual del 13,4%. Excluyendo el impacto del saneamiento del valor remanente de la licencia UMTS de IPSE, el beneficio neto superaría los 2.000 millones de euros en 2005, con un aumento del 18,7% respecto al año 2004.

En paralelo, la Compañía se ha consolidado como uno de los principales operadores del sector a nivel mundial, con más de 94,4 millones de clientes gestionados al cierre de diciembre de 2005 (+26,9% respecto al 2004).

Así, y tras captar casi 5,4 millones de clientes en el cuarto trimestre de 2005, en el conjunto del año 2005 Telefónica Móviles ha obtenido una ganancia neta de 16,3 millones de clientes, impulsada principalmente por el fuerte crecimiento registrado en los mercados de Latinoamérica.

Por áreas geográficas, el parque de clientes gestionado en España a finales de 2005 alcanzaba los 19,9 millones (+4,8% respecto al 2004), más de 71 millones corresponden a las operadoras en Latinoamérica (+34%) y más de 4 millones a la operadora marroquí Médi Telecom (+47%).

Respecto a los aspectos más destacados de los resultados en el ejercicio 2005 hay que señalar el cumplimiento de todos los objetivos de crecimiento marcados para el Grupo para el conjunto del año. En este sentido debe resaltarse:

- El sólido comportamiento de los ingresos, que se incrementan un 40,5% frente al ejercicio 2004, hasta los 16.513,5 millones de euros. El crecimiento orgánico de los ingresos consolidados se sitúa en el 14,2%.
 - Por componentes, los ingresos de servicio (14.354 millones de euros) aumentan un 40,4%, mientras que los ingresos por venta de terminales (2.160 millones de euros) crecen un 41,4% frente a 2004.
 - En el cuarto trimestre de 2005 el crecimiento interanual de los ingresos consolidados alcanza el 29,1%, frente al 45,3% registrado en los primeros nueve meses del año, afectado por la consolidación de 8 de las operadoras adquiridas a BellSouth desde noviembre de 2004.
 - Por áreas geográficas, Telefónica Móviles España registra un crecimiento interanual de sus ingresos del 7,6% en 2005, lo que la posiciona como una de las operadoras europeas con mayor crecimiento en su mercado doméstico. Los ingresos de servicio se incrementan un 7% frente a 2004 (+8,2% excluyendo puntos por fidelización).
 - Los ingresos procedentes de las operadoras latinoamericanas consolidadas alcanzan el 47% de los ingresos del Grupo (30% en 2004) tras haberse incrementado un 116,9% frente a 2004. El crecimiento orgánico

interanual de los ingresos de las operaciones en Latinoamérica se situaría en un 23,5%.

- La obtención de un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) consolidado de 5.817,0 millones de euros, un 26,8% superior al registrado en 2004. En el cuarto trimestre de 2005 el crecimiento interanual del OIBDA se sitúa en el 45%, mostrando una fuerte aceleración respecto a trimestres anteriores (+21% en los nueve primeros meses de 2005). La variación interanual orgánica del OIBDA consolidado en 2005 se situaría en el 7,5%.
 - En el cuarto trimestre de 2005 se observa una recuperación de la variación interanual del OIBDA de Telefónica Móviles España (+4,4% respecto a -2,3% en los nueve primeros meses del año), impulsada por la positiva evolución de los ingresos de servicio y la contención de los gastos comerciales. En el conjunto del año el OIBDA de Telefónica Móviles España alcanza los 4.127,9 millones de euros, prácticamente estable respecto al año 2004, a pesar de la mayor actividad comercial y de los gastos ligados al lanzamiento de marca. El margen OIBDA en 2005 se sitúa en el 46,7%, en línea con los objetivos marcados por la Compañía.
 - La contribución de las filiales latinoamericanas consolidadas, en euros, al OIBDA del Grupo asciende a 554 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005 y a 1.755 millones de euros en 2005 (+218,4% respecto al año 2004). En términos orgánicos¹, el OIBDA procedente de estas operadoras aumenta un 28,6% frente al año anterior y supone el 30% del OIBDA del Grupo² (12% en 2004).

- Debe señalarse la significativa mejora del margen de OIBDA de estas operadoras en el cuarto trimestre de 2005, al mostrar un avance de 11,9 p.p. frente al cuarto trimestre de 2004, explicado fundamentalmente por los menores costes de adquisición unitarios. Así, en 2005 el margen OIBDA se sitúa en el 22,8% respecto al 15,5% en 2004.
- En consecuencia, el margen OIBDA consolidado del Grupo en el cuarto trimestre de 2005 se sitúa en el 35,6% (+3,9 p.p. respecto al cuarto trimestre de 2004), alcanzando el 35,2% en el conjunto del año.

Respecto al resto de principales partidas, debe señalarse:

- El incremento interanual del 55,9% en la dotación de la amortización de inmovilizado, explicada fundamentalmente por los cambios en el perímetro de consolidación del Grupo y por el impacto de 298 millones de euros asociado a la amortización de activos intangibles asignados de Telefónica Móvil Chile y de las 10 operadoras adquiridas a BellSouth en Latinoamérica en 2004 y principios de 2005.
- Al cierre de año el importe de dichos activos intangibles pendientes de amortizar asignados a clientes y software ascendía a 164 millones de euros y 21 millones de euros, respectivamente.
- Incremento de las pérdidas de las compañías consolidadas por puesta en equivalencia, impactadas por el saneamiento del valor remanente de la licencia UMTS de IPSE contabilizado en el cuarto trimestre de 2005. Excluyendo este efecto, la aportación de estas compañías a los resultados del Grupo mejoraría, mostrando una reducción del 54% en las pérdidas atribuibles a estas empresas respecto al año 2004, por los mejores resultados de Medi Telecom.
 - Debe recordarse que este saneamiento de activos no supone una salida de caja.
- Reducción interanual del 4,7% en las pérdidas por resultados financieros, a pesar del mayor incremento del saldo de deuda neta media del periodo (+59,0%).
 - Al cierre de 2005 la deuda financiera neta consolidada ascendía a 8.659 millones de euros (8.442 millones de euros en 2004), reflejando una reducción del 8% respecto al pasado mes de septiembre, explicada por la generación de caja del periodo.
 - La deuda financiera neta proporcional alcanzaba 8.759 millones de euros al cierre del 2005.
 - Como se ha indicado en comunicaciones anteriores, si IPSE se viera forzada a desembolsar los pagos aplazados por la adquisición de su licencia UMTS, la deuda neta consolidada se incrementaría en el monto de los depósitos realizados por Telefónica Móviles que garantizan una parte de dichos pagos aplazados de IPSE con el gobierno italiano. Dicha cantidad asciende a 335 millones de euros a cierre de 2005.
 - Tasa impositiva del 33,4% en 2005, impactada por la aplicación de deducciones por actividad exportadora en el segundo trimestre de 2005, si bien la no existencia de consolidación fiscal en varios países de Latinoamérica afecta negativamente, aumentando la tasa marginal. En este sentido en Brasil se ha iniciado un proceso de reordenación societaria (ver hechos significativos posteriores al cierre) que reducirá este impacto al unificar empresas.
- En 2005 la inversión material e inmaterial consolidada, excluyendo licencias, alcanza 2.285 millones de euros. El importe asociado a la adquisición de licencias en México en 2005 asciende a 45,2 millones de euros.
 - Asumiendo tipos de cambios constante respecto a 2004, el volumen total de inversión material e inmaterial alcanzaría los 2.023 millones de euros, en línea con las estimaciones facilitadas al mercado por la Compañía.

Por lo que se refiere al negocio de telefonía móvil del Grupo Telefónica (incluyendo Telefónica Móvil Chile desde el 1 de enero de 2004), a diciembre de 2005, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) y el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), habrían registrado crecimientos del 38,1% y del 25,4%, respectivamente, respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

España

En el año 2005 el sector español de telefonía móvil se ha caracterizado por una mayor intensidad competitiva, superando las 43 millones de líneas y alcanzando una tasa de penetración del 97%.

En este contexto, Telefónica Móviles España ha registrado en el cuarto trimestre de 2005 una ganancia neta cercana a los 260 mil clientes y de casi un millón de líneas en el año (+48% respecto al año 2004). De esta manera, la Compañía roza la cifra de 20 millones de clientes, lo que representa un crecimiento del 4,8% con respecto a 2004.

Debe destacarse el fuerte esfuerzo comercial realizado a lo largo del ejercicio. Así, incluyendo altas, migraciones y canjes de terminales, en el cuarto trimestre de 2005 Telefónica Móviles España ha llevado a cabo 2,7 millones de acciones comerciales (+9,4% respecto al cuarto trimestre de 2004), acumulando en 2005 un total de 10,7 millones acciones (+19% respecto al año 2004), registrando valores récord en la historia de la Compañía.

En un entorno competitivo caracterizado por un elevado volumen de acciones de portabilidad numérica, el número de altas de Telefónica Móviles España se ha incrementado un 23% respecto al año 2004, con un aumento del 41% en el caso de las altas por portabilidad.

En línea con el enfoque en valor de la Compañía, es especialmente destacable el crecimiento registrado en las altas de contrato (+30%), que unido al mantenimiento del esfuerzo migratorio de prepago a contrato (casi 1 millón en 2005) hacen que este segmento represente cerca de un 54% del parque de Telefónica Móviles España (+5 p.p respecto al año 2004).

Los esfuerzos en torno a los clientes de mayor valor también se manifiestan en el terreno de la portabilidad, en el que Telefónica Móviles España, ha obtenido un saldo neto positivo en el cuarto trimestre de 2005 de 71 mil líneas en el segmento contrato (+22% respecto al cuarto trimestre de 2004) y de 180 mil líneas en el año. En conjunto, incluyendo prepago y contrato, se obtiene un saldo neto negativo en el acumulado del año de 116 mil líneas, consecuencia también del mayor enfoque de Telefónica Móviles España en captar prepago en campañas genéricas frente a esfuerzos de portabilidad.

