

Informe Anual

2007

“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación.”

Espíritu de Progreso

Telefónica

Nuestro Cuerpo

Solidez

Liderazgo

Innovación

Escala

Más de **228** millones de accesos de clientes

169 millones de accesos de telefonía móvil

42 millones de accesos de telefonía fija

Más de **10** millones de accesos de Banda Ancha

1,7 millones de accesos de Televisión de pago

Presente en **24** países

Más de **56.400** millones de euros en ingresos

63% de los ingresos proceden de fuera de España

Un beneficio neto superior a **8.900** millones

42% de rentabilidad al accionista en 2007

106.067 millones de euros de capitalización bursátil

8.027 millones de euros de inversiones anuales (CapEx)

Más de **4.350** millones de euros invertidos en I+D+i

Más de **248.000** profesionales

Nuestra Alma

Visión

Valores

Principios

Políticas

36.000 empleados con formación sobre los Principios de Actuación, aprobados en 2006; y en 2008, más de 1.000 proveedores serán evaluados por la Normativa de Extensión de los Principios a la Cadena de Suministro

Cerca de **90** millones de euros en acción social y cultural con más de **39,8** millones de personas beneficiadas por las iniciativas de 2007

Unos **19.000** empleados son Voluntarios Telefónica

Más de **50.000** niños apartados del trabajo infantil y escolarizados en América Latina gracias al programa Proniño

Un **6,84** (sobre 10) de Índice de Satisfacción al Cliente a cierre de 2007

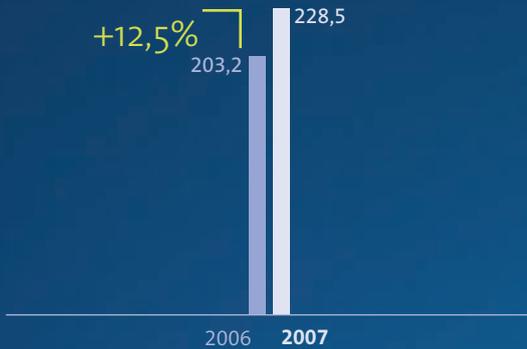
Un **65%** de índice de satisfacción del empleado

Más del **50%** de empresas móviles certificadas ambientalmente conforme a la ISO 14.001

ACCESOS TOTALES

Millones

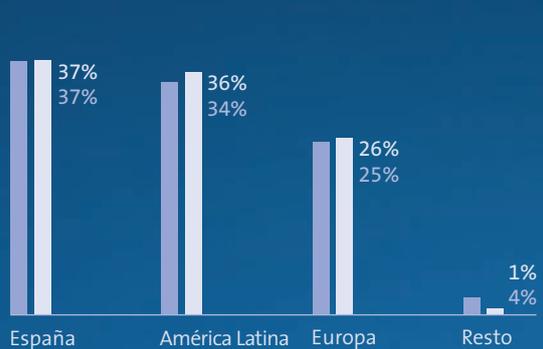
■ Dic 2007
■ Dic 2006



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS POR NEGOCIO

Porcentaje

■ 2007
■ 2006



Geografía

Ofrece servicios en 20 países y tiene presencia indirecta en otros cuatro

Telefónica está presente en 24 países

Por geografías, Telefónica tiene el perfil más equilibrado de todos los operadores de telecomunicaciones, ya que los países externos al mercado doméstico contribuyen un 63% a los ingresos consolidados del Grupo.

En 2007, Telefónica puso en práctica su modelo de organización regional centrado en tres grandes regiones geográficas: España, América Latina y Europa.



Clientes

Más de 228 millones de accesos de clientes en 2007

Telefónica es el mayor operador integrado del mundo por número de accesos de clientes

Telefónica cerró el pasado ejercicio con más de 228 millones de accesos de clientes y un crecimiento interanual del 12,5%, gracias al elevado ritmo de actividad comercial.

El principal aumento de clientes se produjo en los servicios de Banda Ancha, telefonía móvil y Televisión de pago. Por regiones, América Latina presentó un mayor crecimiento, el 16,9% interanual.



Valor de la Compañía

106.067 millones de euros de capitalización bursátil

La rentabilidad para el accionista se situó en el 42% en 2007

Durante el año 2007, el Grupo Telefónica se consolidó como la operadora europea incumbente que ofrece el mejor crecimiento y rentabilidad al accionista de la industria; y ocupó la cuarta posición del ranking mundial de operadoras de telecomunicaciones por capitalización bursátil.