Igualmente, cabe destacar los esfuerzos realizados por la Compañía en actividades de fidelización, lanzando campañas que premiaban el tiempo de permanencia como Cliente y ofreciendo condiciones favorables para la renovación del terminal, incentivando el mayor compromiso de nuestros clientes. Así, en el cuarto trimestre de 2005 se registran casi 1,1 millones de canjes, y cerca de 4,5 millones en el conjunto del año 2005 (+23,2% respecto al año 2004).

Estas actividades y las iniciativas comerciales como el “Ya te llamo yo” o la promoción “100x1” han supuesto una importante herramienta de fidelización, y han permitido la contención del churn en niveles del 1,8% para el conjunto del año 2005, a pesar de la agresividad comercial de la competencia.

Asimismo, las nuevas ofertas comerciales han impulsado el consumo de los clientes. La Compañía gestionó en el cuarto trimestre de 2005 más de 13.000 millones de minutos (+21,5% respecto al cuarto trimestre de 2004), acumulando en el conjunto del año un tráfico superior a los

50.000 millones de minutos (+20,3% respecto al año 2004). Todo ello, con unos niveles de calidad que superan los registrados en años anteriores.

Especialmente significativo es el crecimiento del tráfico on-net (+30% respecto al año 2004), que ya representa el 43% del tráfico total. En términos unitarios el MOU en el cuarto trimestre de 2005 asciende a 152 minutos (+12,6% frente al cuarto trimestre de 2004) y 150 minutos en términos acumulados (+15,9% respecto al año 2004).

Asimismo, hay que destacar el lanzamiento en diciembre de 2005 de “Mundo movistar”, primer programa de oferta y distribución de productos y servicios entre varios países, que viene a complementar los productos de “Mi Favorito Internacional” y “Mis Cinco Internacional” ya comercializados por la Compañía. Este nuevo servicio, que supone un elemento diferenciador de la oferta de Telefónica Móviles España con respecto a la de sus competidores, posibilita comprar un terminal y una tarjeta prepago con saldo en los puntos de venta de la red movistar en España estando disponible para el día siguiente dicho terminal y dicha tarjeta en Ecuador o Colombia. Está prevista su ampliación progresiva hacia otros mercados latinoamericanos y Marruecos.

Propiciado por el buen comportamiento del consumo unitario, y a pesar de las bajadas de precios y de los menores precios de terminación, Telefónica Móviles España ha registrado un ARPU de voz (excluyendo promociones) de 28,5 euros en el cuarto trimestre de 2005 (+0,8% respecto al cuarto trimestre de 2004), y de 28,7 euros para el conjunto del año (+2,6% respecto al año 2004).

Por otro lado, a lo largo del cuarto trimestre de 2005 se han introducido nuevas tarifas de datos para conectividad, con conceptos cercanos a las tarifas planas, y que permiten a la Compañía ofrecer la oferta más completa y competitiva del mercado para transmisión de datos, con precios de 30 euros/mes por 1 Giga y 58 euros/mes por 5 Gigas.

Así, el ARPU de datos de Telefónica Móviles España (excluyendo las promociones) ha alcanzado 4,7 euros en el cuarto trimestre de 2005 (+7,1% respecto al cuarto trimestre de 2004) y 4,4 euros en 2005 (+7,6% respecto al año 2004). Hay que subrayar el protagonismo de los servicios de datos no SMS a la hora de impulsar este crecimiento. De hecho, los ingresos por estos servicios pasan a representar un 38% del total de ingresos de datos de la Compañía, frente al 29% que representaban hace sólo 12 meses.

Como resultado de todo ello, el ARPU total alcanza 33,2 euros en el cuarto trimestre de 2005 (+1,6% respecto al cuarto trimestre de 2004) y en 33,1 euros en 2005 (+3,3% respecto al año 2004).

Por lo que respecta a los resultados financieros de la Compañía:

- Los ingresos en el cuarto trimestre de 2005 ascienden a 2.213 millones de euros (+5,8% respecto al cuarto trimestre de 2004), sumando un total de 8.834,2 millones de euros en el conjunto del año 2005 (+7,6% respecto al año 2004).
- El fuerte crecimiento de ingresos, que debe enmarcarse en el contexto europeo y en un entorno de fuertes reducciones de precios, viene impulsado por la positiva evolución de los ingresos de servicio, que ascienden en el cuarto trimestre de 2005 a 1.975

millones de euros (+6,8% respecto al cuarto trimestre de 2004) y a 7.794 millones de euros en el conjunto del año 2005 (+7,0% respecto al año 2004).

- Los ingresos por venta de terminales, por su parte, ascienden a 1.040 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 11,8% con respecto al 2004 y sitúa el peso de esta partida sobre el total de ingresos en un 11,8%.
- Debido al sensible incremento del esfuerzo comercial de Telefónica Móviles España en el ejercicio, el peso de los recursos comerciales (incluyendo SAC, SRC y publicidad) pasan a representar un 15,4% de los ingresos del servicio brutos de la Compañía, frente a 11,7% en 2004. Estas cifras incorporan los costes de cambio de marca incurridos en el segundo trimestre de 2005.
- En el cuarto trimestre de 2005 se observa una recuperación de la variación interanual del OIBDA de Telefónica Móviles España (+4,4% respecto a -2,3% en los primeros nueve meses de 2005), impulsada por la positiva evolución de los ingresos de servicio y la contención de los gastos comerciales. En el conjunto del año el OIBDA de Telefónica Móviles España alcanza los 4.127,9 millones de euros, prácticamente estable respecto al año 2004, a pesar de la mayor actividad comercial y de los gastos ligados al lanzamiento de marca. El margen OIBDA en 2005 se sitúa en el 46,7%, en línea con los objetivos marcados por la Compañía.
- Telefónica Móviles España continúa con el despliegue de la red UMTS y la inversión en incremento de capacidad de sus redes, adecuándose al fuerte incremento del consumo en 2005. Así, la inversión realizada en el año asciende a 727 millones de euros (+15,8% respecto al año 2004). A

finales del 2005 la red UMTS de Telefónica Móviles España superaba las 5.000 estaciones base, dando cobertura a núcleos en los que vive más del 70% de la población.

Marruecos

A cierre de diciembre 2005 el parque de Médi Telecom se situaba en 4.023,3 millones de clientes, con un crecimiento interanual del 47,4% frente a 2004. La ganancia neta del cuarto trimestre de 2005 ascendió a 185 mil, un 17% superior a la registrada en el cuarto trimestre de 2004.

En cuanto a los resultados financieros, los ingresos en 2005 se sitúan en 397 millones de euros (+21% respecto al año 2004), apoyados en el crecimiento del parque registrado durante el ejercicio.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza los 153 millones de euros, lo que implica un margen del 39% (46% en 2004), afectado por una mayor actividad comercial respecto al año anterior (+40,4%). En el conjunto del año el OIBDA se incrementa un 2% respecto a 2004.

Latinoamérica

Brasil

En el último trimestre del año el mercado brasileño ha seguido mostrando una sólida evolución, a pesar de ralentizar su ritmo de crecimiento. Así, la penetración ascendió al 46,6% (49,6% en las áreas de operaciones de Vivo) en diciembre 2005, con un total de 86,2 millones de clientes (+31,4% frente a diciembre 2004).

En el cuarto trimestre de 2005, en un entorno en el que se mantiene la agresividad competitiva, se observa una menor presión comercial en el segmento prepago, habiendo reorientado los principales operadores sus esfuerzos hacia los segmentos de mayor valor. En este contexto, el parque de Vivo a cierre de diciembre se sitúa en 29,8 millones de clientes (+12,3% respecto al cuarto trimestre de 2004), tras obtener una ganancia neta de cerca de 1 millón de clientes en el cuarto trimestre de 2005.

Vivo sigue centrando su esfuerzo comercial en la captación y retención de clientes de mayor valor y fomentando las migraciones de prepago a contrato.

En cuanto a los indicadores de clientes y tráfico, el MOU en el cuarto trimestre de 2005 se situó en 74 minutos mientras que el ARPU se situó en 29,0 reales, creciendo un 2,5% con respecto al tercer trimestre de 2005, impulsado por el mayor ARPU de contrato.

Respecto a los resultados financieros, los ingresos de servicio en moneda local muestran un crecimiento del 5% respecto al año 2004, impulsado por los mayores ingresos de salida (+17%), tanto en contrato como en prepago, que contrarrestan parcialmente la reducción de los ingresos de entrada (-7%).

Fruto de la menor actividad comercial los ingresos por venta de terminales decrecen un 2% respecto al año 2004, trasladándose en un crecimiento del 4% de los ingresos totales.

Las mayores barreras de entrada respecto a la Campaña de Navidad de 2004 y la ralentización de la actividad comercial han permitido reducir los costes comerciales (SAC, SRC y publicidad) del cuarto trimestre de 2005 con respecto al cuarto trimestre de 2004, si bien las mayores provisiones registradas por comunicaciones no atribuibles a clientes, (33 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005) se reflejan en un menor margen OIBDA después de management fee, situándose en el 21,0% en el cuarto trimestre de 2005 y en 26,3% en el acumulado del año. La empresa está implantando sistemas de detección a corto plazo que limiten este riesgo. Excluyendo el efecto de estas provisiones en el año, el margen OIBDA se situaría en el 26,9% en el cuarto trimestre de 2005 y en 28,8% en 2005.

Por último la inversión total del año asciende a 400 millones de euros, impulsada fundamentalmente por el aumento de la capacidad de las redes de Vivo.

Región Norte

México

Durante el cuarto trimestre de 2005 Telefónica Móviles México ha seguido enfocada en el desarrollo de una red de distribución de calidad y en la mejora de sus procesos, realizando cambios en su oferta comercial, reforzando la atención a sus clientes y la calidad de sus servicios.

En este contexto, en un trimestre caracterizado por una mayor actividad comercial, la ganancia neta el cuarto trimestre de 2005 ha alcanzado los 392 mil clientes, frente a los 129 mil del tercer trimestre de 2005, situando el parque a diciembre 2005 en 6,37 millones (+12,9%

respecto al cuarto trimestre de 2004). Este esfuerzo comercial se debe enmarcar en el proceso de remodelación de la red de distribución, habiéndose dado de baja en el año 190 distribuidores e incorporando 47 nuevos con el objetivo de aumentar la calidad de la captación.

Respecto a los indicadores de consumo, el MOU del cuarto trimestre de 2005 ascendió a 50 minutos mientras que el ARPU se situó en 124 pesos mexicanos, manteniéndose estable con el nivel presentado en el tercer trimestre de 2005. En el acumulado del año, el MOU alcanza 51 minutos, y el ARPU 136 pesos mexicanos.

En cuanto a los resultados financieros, en 2005 y en moneda local, los ingresos se incrementan un 9,9% respecto al año 2004. En el cuarto trimestre de 2005 los ingresos muestran un crecimiento del 10,2% respecto al tercer trimestre de 2005, impulsados por las mayores ventas de terminales y un crecimiento del 6,7% de los ingresos de servicio. Los ingresos de datos siguen registrando un mayor crecimiento y ya representan el 12,3% de los ingresos de servicio en el cuarto trimestre de 2005.

La evolución interanual de los ingresos en el cuarto trimestre de 2005 viene afectada por las menores ventas de terminales (-7% en moneda local) y el impacto en los ingresos de servicio de la reducción en un 10% en las tarifas de interconexión, así como la obligación impuesta por el regulador en el mes de abril de introducir una locución en los buzones de voz, informando del coste de dejar un mensaje en dicho buzón.

A pesar de la mayor actividad comercial del trimestre respecto al tercer trimestre de 2005, los mayores ingresos durante el cuarto trimestre de 2005 han ayudado a

reducir las pérdidas operativas antes de amortizaciones, que se sitúan en 28,5 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005 (respecto a 33,6 millones de euros en el tercer trimestre de 2005) y alcanzan en el conjunto del año 159 millones de euros, situándose en moneda local en línea con las de 2004.

Por otro lado, al cierre de diciembre de 2005 la cobertura de la red GSM alcanzaba el 90% de la población urbana. Las inversiones en 2005, en moneda local, decrecen un 54% frente a 2004, resultando en una fuerte reducción del Cash Flow operativo negativo en 2005 (un -39% en moneda local respecto al año 2004).

La subasta de espectro adicional en la banda 1900 MHz que tuvo lugar en abril se ha registrado como inversión en licencias por valor de 45,2 millones de euros.

Región Andina

Venezuela

Durante el cuarto trimestre de 2005 se ha mantenido una alta actividad comercial en el mercado de telefonía móvil de Venezuela, que se ha traducido en un importante crecimiento de la penetración estimada, que alcanza al cierre de 2005 el 48%, 17 p.p. superior a la de 2004.

En diciembre 2005 el parque de Telefónica Móviles Venezuela alcanzó los 6,2 millones de clientes (+42,4% respecto a diciembre de 2004), tras registrar una ganancia neta de 841 mil líneas en el cuarto trimestre de 2005, duplicando la obtenida en el cuarto trimestre de 2004, y más de 1,8 millones de líneas en los doce meses del año.

En cuanto a los resultados financieros, el fuerte crecimiento de la base de clientes,

junto con el mayor tráfico y la continua mejora de los ingresos de datos se traduce en un crecimiento de los ingresos de servicio del 21,3% frente al tercer trimestre de 2005 en moneda local, y del 22,1% en los ingresos totales, alcanzando en el conjunto del año 1.438 millones de euros.

Cabe resaltar la evolución del OIBDA, que alcanzó los 178 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005 (+14% respecto al tercer trimestre de 2005 en moneda local) y de 585 millones de euros en 2005, y que permite el sólido comportamiento del margen OIBDA, que se ha mantenido en el 40,7% pese al mayor esfuerzo comercial.

Por último, la innovación de la Compañía en el mercado venezolano se ha traducido en el lanzamiento comercial de los servicios EV-DO a finales de diciembre y de nuevos servicios de correo móvil. En 2005 la inversión alcanza los 145,7 millones de euros.

Colombia

En el año 2005 el mercado de telefonía móvil colombiano es el que mayor crecimiento ha mostrado en la región, con un avance de casi 25 p.p. en su tasa de penetración estimada, hasta el 48% en diciembre de 2005.

Tras el lanzamiento de su oferta comercial GSM en el tercer trimestre de 2005, Telefónica Móviles Colombia ha vuelto a acelerar el ritmo de crecimiento de su actividad comercial, alcanzando una ganancia neta en el cuarto trimestre de 2005 superior a las 862 mil líneas, duplicando las obtenidas en el tercer trimestre de 2005. Así, el parque a diciembre de 2005 se sitúa por encima de los 6 millones de clientes, un 83% superior al de 2004.

El éxito de la campaña de Navidad, orientada a la captación de clientes GSM, se traduce en un elevado porcentaje de altas en esta tecnología, que en el cuarto trimestre de 2005 representan el 88% de las altas totales, permitiendo que tan sólo 5 meses después de su lanzamiento los clientes en GSM superen los 1,6 millones (27% del parque total).

Respecto a los resultados financieros, los ingresos acumulados a diciembre alcanzan los 750 millones de euros. Los mayores ingresos del cuarto trimestre de 2005 respecto al tercer trimestre de 2005, en moneda local, se deben a las mayores ventas de terminales asociadas a la actividad comercial del cuarto trimestre de 2005 y a la positiva evolución de los ingresos de servicio (+7,3% respecto al tercer trimestre de 2005).

En un periodo de alta actividad comercial, cabe resaltar la positiva evolución del margen OIBDA en el cuarto trimestre de 2005 (+0,4 p.p. respecto al tercer trimestre de 2005) gracias a la contención en los gastos comerciales y a la favorable evolución de los ingresos. Así, el margen acumulado a diciembre se sitúa en el 14,7% pero en el cuarto trimestre de 2005 es del 23,4% alcanzando un OIBDA en el trimestre de 50 millones de euros y de 110 millones de euros en el acumulado del año. La inversión acumulada en el año supera los 272 millones de euros, asociada al despliegue de la red GSM, que a diciembre cubre un 68% de la población.

Perú

El mercado peruano estuvo caracterizado por un incremento de la actividad competitiva en el último trimestre del año. En este contexto, el parque de Telefónica Móviles Perú a diciembre de 2005 se sitúa

en 3,5 millones de clientes, (+20.4% respecto al cierre de 2004), con un fuerte crecimiento de la ganancia neta, que en el cuarto trimestre de 2005 alcanza 256 mil clientes (+82% respecto al tercer trimestre de 2005), y acumula 585 mil en el total del año.

Respecto a los resultados, los ingresos continúan mostrando una sólida evolución trimestral, creciendo un 13,2% en moneda local frente al tercer trimestre de 2005, impulsados por el crecimiento del parque y del tráfico de salida, que han permitido contrarrestar el menor tráfico de entrada y el descenso en las tarifas de interconexión en el tercer trimestre de 2005 (-19%).

Cabe resaltar el sólido comportamiento del margen OIBDA, que se mantiene en el 32% en el cuarto trimestre de 2005, a pesar del mayor esfuerzo comercial, y permite alcanzar un OIBDA de 33 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005 (+12,0% respecto al tercer trimestre de 2005 en moneda local), y de 118 millones de euros acumulado a diciembre de 2005.

La Compañía ha empezado el despliegue de su red GSM durante el cuarto trimestre de 2005, habiéndose dado la primera alta comercial a primeros de febrero de 2006.

Región Cono Sur

Argentina

Durante el cuarto trimestre del año el mercado móvil argentino ha mantenido su alto ritmo de crecimiento, mostrando en el conjunto del año 2005 una fuerte aceleración, impulsada por el favorable entorno macroeconómico del país y la dinamización del entorno competitivo. De este modo, la penetración estimada a diciembre de 2005 habría alcanzado el 55%,

casi 21 p.p. superior a la de cierre de 2004. En este contexto, los esfuerzos comerciales realizados por Telefónica Móviles en Argentina han sido positivos, lo que ha permitido alcanzar un parque de clientes en diciembre de 2005 de 8,34 millones. El peso de GSM sobre el parque total representa ya el 51%. En el cuarto trimestre de 2005 la ganancia neta alcanza los 940 mil de clientes.

En relación a los resultados financieros en moneda local, cabe destacar, el sólido crecimiento de los ingresos de servicio (+11,1% del cuarto trimestre de 2005 respecto al tercer trimestre de 2005), impulsado por el mayor parque (+12,7% respecto al tercer trimestre de 2005) y ARPU. Asimismo, destaca la creciente contribución de los ingresos de datos, que alcanza al cierre de 2005 el 15% de los ingresos por servicio de la operadora (18% en el cuarto trimestre de 2005).

La fuerte actividad comercial del trimestre en un período donde se concentran las dos mayores campañas del año (Día de la Madre y Navidad) supuso una lógica reducción del margen operativo respecto al tercer trimestre de 2005, pese a lo cual se situó en el conjunto del año 2005 en el 15%.

Respecto al despliegue de la red GSM, al cierre del año se había alcanzando una cobertura del 95% de la población, con una inversión en el año que asciende a 132 millones de euros. Pese al fuerte esfuerzo inversor la operadora presenta flujo de caja operativo positivo con un OIBDA en el año de 151 millones de euros.

Chile

A pesar de los niveles de penetración de partida, durante el año 2005 el mercado chileno ha seguido mostrando un alto

dinamismo, con un avance de 10 p.p. en la tasa de penetración estimada, hasta superar el 71%.