El beneficio por acción aumentó un 43,5% durante el ejercicio, hasta 1,872 euros por título, sumando así catorce trimestres de crecimiento ininterrumpido.

La acción de Telefónica registró una revalorización del 37,8%, superior al 14,6% del sector de referencia en Europa (DJ Stoxx Telecomunicaciones), al 7,3% del Ibex-35 y al 6,8% del Eurostoxx-50.



Resultados

Mejóro en todos los parámetros

Telefónica logró un nuevo récord de resultados en 2007, con un beneficio neto de 8.906 millones

La Compañía cumplió un año más con todos sus objetivos financieros fijados para el ejercicio, y fue la operadora integrada que generó mayor beneficio neto a nivel mundial.

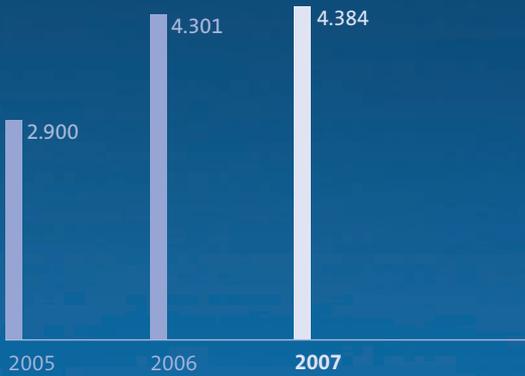
El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2007 alcanzó los 56.441 millones de euros, con un incremento interanual del 6,7%.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanzó los 22.825 millones de euros y el margen sobre ingresos se situó en el 40,4%.

La inversión (CapEx) se situó en 8.027 millones de euros. Además, el flujo de caja operativo ascendió a 14.797 millones de euros, un 33% más que en 2006; y redujo los niveles de deuda en 6.861 millones.

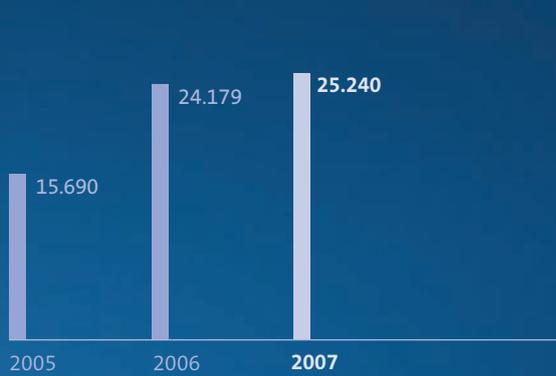
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Millones de euros



VOLUMEN DE COMPRAS

Millones de euros



Empleados

Da trabajo, directa e indirectamente, a más de medio millón de personas

Telefónica genera empleo directo para más de 248.000 profesionales

Por regiones, América Latina representa un 66% de la plantilla física total. España es, con un 22%, la segunda región por tamaño, y Europa constituye el 12%.

Atento, con más de 123.000 profesionales, es la Compañía que aporta un mayor número de profesionales al Grupo Telefónica.



Innovación

Invirtió 594 millones de euros en I+D

Telefónica dedicó más de 4.350 millones de euros a Innovación Tecnológica

El pasado año, Telefónica fue el cuarto operador mundial por esfuerzo inversor en I+D, según los criterios de la OCDE, y la primera empresa española por este concepto.

Basó su labor en una red de innovación abierta, que cuenta con el apoyo de los negocios del Grupo, y un programa de Innovación Corporativa fortalecido por Telefónica I+D. Además, participó en 190 proyectos promovidos por Administraciones Públicas españolas y europeas, y colaboró con 920 instituciones.

La Compañía lanzó más de 600 productos y servicios el pasado año en todo el mundo.



Infraestructuras

La transformación de la red continuó con la fibra óptica y las tecnologías 3G y 3,5G

Telefónica ofrece servicios móviles a través de 80.499 estaciones base

Telefónica comenzó a introducir fibra óptica en el hogar (FTTH), siendo pionera en este aspecto. Respecto a los accesos móviles, se avanzó para generalizar en todas las operadoras las tecnologías 3G y 3,5G para ofrecer así mayor capacidad en las conexiones de datos móviles. Al cierre de 2007, el Grupo contaba con 80.499 estaciones base.