En este contexto, a cierre de diciembre de 2005 el parque de Telefónica Móviles Chile ascendía a 5,28 millones de clientes, tras alcanzar una ganancia neta en el conjunto del año de 525 mil nuevos clientes. El parque GSM asciende ya al 51% del total.

Respecto a los resultados financieros, los ingresos del año 2005 ascienden a 661 millones de euros, y a 202 millones de euros en el cuarto trimestre de 2005 (+11,3% respecto al tercer trimestre de 2005 en moneda local), con un comportamiento positivo de los ingresos de servicio (+12,9% del cuarto trimestre de 2005 respecto al tercer trimestre de 2005). En el conjunto del año alcanza un margen de OIBDA del 35,5%.

El CapEx del año 2005 asciende a 177 millones de euros, impulsado por el despliegue de la red GSM, que alcanza una cobertura del 96% de la población a diciembre de 2005.

Negocio de telefonía móvil. Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	diciembre			diciembre	
	2005	% Var 05/04		2005	% Var 05/04
Telefónica Móviles España	19.889,9	4,8	TEM Guatemala	1.040,7	38,7
Contrato	10.703,5	15,6	Contrato	69,9	(12,6)
Prepago	9.186,4	(5,5)	Prepago	864,4	53,8
Medi Telecom	4.023,3	47,4	Fixed Wireless	106,3	(2,0)
Contrato	149,9	36,4	TEM México	6.368,1	12,9
Prepago	3.873,4	47,8	Contrato	319,9	6,1
Brasilcel	29.804,6	12,3	Prepago	6.047,7	13,3
Contrato	5.743,8	10,8	Fixed Wireless	0,6	n.c.
Prepago	24.060,8	12,7	TEMVenezuela	6.160,3	42,4
TEM Argentina	8.335,0	147,3	Contrato	347,8	20,6
Contrato	3.119,2	151,5	Prepago	5.203,7	47,1
Prepago	5.035,8	136,4	Fixed Wireless	608,8	21,9
Fixed Wireless	179,9	n.c.	TEM Ecuador	1.884,6	67,9
TEM Perú	3.455,0	20,4	Contrato	364,7	59,2
Contrato	579,5	16,5	Prepago	1.517,5	70,4
Prepago	2.804,3	21,5	Fixed Wireless	2,4	(12,6)
Fixed Wireless	71,1	10,2	TEM Panamá	849,4	35,8
TEM El Salvador	537,8	39,9	Contrato	67,9	19,1
Contrato	79,0	1,5	Prepago	781,5	37,5
Prepago	435,3	48,0	TEM Nicaragua	371,6	29,8
Fixed Wireless	23,5	88,6	Contrato	45,3	15,4
TEM Chile	5.275,8	59,0	Prepago	310,4	33,9
Contrato	891,7	84,3	Fixed Wireless	15,9	4,8
Prepago	4.384,1	54,7	TEM Uruguay	418,9	106,3
TEM Colombia	6.033,0	83,0	Contrato	62,4	16,8
Contrato	1.375,1	44,2	Prepago	356,5	138,3
Prepago	4.657,9	98,8	Total Gestionados	94.447,9	26,9

Nota: La comparación anual está afectada por la incorporación de las operadoras móviles adquiridas a BellSouth en Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela desde noviembre de 2004 y Argentina y Chile desde enero de 2005. El parque de clientes a diciembre 2005 se declara neto de 300.000 líneas inactivas de prepago en México no consideradas a efectos de parque declarado."

Telefónica móviles: Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
España			
Importe neto de la cifra de negocios	8.834,2	8.213,8	7,6
OIBDA	4.127,9	4.158,2	(0,7)
Margen OIBDA	46,7%	50,6%	(3,9 p.p.)
Latinoamerica			
Importe neto de la cifra de negocios	7.704,5	3.552,4	116,9
OIBDA	1.754,6	551,2	n.s.
Margen OIBDA	22,8%	15,5%	7,3 p.p.
Brasil			
Importe neto de la cifra de negocios	1.889,3	1.502,3	25,8
OIBDA	496,5	491,0	1,1
Margen OIBDA	26,3%	32,7%	(6,4 p.p.)
Región Norte			
Importe neto de la cifra de negocios	1.263,6	912,3	38,5
OIBDA	(1,2)	(118,7)	(99,0)
Margen OIBDA	-0,1%	-13,0%	12,9 p.p.
Región Andina			
Importe neto de la cifra de negocios	2.837,4	607,7	n.c.
OIBDA	866,2	116,4	n.c.
Margen OIBDA	30,5%	19,2%	11,4 p.p.
Cono Sur			
Importe neto de la cifra de negocios	1.714,2	530,1	n.c.
OIBDA	393,1	62,5	n.c.
Margen OIBDA	22,9%	11,8%	11,1 p.p.
Resto y eliminaciones			
Importe neto de la cifra de negocios	(25,3)	(12,3)	105,1
OIBDA	(65,5)	(121,5)	(46,1)
Margen OIBDA	n.s.	n.s.	n.s.
Total			
Importe neto de la cifra de negocios	16.513,5	11.753,9	40,5
OIBDA	5.817,0	4.587,9	26,8
Margen OIBDA	35,2%	39,0%	(3,8 p.p.)

Nota: La comparativa está afectada por la incorporación de TM Chile desde agosto 2004, de las operadoras móviles latinoamericanas adquiridas a BellSouth en Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela desde noviembre de 2004 y en Argentina y Chile desde enero de 2005.

Grupo Telefónica Móviles: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	16.513,5	11.753,9	40,5	4.463,5	3.458,7	29,1
Trabajos para inmovilizado ¹	123,6	89,5	38,1	37,8	40,7	(7,0)
Gastos por operaciones	(10.634,2)	(7.178,9)	48,1	(2.848,9)	(2.371,4)	20,1
Otros ingresos (gastos) netos	(174,8)	(15,5)	n.s.	(52,1)	25,6	c.s.
Resultado de enajenación de activos	0,2	(57,2)	c.s.	1,4	(49,6)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(11,2)	(3,9)	183,7	(11,2)	(6,4)	74,6
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	5.817,0	4.587,9	26,8	1.590,5	1.097,6	44,9
Amortizaciones de inmovilizado	(2.374,0)	(1.522,9)	55,9	(694,2)	(467,9)	48,4
Resultado operativo (OI)	3.443,0	3.064,9	12,3	896,3	629,7	42,3
Resultado particip. puestas en equivalencia	(154,2)	(38,1)	n.s.	(143,8)	(6,9)	n.s.
Resultados financieros	(459,1)	(481,9)	(4,7)	(158,9)	(241,0)	(34,1)
Resultado antes de impuestos	2.829,7	2.544,9	11,2	593,6	381,8	55,5
Impuesto de Sociedades	(946,0)	(868,5)	8,9	(236,5)	(126,5)	86,9
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	1.883,7	1.676,4	12,4	357,1	255,2	39,9
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	35,2	15,2	131,2	19,1	18,0	6,1
Resultado neto	1.918,9	1.691,7	13,4	376,2	273,3	37,7

¹ Incluye obra en curso.

Negocio de Telefónica móvil: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	16.513,5	11.961,4	38,1	4.463,5	3.457,1	29,1
Trabajos para inmovilizado ¹	123,6	90,7	36,3	37,8	40,7	(7,1)
Gastos por operaciones	(10.634,2)	(7.335,8)	45,0	(2.848,9)	(2.370,2)	20,2
Otros ingresos (gastos) netos	(174,8)	(17,5)	n.s.	(52,1)	25,6	c.s.
Resultado de enajenación de activos	0,2	(57,2)	c.s.	1,4	(49,6)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(11,2)	(3,9)	183,7	(11,2)	(6,4)	74,6
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	5.817,0	4.637,6	25,4	1.590,5	1.097,1	45,0
Amortizaciones de inmovilizado	(2.374,0)	(1.580,1)	50,2	(694,2)	(471,8)	47,1
Resultado operativo (OI)	3.443,0	3.057,5	12,6	896,3	625,3	43,3
Resultado particip. puestas en equivalencia	(154,2)	(39,5)	n.s.	(143,8)	(7,1)	n.s.
Resultados financieros	(459,1)	(496,1)	(7,5)	(158,9)	(245,7)	(35,3)
Resultado antes de impuestos	2.829,7	2.521,9	12,2	593,6	372,4	59,4
Impuesto de Sociedades	(946,0)	(864,4)	9,4	(236,5)	(124,3)	90,2
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	1.883,7	1.657,4	13,6	357,1	248,1	43,9
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	35,2	25,2	39,7	19,1	21,9	(12,6)
Resultado neto	1.918,9	1.682,7	14,0	376,2	270,0	39,4

Nota: El Negocio de Telefonía Móvil incluye Telefónica Móvil Chile en 2004.

(1) Incluye obra en curso.

Cesky Telecom

El Grupo Telefónica consolida el segundo semestre de 2005 de los estados financieros de Cesky Telecom, que contribuye con 1.035,2 millones de euros al importe neto de la cifra de negocios del Grupo en el ejercicio, siendo esta contribución de 456,7 y de 164,8 millones de euros al nivel de OIBDA y OI, respectivamente.

Dentro del proceso de alineamiento del Grupo Cesky Telecom con el Grupo Telefónica en cuanto a sus prácticas de contabilidad y reporte de sus estados financieros, en el mes de diciembre se ha procedido a realizar los siguientes ajustes contables, que afectan fundamentalmente al negocio de telefonía fija de Cesky Telecom:

- Diferimiento de ingresos por cuotas de conexión a lo largo del periodo medio de permanencia de las líneas en servicio, para nuevas altas, así como las realizadas en el pasado (desde 1996). Estos ingresos previamente se registraban en su totalidad en el periodo correspondiente al momento de la activación de la línea.
- Los ingresos por tráfico y gastos por pago a proveedores de contenidos premium provenientes del negocio de servicios telefónicos de valor añadido (llamados "color lines"), que antes se reconocían por separado, ahora se presentan por su valor neto en ingresos.