En 2007, Telefónica continuó su proceso para extender las arquitecturas convergentes fijo-móvil, para poder potenciar así los servicios convergentes. Los trabajos se centraron en España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Reino Unido, Alemania y República Checa.



Proveedores

España y Brasil, los países con mayor volumen de compra

Telefónica adjudicó más de 25.000 millones de euros a sus proveedores

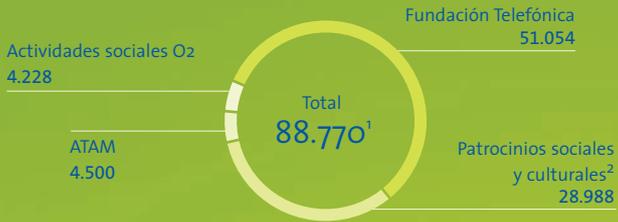
El total de proveedores adjudicatarios en 2007 superó los 28.000.

La mayor partida fue la categoría de "Servicios y Obras" que, junto con "Productos de Mercado" (que incluye los terminales móviles) e "Infraestructura de Redes" suponen más del 80% de las compras. La parte restante se distribuyó entre "Sistemas de Información", "Publicidad y Marketing" y "Contenidos".

La negociación electrónica alcanzó el 87% del importe de compra en las operadoras de España y América, en más de 33.000 procesos de negociación, de los cuales más de 4.100 correspondieron a subastas electrónicas.

ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE TELEFÓNICA

Miles de euros



¹ De acuerdo con la metodología LBG.

² Se considera patrocinios sociales y culturales todos los que tienen un impacto positivo en la sociedad, la cultura y el arte de acuerdo a LBG.



Principios de Actuación

La formación llegará a más del 80% de la plantilla en 2008

36.000 empleados del Grupo Telefónica ya han recibido formación sobre los Principios de Actuación

Telefónica aprobó en 2006 los Principios de Actuación. Durante el año 2007, y tras su aprobación por el Consejo de Administración, el 81% de las empresas y filiales del Grupo ratificaron los Principios de Actuación.

Sobre la base de la Visión y de los Principios de Actuación, la Compañía está construyendo una nueva cultura corporativa.

Así, en 2007 se aprobaron la Norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro y la Norma de Compras a Proveedores Sociales. Y para apoyar la implantación de los Principios, se realizaron acciones de comunicación interna.



Acción Social y Cultural

Con Fundación Telefónica como principal motor

Telefónica destinó cerca de 90 millones de euros a iniciativas de acción social y cultural durante 2007

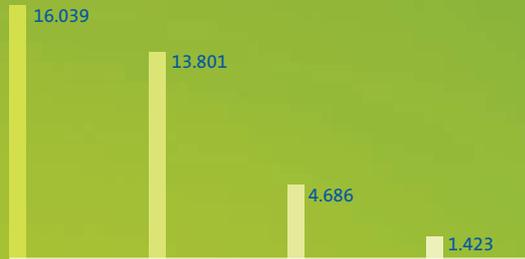
Con el fin de medir y evaluar mejor su acción social, Telefónica adoptó el año pasado la metodología internacional LBG, que cuantifica y suma las aportaciones de la compañía, los costes de gestión, el tiempo dedicado por los empleados y las contribuciones en especie.

Fundación Telefónica destinó 51,1 millones a más de 700 proyectos, que beneficiaron a 39,8 millones de personas, a través fundamentalmente de estos programas: Proniño (dirigido a erradicar el trabajo infantil en América Latina); EducaRed (orientado a mejorar la educación mediante las nuevas tecnologías); Voluntarios Telefónica; Fórum (iniciativa para generar conocimiento en el entorno de la Sociedad de la Información); y Arte y Tecnología.

También destacan los 13 millones de euros dirigidos a favorecer la integración de personas con discapacidad a través de ATAM.

EMPLEADOS CON FORMACIÓN SOBRE LOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

- Negocio Telefónica Latinoamérica
- Negocio Telefónica O2 Europa
- Negocio Telefónica España
- Otros Negocios



Nota: No incluye Atento, ya que dispone de diferentes planes de formación sobre los Principios de Actuación dirigidos a los teleoperadores.