El impacto de estos dos ajustes en los resultados anuales de Cesky Telecom ha sido de un incremento de ingresos de 353 millones de coronas checas, y de 606 millones de coronas checas en OIBDA, resultando en una disminución de la partida de patrimonio por menor resultado de ejercicios anteriores, aproximadamente, 1.400 millones de coronas checas. Con el fin

de dar una imagen fiel de la evolución de este negocio, todas las variaciones interanuales (en moneda local) estarán referidas al ejercicio 2004 proforma ajustado por los dos efectos anteriormente mencionados.

Los ingresos totales registrados por el Grupo Cesky Telecom en el ejercicio 2005 ascendieron a 2.049 millones de euros, mostrando un crecimiento interanual del 6,3% en euros y un decrecimiento del 0,8% en moneda local, siendo el crecimiento registrado en el cuarto trimestre aislado de un 1,0% en moneda local, que refleja un mejor comportamiento del negocio de telefonía móvil y la buena evolución de la banda ancha dentro del negocio de telefonía fija del Grupo.

Los gastos operativos mostraron en 2005 un ligero incremento interanual en moneda local (+0,2%), principalmente gracias a la disciplina en el control de gastos llevada a cabo en el negocio de telefonía fija que compensa parcialmente el mayor gasto registrado en la filial de telefonía móvil.

Así, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del Grupo alcanzó los 916 millones de euros, mostrando un decrecimiento interanual del 0,3% (-6,9% en moneda local). La caída en el OIBDA de la compañía se reduciría al 2,6% en moneda local si se excluyeran 1.251 millones de coronas checas correspondientes a bajas de activos fijos (no recurrentes). Como resultado, el margen de OIBDA alcanzó el 44,9% en el ejercicio 2005, en comparación con el margen del 48,1% alcanzado en 2004. Si se ajustara el OIBDA de 2005 por los gastos no recurrentes mencionados anteriormente, el margen alcanzado habría sido del 47,0%.

El resultado operativo (OI) ha presentado un incremento del 11,0% en moneda local con respecto al ejercicio anterior hasta alcanzar los 318 millones de euros debido a la reducción en la cifra de amortizaciones como resultado de una menor cifra de inversión en ejercicios anteriores y cambios en la amortización de fondos de comercio y de ciertos activos intangibles.

El CapEx total para el Grupo Cesky Telecom en el ejercicio alcanzó los 209,3 millones de euros, habiéndose incrementado en un 5,5% en moneda local con respecto a la inversión realizada en el ejercicio anterior, fundamentalmente en las áreas de crecimiento del negocio.

La generación libre de caja operativa (OIBDA-CapEx), acumulada a diciembre de 2005 alcanza los 706,7 millones de euros, un 9,9% inferior en moneda local a la generada en el mismo periodo del ejercicio anterior como consecuencia de la reducción en el OIBDA y al aumento del CapEx ya mencionados.

Negocio de telefonía fija

Los ingresos totales correspondientes a la filial de telefonía fija de Cesky Telecom en el ejercicio ascienden a 1.083,5 millones de euros, con un descenso en moneda local del 4,5% con respecto al ejercicio anterior, en un proceso continuado de cambio desde los servicios tradicionales de telefonía al acceso a Internet de banda ancha, datos y otros servicios de valor añadido.

Los ingresos por acceso tradicional han sufrido un descenso del 3,7% en moneda local debido principalmente a la disminución del 7,2% en el número de líneas de telefonía fija, hasta alcanzar los 3,1 millones a cierre del ejercicio.

El tráfico total generado por los clientes de Cesky Telecom se ha reducido en un 14,8% como resultado tanto de la pérdida de líneas y el aumento de la competencia, como por el proceso de sustitución de tráfico fijo a móvil. Por ello, los ingresos procedentes de servicios de voz se han visto reducidos en un 19,5% en moneda local con respecto al ejercicio anterior, mientras que los procedentes del tráfico de interconexión se han visto aumentados en un 23,2%, debido principalmente a la extensión de los servicios de tránsito internacional dentro del espacio económico centroeuropeo. Así, los ingresos por servicios de voz tradicional han presentado un descenso del 5,2% con respecto al año anterior.

Los ingresos procedentes de servicios de Internet y Banda Ancha han registrado una disminución interanual del 3,1% en moneda local, principalmente debido a la importante migración de clientes de acceso a Internet de banda estrecha a banda ancha. Así, los ingresos procedentes de servicios de acceso a Internet de banda estrecha se han visto reducidos en un

44,9% en moneda local, mientras que los procedentes de servicios de banda ancha presentan un incremento del 84,9%.

El número total de accesos a Internet de banda ancha a diciembre de 2005 asciende a 274.000 (aproximadamente el 80% son minoristas), registrándose una ganancia neta de 173.000 conexiones en el ejercicio, de las que aproximadamente dos tercios fueron realizadas en el segundo semestre del ejercicio.

Los ingresos por servicios de datos presentan una disminución interanual en moneda local del 0,9%, debido a que la reducción de ingresos procedentes del alquiler de líneas (-4,5%) no ha podido ser compensada con los procedentes de los servicios de redes privadas virtuales y soluciones de conectividad IP (+5,2%).

Los gastos por operaciones en la filial de telefonía fija se han visto reducidos interanualmente en un 4,6% en moneda local, ascendiendo dicha reducción al 6,0%, también en moneda local, en el cuarto trimestre aislado. Los gastos por aprovisionamientos se han visto incrementados en un 2,4% en moneda local, fundamentalmente debido al aumento de gastos por interconexión internacional, mientras que los gastos de personal, que incluyen pagos por reducción de plantilla, se han visto reducidos en un 0,9%. Los gastos por servicios exteriores se han visto reducidos en un 7,0%, siendo relevante en esta partida la reducción del 10,3% registrada en los gastos por operación y mantenimiento de la red.

La filial de telefonía fija ha registrado 477 millones de euros de resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), con un descenso interanual del 8,9% en moneda

local, alcanzando un margen del 44,5% a cierre del ejercicio; 2,8 p.p. por debajo del registrado en diciembre de 2004.

El CapEx del negocio de telefonía fija de Cesky Telecom en los primeros nueve meses del ejercicio ascendió a 77,5 millones de euros, lo que supone una caída del 11,6% en moneda local.

Negocio de telefonía móvil (EUROTEL)

En el ejercicio 2005, los ingresos totales de Eurotel se han visto incrementados en un 2,0% en moneda local hasta alcanzar los 1.008 millones de euros. El crecimiento registrado por los ingresos operativos en el cuarto trimestre, del 4%, refleja el fuerte posicionamiento de Eurotel en el mercado celular checo, retomando la primera posición en cuanto a número de clientes al cierre del ejercicio.

El número total de clientes de Eurotel ha registrado un crecimiento interanual del 6,4% hasta alcanzar los 4,7 millones a cierre del ejercicio. El éxito del proceso de migración desde clientes de prepago a contrato ha hecho incrementarse la cifra de clientes de contrato en un 46% hasta los 1,5 millones, elevando el ratio de contrato sobre total de clientes al 33% desde el 24% registrado a diciembre de 2004.

Los ingresos de servicios de voz (cuotas mensuales, tráfico de clientes e interconexión) se han visto incrementados en un 0,2% en moneda local en el ejercicio debido principalmente al efecto combinado del incremento de ingresos por cuotas mensuales (+10,6%) como consecuencia del aumento de la base de clientes de contrato anteriormente mencionada, y la reducción de ingresos por tráfico de clientes (-3%),

Cesky Telecom: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	julio - diciembre 2005	octubre- diciembre 2005
Importe neto de la cifra de negocios	1.035,2	525,8
Trabajos para inmovilizado	11,5	6,4
Gastos por operaciones	(566,6)	(285,1)
Otros ingresos (gastos) netos	17,2	(7,6)
Resultado de enajenación de activos	1,4	0,7
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(42,1)	(36,3)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	456,7	204,0
Amortizaciones de inmovilizado	(291,9)	(149,2)
Resultado operativo (OI)	164,8	54,8
Resultado particip. puestas en equivalencia	0,0	0,0
Resultados financieros	(10,8)	(6,1)
Resultado antes de impuestos	154,0	48,7
Impuesto de Sociedades	(36,0)	(10,0)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	118,0	38,7
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0
Resultados atribuidos a socios externos	0,0	0,0
Resultado neto	118,0	38,7

¹ Incluye obra en curso.

debido al mayor número de clientes de contrato que contratan paquetes de minutos, lo que explica el incremento interanual del 10% del tráfico de clientes registrado en 2005.

Como resultado del continuo incremento en el número de clientes con múltiples tarjetas SIM, junto con el menor ARPU generado por los nuevos clientes, el ARPU medio ha registrado una reducción interanual del 3,0% en moneda local, pero ha sido un 1,4% superior al registrado en la primera mitad del ejercicio como resultado del éxito en la adquisición de clientes de contrato.

El número de clientes del servicio Eurotel Data Express (servicio de acceso a Internet de banda ancha basado en tecnología CDMA) supera los 70.000, registrando una ganancia neta de más de 40.000 clientes a lo largo de 2005. Esto, junto con el incremento del 14% en el número de clientes del servicio Eurotel Data Nonstop (servicio de acceso a Internet basado en tecnología GPRS), que a diciembre de 2005 ascendían a 67.000, ha permitido que los ingresos de Datos e Internet procedentes de este tipo de clientes se hayan duplicado prácticamente con respecto a los registrados en el ejercicio anterior.

Los ingresos por venta de terminales presentan una reducción interanual del 9,5% en moneda local debido al incremento del número de clientes a los que la Compañía ofrece mejores tarifas a cambio de compromisos de permanencia por un periodo específico de tiempo.

Los gastos por operaciones de Eurotel en el ejercicio se han visto incrementados en un 4,8% en moneda local, con un incremento interanual del 6,9% en el cuarto trimestre aislado debido a la mayor actividad comercial del periodo.

Los gastos de personal constituyen el mayor contribuidor a la evolución de estos gastos, viéndose incrementados en un 27,2% en moneda local en el ejercicio como resultado de la ocurrencia de hechos extraordinarios que fueron ya registrados en el segundo trimestre.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Eurotel alcanzó los 431,6 millones de euros en el ejercicio, con un descenso del 5,5% en moneda local, habiendo disminuido su margen en 3,4 p.p. desde diciembre de 2004 hasta el 42,8%.

El CapEx del negocio de telefonía móvil ascendió a 131,5 millones de euros en el ejercicio, lo que supone un incremento interanual del 19,0% en moneda local, debido fundamentalmente a las inversiones realizadas para el desarrollo de la red UMTS.

Otros Negocios

Negocio de directorios

Tras la adquisición del 100% del capital de Telinver, líder del mercado de directorios en Argentina, por un valor de compañía de 74 millones de dólares estadounidenses, el Grupo TPI consolida en sus cuentas las operaciones de Telinver durante los meses de noviembre y diciembre 2005. Así mismo, y tras la entrada en el mercado de información telefónica en Italia, se incluyen en los resultados del Grupo las cuentas provenientes de este negocio desde el 1 de octubre de 2005.

La evolución del servicio de información telefónica en Italia, en los tres primeros meses de operación, ha sido satisfactoria, en cuanto al número de llamadas recibidas, reflejo de la excelente acogida de la campaña de publicidad desplegada.

Durante el año 2005, los ingresos del Grupo TPI crecieron un 9,7% hasta 651,6 millones de euros. El OIBDA fue de 219,3 millones de euros, un 8,7% superior al obtenido en 2004. El resultado neto alcanza los 126,9 millones de euros, lo que supone un aumento del 10,3%. Estos resultados vienen explicados por:

- El crecimiento de los ingresos publicitarios del 6,9% hasta un total de 544,3 millones de euros.
- El buen comportamiento de los ingresos totales de tráfico telefónico que crecen un 39,3% hasta 65,3 millones de euros gracias a la positiva evolución de los

Negocio de directorios Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	660,5	616,4	7,1	190,1	166,5	14,2
Trabajos para inmovilizado ¹	0,5	0,0	n.s.	0,5	0,0	n.s.
Gastos por operaciones	(413,4)	(375,4)	10,1	(123,2)	(108,8)	13,2
Otros ingresos (gastos) netos	(26,4)	(33,7)	(21,7)	(8,0)	(11,7)	(31,3)
Resultado de enajenación de activos	(0,3)	(0,4)	(41,4)	(0,0)	(0,0)	(33,3)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(0,9)	(2,1)	(59,0)	(1,4)	0,0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	220,0	204,8	7,4	57,9	46,0	25,9
Amortizaciones de inmovilizado	(24,0)	(23,8)	0,8	(6,3)	(7,5)	(16,4)
Resultado operativo (OI)	196,0	181,0	8,3	51,7	38,5	34,1
Resultado particip. puestas en equivalencia	(0,0)	(0,4)	(87,7)	0,0	(0,1)	c.s.
Resultados financieros	(6,7)	(5,7)	17,8	(2,0)	(1,7)	17,9
Resultado antes de impuestos	189,3	175,0	8,2	49,7	36,7	35,2
Impuesto de Sociedades	(63,4)	(60,2)	5,5	(17,6)	(14,1)	25,2
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	125,8	114,8	9,6	32,0	22,7	41,3
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	0,0	0,5	n.s.	(0,0)	(0,1)	(66,1)
Resultado neto	125,8	115,3	9,1	32,0	22,6	41,6

¹ Incluye obra en curso.

números de información telefónica en España, así como al tráfico proveniente de Italia.

- La positiva evolución de los ingresos operadora que muestran un crecimiento de 6,3% hasta 39,9 millones de euros.

Europa¹ disminuye su contribución a los ingresos totales en 2 p.p. hasta el 79% debido principalmente a la apreciación de las monedas latinoamericanas respecto al euro, así como a la consolidación de las cuentas de Telinver desde noviembre 2005. La contribución al OIBDA del Grupo TPI se mantiene prácticamente estable con respecto al año 2004, siendo del 87%.

En Europa¹ los ingresos crecen un 6,1% hasta los 515,1 millones de euros, debido fundamentalmente:

- El crecimiento del producto papel de 2,4% hasta 421,3 millones de euros.
- Buen comportamiento de los ingresos de Internet que crecen un 20,1% hasta 34,0 millones de euros, y de los ingresos publicitarios asociados a los servicios de información telefónica que mejoran un 14,6% hasta 4,8 millones de euros.
- Los ingresos por tráfico telefónico aumentan un 39,3% hasta 64,8 millones de euros.

El OIBDA² generado en Europa crece un 9,0% hasta 190,6 millones de euros, gracias al buen comportamiento de los ingresos y a la contención de costes. El margen de OIBDA mejora 1,0 p.p., hasta el 37,0%.

La evolución en Latinoamérica, que aporta un 21% de los ingresos y el 13% del OIBDA, ha sido la siguiente:

- Los ingresos totales de Publiguías ceden un 4,4% en moneda local (+4,2% en euros). El OIBDA cae un 29,5% en moneda local (-23,1% en euros). Esta evolución es consecuencia tanto del aumento de la competencia, como del proceso de depuración de la cartera de clientes para reducir los niveles de insolvencia, iniciado a principios de año.
- TPI Perú incrementa los ingresos totales un 6,8% en moneda local hasta 33,9 millones de euros, y aporta 7,6 millones de euros al OIBDA consolidado de Grupo.
- Los ingresos publicitarios de TPI Brasil crecen un 10,3% en moneda local durante el año hasta 17,15 millones de euros y el OIBDA mejora un 56,9% en moneda local hasta -2,5 millones de euros.
- Argentina obtuvo durante los meses de noviembre y diciembre 2005 unos ingresos de 17,45 millones de euros y un OIBDA de 5,18 millones de euros. Estos resultados no son extrapolables al año completo debido a las diferencias de márgenes existentes en las guías publicadas a lo largo del año. Asimismo, estos resultados no recogen el efecto del marco contractual negociado con TASA, que se empezará a aplicar desde comienzos del año 2006.

Con estos resultados, TPI supera las previsiones facilitadas en términos de ingresos (+5,5%/6,5%), y se sitúa en la parte

alta del rango en términos de OIBDA (+7%/8%). A tipos de cambio constante, los ingresos y el OIBDA crecieron ambos un 7,8%.

El Consejo de Administración propondrá a la Junta General de Accionistas el reparto de un dividendo de 0,40 euros por acción, lo que supone un incremento del 33,3% respecto al distribuido con cargo a los resultados de 2004. Este dividendo representa un 114% del beneficio neto del Grupo, y un 123% del beneficio neto de Telefónica Publicidad e Información, S.A. La rentabilidad por dividendo se sitúa en un 4,8%.

En el conjunto del negocio de directorios del Grupo Telefónica, que incluye Telinver en el conjunto de los doce meses, tanto de 2004 como de 2005, el importe neto de la cifra de negocios alcanza la cifra de 660,5 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 7,1% respecto al mismo periodo del año anterior. El OIBDA, por su parte, mejora en un 7,4% en el periodo, hasta situarse en 220,0 millones de euros.

¹ Europa incluye TPI, S.A., TPI Edita, TPI Direct, Edinet Europa, 11888 SCT y 1288 SCT² El OIBDA ajustado no incluye las provisiones de cartera dotadas por sus filiales ni los resultados obtenidos por operaciones de capital de las mismas.

Grupo TPI - Páginas Amarillas: Datos Operativos de Europa

Datos no auditados

	enero diciembre		
	2005	2004	% Var
Libros publicados			
Páginas Amarillas*	124	110	
Páginas Blancas	58	60	
Desglose de Ingresos ¹ (Millones de euros)	515,1	485,3	6,1
Publicitarios	421,3	411,3	2,4
Editorial	378,5	374,6	1,1
Páginas Amarillas	296,0	296,3	(0,1)
Páginas Blancas	70,6	69,1	2,2
Otros ingresos papel	11,9	9,2	29,6
Internet	34,0	28,3	20,1
Servicios de Información Telefónica	4,8	4,2	14,6
Otros	4,1	4,3	(4,9)
Tráfico telefónico	64,8	46,6	39,3
Operadora	26,0	24,9	4,4
Otros	2,9	2,6	13,7

* Incluye desglose residencial/empresas y las guías de bolsillo.

¹ TPI Europa incluye los resultados de las sociedades Telefónica Publicidad e Información S.A., TPI Edita, TPI Direct y Edinet Europa, 11888 Servicio de Consulta Telefónica, S.A.U., Servicio di Consultaciones Telefonica, S.R.L.

Grupo TPI - Páginas Amarillas: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	651,6	594,2	9,7	188,9	151,4	24,8
Trabajos para inmovilizado ¹	0,5	0,0	n.s.	0,5	0,0	n.s.
Gastos por operaciones	(405,5)	(360,7)	12,4	(122,1)	(98,9)	23,4
Otros ingresos (gastos) netos	(26,2)	(29,2)	(10,4)	(8,0)	(8,9)	(10,1)
Resultado de enajenación de activos	(0,3)	(0,4)	(41,4)	(0,0)	(0,0)	(33,3)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(0,9)	(2,1)	(59,0)	(1,4)	0,0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	219,3	201,8	8,7	57,8	43,5	32,9
Amortizaciones de inmovilizado	(23,6)	(23,2)	1,4	(6,2)	(7,5)	(17,0)
Resultado operativo (OI)	195,7	178,6	9,6	51,6	36,0	43,3
Resultado particip. puestas en equivalencia	(0,0)	(0,4)	(87,7)	0,0	(0,1)	c.s.
Resultados financieros	(5,3)	(2,0)	162,4	(2,0)	(0,9)	116,1
Resultado antes de impuestos	190,4	176,2	8,0	49,7	35,0	41,8
Impuesto de Sociedades	(63,4)	(61,7)	2,9	(17,6)	(15,6)	13,2
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	126,9	114,5	10,8	32,0	19,5	64,6
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	0,0	0,5	n.s.	0,0	(0,0)	n.s.
Resultado neto	126,9	115,1	10,3	32,0	19,5	64,6

¹ Incluye obra en curso.

Grupo Atento: Resultados Consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	856,5	606,5	41,2	247,9	174,3	42,2
Trabajos para inmovilizado ¹	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Gastos por operaciones	(741,5)	(522,3)	42,0	(213,6)	(150,4)	42,0
Otros ingresos (gastos) netos	1,4	1,1	23,6	(0,6)	0,3	c.s.
Resultado de enajenación de activos	0,0	(0,3)	c.s.	0,0	0,1	(73,1)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	116,4	85,1	36,7	33,8	24,3	38,8
Amortizaciones de inmovilizado	(27,9)	(33,7)	(17,3)	(7,2)	(7,6)	(5,0)
Resultado operativo (OI)	88,5	51,4	72,1	26,6	16,8	58,5
Resultado particip. puestas en equivalencia	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados financieros	(20,2)	(10,5)	93,0	(7,1)	(4,3)	65,9
Resultado antes de impuestos	68,2	40,9	66,7	19,5	12,5	55,9
Impuesto de Sociedades	(16,6)	(6,8)	143,5	(1,8)	(4,5)	(60,1)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	51,6	34,1	51,3	17,7	8,0	120,2
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	(0,1)	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(3,4)	(1,7)	99,4	(1,1)	(0,6)	92,0
Resultado neto	48,2	32,3	49,3	16,6	7,5	122,3

¹ Incluye obra en curso.

Grupo Atento

2005 ha supuesto un año de fuerte crecimiento en las distintas líneas de actividad del grupo Atento y un aumento del resultado neto. Los clientes que más han contribuido a ello en el conjunto del ejercicio, han sido los siguientes:

- En Brasil, el incremento en ventas con Vivo, Sera, Speedy, Atento ao Cliente, el inicio de operaciones con el Banco IBI y crecimientos de clientes de segmento financiero (UBB, Bradesco, Redecard, Losango).
- En España, los servicios con Gas Natural y el incremento de actividad de Telefónica.
- En México, el incremento de actividad con el BBVA y US Airways.
- En Chile, el incremento de actividad con Telefónica CTC, movistar, VTR e Interamericana.
- En Argentina, por el inicio de operaciones con movistar.
- En Puerto Rico, el crecimiento con SunCom.
- En Venezuela, crecimiento de ventas con CANTV y movistar.

Los ingresos por operaciones han aumentado un 41,2% respecto del año anterior, hasta alcanzar los 856,5 millones de euros. En este ejercicio, todas las operaciones de Atento han aumentado sus ventas, salvo Atento Marruecos. Destaca especialmente Atento Brasil, con un crecimiento del 52,7% de su negocio a lo largo del año 2005. Su facturación en euros le sitúa como la mayor operación del grupo, con un peso del 35,5% sobre el total del

grupo Atento. Las ventas en España, por su parte, representan un 34,2% de la facturación, habiendo crecido en un 22,2% respecto al año 2004. Otros países como Argentina, Centroamérica, Colombia, México y Venezuela presentan crecimientos en sus ingresos superiores al 50%.

Los clientes externos al Grupo Telefónica han vuelto a aumentar su peso en el conjunto de los ingresos totales de Atento hasta alcanzar el 44,8%, 0,7 p.p. más que en el ejercicio anterior. Al cierre de 2005, el grupo Atento presta servicio a más de 400 empresas y ha continuado aumentando la diversificación y la especialización en los sectores financiero, telecomunicaciones, gran consumo, energía, transporte y turismo y organismos gubernamentales.

Los gastos por operaciones han presentado un crecimiento interanual del 42,0% hasta alcanzar los 741,5 millones de euros, siendo los gastos de personal los que presentan un impacto mayor en esta subida (+44%) como consecuencia de la mayor actividad desarrollada en el año.

El OIBDA del grupo Atento en el año 2005 asciende a 116,4 millones de euros, con un aumento del 36,7% frente a los 85,1 millones de euros obtenidos en el año 2004. La presión a la baja de los precios que se ha producido durante todo el ejercicio 2005 ha supuesto un deterioro de los márgenes operativos generalizado en todo el sector que Atento ha podido afrontar gracias a una mayor optimización de los costes y un crecimiento de escala, situando el margen OIBDA en un 13,6%, 0,4 p.p inferior al de 2004.

El resultado operativo ha alcanzado los 88,5 millones de euros, un 72,1% más que en el ejercicio anterior, apoyado por la tendencia decreciente de las amortizaciones debido a la madurez alcanzada en las operaciones.

El beneficio neto del grupo Atento vuelve a ser positivo por segundo año consecutivo, alcanzando la cifra de 48,2 millones de euros, 15,9 millones de euros más que hace un año.

A nivel operativo, el grupo Atento contaba a 31 de diciembre 2005 con 39.705 posiciones construidas, un 29,9% más que en el ejercicio 2004. Las posiciones ocupadas promedio del ejercicio 2004 alcanzan 30.247 mejorando muy significativamente el nivel de ocupación alcanzado en el 2004 (80% vs. 75% en 2004).

El CapEx en el ejercicio 2005 asciende a 42,9 millones de euros vs. 22,8 millones de euros en 2004 y la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) crece un 17,7% hasta 73,4 millones de euros.

Negocio de contenidos y media Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2005	2004	% Var	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	1.269,1	1.219,1	4,1	390,3	387,2	0,8
Trabajos para inmovilizado ¹	0,0	0,2	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Gastos por operaciones	(1.052,2)	(1.049,1)	0,3	(324,8)	(344,0)	(5,6)
Otros ingresos (gastos) netos	5,7	10,5	(45,7)	(2,7)	11,6	c.s.
Resultado de enajenación de activos	47,5	6,9	n.s.	40,0	1,9	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(0,8)	(2,6)	(69,0)	(0,7)	(0,1)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	269,2	185,0	45,5	102,1	56,6	80,2
Amortizaciones de inmovilizado	(28,9)	(28,9)	0,1	(8,4)	(9,3)	(9,6)
Resultado operativo (OI)	240,3	156,2	53,9	93,7	47,3	97,8
Resultado particip. puestas en equivalencia	(6,4)	(34,2)	(81,2)	(1,3)	(10,8)	(87,6)
Resultados financieros	(96,7)	(121,6)	(20,5)	(93,0)	(96,7)	(3,9)
Resultado antes de impuestos	137,2	0,4	n.s.	(0,6)	(60,2)	(99,0)
Impuesto de Sociedades	(49,2)	(35,9)	37,0	(2,9)	20,4	c.s.
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	88,0	(35,6)	n.s.	(3,5)	(39,8)	(91,2)
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	0,0	n.s.	0,0	0,0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(9,1)	(5,0)	82,8	(4,9)	(1,6)	197,3
Resultado neto	78,8	(40,6)	c.s.	(8,4)	(41,5)	(79,8)

¹ Incluye obra en curso.

Negocio de contenidos y media

El negocio de Contenidos y Media ha obtenido al cierre del cuarto trimestre de 2005 un importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 1.269,1 millones de euros, un 4,1% por encima de la cifra alcanzada en el mismo periodo del ejercicio anterior. Este incremento tiene su origen fundamentalmente en el mejor comportamiento tanto de la productora Endemol como del grupo ATCO en este cuarto trimestre, compensando totalmente los menores ingresos derivados de los cambios en el perímetro de consolidación.

El resultado operativo antes de amortizaciones consolidado (OIBDA) en el período enero-diciembre asciende a 269,2 millones de euros, frente a los 185,0 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del ejercicio 2004. Esto representa un crecimiento en el año 2005 del 45,5%, motivado fundamentalmente por la evolución positiva de los resultados de todas las líneas de negocios, los ingresos obtenidos por la salida a bolsa del 25% de la sociedad Endemol N.V. y por la venta del negocio de la radio en ATCO.

ENDEMOL NV

La compañía, que estrena cotización en el mercado de Ámsterdam, ha presentado en 2005 un crecimiento de sus ingresos del 5,8%, hasta alcanzar los 900,1 millones de euros. De esta cifra, los ingresos procedentes por nuevas adquisiciones ascienden a 10,5 millones de euros, siendo orgánico el resto del crecimiento presentado.

El crecimiento de los ingresos se ha producido en todos los países en los que opera Endemol NV, con un comportamiento especialmente notable en los mercados español, británico y resto del mundo, lo que ha venido a contribuir a una mayor diversificación de los ingresos del Grupo, así como un mayor peso relativo de los ingresos procedentes de otros formatos distintos del non-scripted (scripted y digital), que alcanzan ya el 23,3% del total, comparado con el 21,4% que representaron en 2004.

El EBITDA reportado por Endemol NV se sitúa en 152,8 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 15,4% respecto al año anterior y sitúa el margen en un 17%, 1,4 p.p. superior al de 2004. El buen comportamiento operativo de la Compañía se explica por el crecimiento de sus ingresos y el buen comportamiento de los costes de producción en EE.UU., tras la sindicación de las cuatro series de Fear Factor, compensado por la menor rentabilidad operativa de algunos de los mercados del resto del mundo en los que más ha crecido proporcionalmente la Compañía.

ATCO

El mercado publicitario en Argentina (regiones de Capital y Gran Buenos Aires) ha experimentado un crecimiento del 21% en el año con respecto al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento contrasta con el registrado en el 2004, del 39%, que reflejaba la recuperación de dicho mercado registrada a lo largo del ejercicio 2004.

En este favorable contexto de mercado, Telefé continúa manteniendo su liderazgo con una audiencia sobre el total de individuos acumulada al cierre de 2005 del 37,9%, muy similar a la registrada en el mismo periodo del ejercicio anterior, seguida de Canal 13, su principal competidor, con una cuota media de pantalla del 24,9%. La cuota de mercado acumulada por Telefé al cierre de 2005 es del 41,2%, 3,7 p.p. inferior a la alcanzada en el mismo periodo del ejercicio anterior, de nuevo seguida por Canal 13, con el 32,1%.

Así, ATCO presenta una mejora en sus resultados económicos respecto del pasado año, gracias tanto al crecimiento del mercado publicitario de Capital y Gran Buenos Aires en el año, como a los buenos resultados de audiencia obtenidos por Telefé que le han permitido incrementar sus ingresos, además de por el beneficio obtenido por la venta de Radio Continental y Radio Estéreo.

Grupo Telefónica Deutschland Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - diciembre		
	2005	2004	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	281,2	290,8	(3,3)
Resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)	(3,1)	(151,7)	(98,0)
Margen OIBDA	(1,1%)	(52,2%)	51,1 p.p.

Grupo Telefónica Deutschland

Telefónica Deutschland ha alcanzado en el ejercicio 2005 un importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 281,2 millones de euros, inferior en un 3,3% al alcanzado en el ejercicio anterior, debido a la reducción de ingresos procedentes de servicios de banda estrecha, no compensados aún por el crecimiento de los negocios de banda ancha.

En el negocio de banda ancha, hay que destacar el incremento en el número de conexiones en régimen de reventa minorista que provee la Compañía a sus Clientes. Con ello, el número total de usuarios de ADSL equivalentes en el mercado alemán supera los 535.000 frente a los más de 481.000 registrados en diciembre de 2004, teniendo como clientes a cuatro de los cinco primeros ISP's en este mercado.

Telefónica Deutschland ha registrado un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) negativo de 3,1 millones de euros en el ejercicio, en comparación con la cifra negativa de 151,7 millones de euros obtenida en el ejercicio anterior asociado fundamentalmente a la cancelación anticipada del fondo de comercio de Telefónica UK.

Anexos

Empresas incluidas en cada Estado Financiero

De acuerdo con lo indicado al inicio de este informe, los resultados del Grupo Telefónica se detallan atendiendo a los negocios en los que el Grupo está presente. Las principales diferencias entre esta visión y la que correspondería a la que se hubiese puesto de manifiesto siguiendo su estructura jurídica, son las siguientes:

- Telefónica, S.A. participa directamente en el capital social de Endemol Entertainment Holding, N.V., que se ha considerado incluido en el Negocio de Contenidos y Media. También se ha incluido en el Negocio de Contenidos y Media los resultados derivados de la participación en Sogecable, S.A., si bien parte de esta inversión depende jurídicamente de Telefónica, S.A.
- Telefónica Holding Argentina, S.A. ostenta un 6,98% de Atlántida de Comunicaciones, S.A. (ATCO), que a estos efectos se considera perteneciente a Telefónica de Contenidos, por lo que el 100% de ATCO se integra en el Negocio de Contenidos y Media.
- Compañía de Telecomunicaciones de Chile, S.A. (CTC), participada por Telefónica en Latinoamérica, realizó la venta de Telefónica Móviles de Chile al Grupo Telefónica Móviles en el tercer trimestre del ejercicio 2004, si bien los resultados de esta compañía fueron asignados al negocio de telefonía celular durante todo el ejercicio 2004.
- El negocio de telefonía celular también recoge el total de la participación del Grupo Telefónica en IPSE 2000 SPA, incluyendo la inversión que jurídicamente depende de Telefónica DataCorp, S.A.
- Telefónica de Argentina (TASA), participada por el Grupo Telefónica en Latinoamérica, vendió su participación correspondiente al 100% del capital de Telinver, S.A. al grupo TPI en el mes de noviembre de 2005, si bien los resultados de esta compañía se han asignado al negocio de directorios durante todo el ejercicio 2004 y 2005, atendiendo a una visión de la actividad de directorios del Grupo Telefónica.
- El Grupo Telefónica Data (denominado "Telefónica Empresas"), que depende jurídicamente de Telefónica, S.A., se segregó a efectos de presentación, pasando a integrarse dentro de las actividades de telefonía fija en Latinoamérica y telefonía fija en España, de acuerdo con las áreas geográficas de actuación de cada participación. Las participaciones que no se circunscribieron a ninguna de estas áreas geográficas pasaron a consolidarse directamente por Telefónica, S.A.. En este sentido, en el tercer trimestre de 2004 se realizó la venta de las participaciones en Telefónica Data España, S.A.U. y Grupo Soluciones a Telefónica de España, S.A.U., si bien los resultados de estas compañías han venido imputándose al negocio de telefonía fija en España desde el inicio del ejercicio 2004.
- Los resultados del Grupo Telefónica International Wholesale Services (TIWS), han sido asignados dentro del Grupo Telefónica en Latinoamérica durante los ejercicios 2004 y 2005, si bien depende jurídicamente de Telefónica, S.A. en un 92,5% y de Telefónica Data Corp, S.A. en un 7,5%.
- Las sociedades Terra Networks España, S.A., Maptel Networks, S.A.U. y Azeler Automoción, S.A. han sido incluidas en el Grupo Telefónica de España con efectos de 1 de julio de 2005; con la misma fecha Terra Networks Chile ha sido incluida en el Grupo Telefónica en Latinoamérica junto con el resto de sociedades latinoamericanas de Terra. A 31 de diciembre de 2005 Terra Networks España está participada directamente por Telefónica, S.A., mientras Maptel Networks y Azeler Automoción están participadas directamente por Terra Networks Asociadas, S.L. Terra Networks Chile fue aportada jurídicamente en el cuarto trimestre de 2005 al Grupo Telefónica en Latinoamérica.

Aviso Legal

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la compañía o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos, a la base de clientes y a su evolución, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Compañía y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma. Las previsiones futuras en este documento pueden ser identificadas en determinados casos, por la utilización de palabras como “expectativas”, “anticipación”, “propósito”, “intención”, “creencia” y de un lenguaje similar o de su correspondiente forma negativa, o por la propia naturaleza de predicción que tienen las cuestiones relativas a las estrategias, planes o intenciones.

Aunque Telefónica cree que estas manifestaciones están basadas en presunciones razonables, dichas intenciones, expectativas o previsiones, por su propia naturaleza, no constituyen garantías de cumplimiento e implican riesgos, incertidumbres así como otros factores de relevancia que podrían determinar que los desarrollos y resultados concretos difieran materialmente de los puestos de manifiesto en estas intenciones, expectativas o previsiones como resultado de diversos factores, la mayoría de los cuales son difíciles de predecir y, en general, quedan fuera del control de Telefónica.

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 accionistas, inversores, y analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Compañía ante los correspondientes organismos supervisores de los mercados de valores y, en particular, ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores española.

La información contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), aunque este documento puede incluir asimismo información financiera que no se encuentra preparada de acuerdo con las NIIF (en adelante, información “Non-GAAP”). Esta información financiera Non-GAAP debe ser considerada de forma adicional, pero no en sustitución de la información preparada de acuerdo con las NIIF. Telefónica ha incluido esta información Non-GAAP porque la dirección de la Compañía utiliza esta información financiera como parte de sus reporte interno y procesos de planificación, así como para valorar la evolución de la Compañía. De acuerdo con lo anterior, Telefónica considera que los accionistas, inversores y analistas pueden encontrar útil esta información. Sin embargo, esta información Non-GAAP no ha sido preparada de acuerdo con las NIIF ni bajo otros principios contables generalmente aceptados, y esta información Non-GAAP, definida y calculada por nosotros, puede ser diferente de otra información financiera publicada por otras compañías bajo esa misma denominación. Por todo ello, se advierte a los accionistas, inversores y analistas que consideren con cautela esta información financiera Non-GAAP.

2004

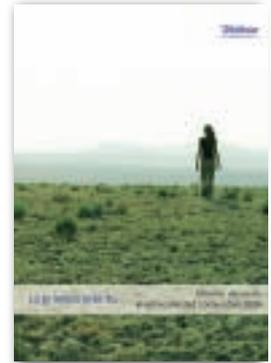
Informe anual y Cuentas Anuales



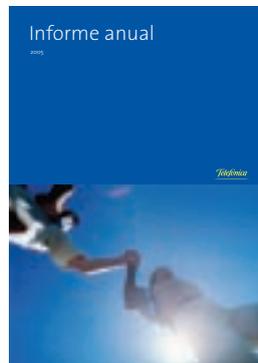
Informe anual de Gobierno Corporativo



Informe anual de Responsabilidad Corporativa



2005



Informe anual



CD Informe anual



Informe Financiero*
Informe Financiero*



Informe anual de Gobierno Corporativo*
Informe anual de Gobierno Corporativo*



Informe anual de Responsabilidad Corporativa Resúmen Ejecutivo*
Informe anual de Responsabilidad Corporativa Resúmen Ejecutivo*

*Documentos incluidos en el CD del Informe anual. También disponibles en versión impresa por separado.

Telefónica, S.A.
Informe anual 2005

El presente informe está disponible en el sitio web de Telefónica en internet: www.telefonica.es

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de este informe al **Servicio de Atención al Accionista** a través del teléfono gratuito **900 111 004** (para España), o por correo electrónico a: accion.telefonica@telefonica.es

Así mismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general la información exigida por la legislación vigente

Edición

Dirección General de Comunicación Corporativa. Telefónica, S. A

Diseño

Addison

Fotografías

Foto del Presidente: José Antonio Rojo
Fotos de empleados: Carlos Bandrés

Impresión:

T.F. Artes Gráficas

Fecha de edición: junio de 2006

Depósito Legal: M-25251-2006

Telefonica

www.telefonica.es