Responsabilidad Corporativa

Incluida en los principales índices: DJSI y FTSE4good

Telefónica publicó 14 Informes de Responsabilidad Corporativa en 17 de sus operaciones

Para extender sus Principios de Actuación a la cadena de suministro, diseñó un modelo que incluye la autoevaluación en criterios de RC de los propios proveedores. Más de 1.000 serán evaluados en 2008.

La Compañía creó en 2007 una Dirección Corporativa de Medio Ambiente, así como Comisiones Regionales para ejecutar un Plan de Acción Medioambiental 2008-2012. Además, realizó 15.167 mediciones de los niveles de emisión radioeléctrica e invirtió más de 5,2 millones para minimizar el impacto visual de sus infraestructuras.

Telefónica lanzó una estrategia para luchar contra el cambio climático, que contempla acciones tanto internas como relacionadas con los servicios que ofrece a los clientes.



Inclusión digital

Para contribuir a la reducción de la brecha digital

Telefónica invierte en infraestructuras, servicios adaptados a bajas rentas y personas con discapacidad

En 2007, la contribución neta de la compañía a la universalización de los servicios de telecomunicaciones fue de 161 millones de euros en América Latina.

A finales de 2007, más del 81% de nuestros 102 millones de clientes de servicios móviles en América Latina utilizaban productos prepago. Además, la cifra de líneas fijas prepago y de control del consumo, superó los 6 millones, lo que representa el 25,9% de nuestra planta de accesos fijos en América Latina.

Telefónica mejoró su Normativa Telefónica Accesible, que fija criterios mínimos de accesibilidad en 13 ámbitos; comenzó su difusión interna, e inició su aplicación en los ámbitos de accesibilidad web, terminales telefónicos, tiendas y atención al cliente.

Contribución al progreso

ESPAÑA	IMPACTO ECONÓMICO	INGRESOS/PIB	MAGNITUDES
ESPAÑA	Ingresos 20.806 Pagos: 7.413, 3.711, 2.635, 2.381	2,0%	Empleados 53.300 Proveedores 4.065 (87,7%) Accesos 46.374
LATINOAMÉRICA			
ARGENTINA	Ingresos 2.368 Pagos: 905, 413, 470, 289	1,3%	Empleados 21.493 Proveedores 1.451 (95%) Accesos 19.471
BRASIL	Ingresos 8.139 Pagos: 4.117, 936, 3.519, 1.087	0,9%	Empleados 75.839 Proveedores 3.231 (99,2%) Accesos 49.000
CENTROAMÉRICA	Ingresos 587 Pagos: 300, 54, 78, 133	1,2%	Empleados 5.786 Proveedores 2.005 (68,3%) Accesos 5.425
CHILE	Ingresos 1.825 Pagos: 988, 231, 248, 418	1,6%	Empleados 14.613 Proveedores 1.728 (90,7%) Accesos 9.377
COLOMBIA	Ingresos 1.585 Pagos: 836, 128, 302, 360	1,3%	Empleados 6.369 Proveedores 1.430 (89,4%) Accesos 10.974
ECUADOR	Ingresos 281 Pagos: 173, 24, 48, 60	0,9%	Empleados 773 Proveedores 390 (80%) Accesos 2.582
MÉXICO	Ingresos 1.571 Pagos: 1.002, 167, 120, 230	0,2%	Empleados 16.889 Proveedores 1.111 (93,4%) Accesos 12.538
PERÚ	Ingresos 1.506 Pagos: 834, 309, 378, 281	2,0%	Empleados 14.554 Proveedores 2.143 (89,8%) Accesos 12.174
URUGUAY	Ingresos 111 Pagos: 94, 7, 0,3, 15	0,7%	Empleados 250 Proveedores 445 (72,8%) Accesos 1.148
VENEZUELA	Ingresos 2.430 Pagos: 961, 135, 652, 370	1,5%	Empleados 6.873 Proveedores 1.130 (89%) Accesos 10.430
EUROPA			
ALEMANIA	Ingresos 3.560 Pagos: 1.539, 466, 29, 850	0,1%	Empleados 5.101 Proveedores 2.179 (94%) Accesos 13.142
IRLANDA	Ingresos 966 Pagos: 365, 108, 114, 117	0,5%	Empleados 1.617 Proveedores 824 (92,5%) Accesos 1.646
REINO UNIDO	Ingresos 7.792 Pagos: 5.280, 780, 597, 832	0,4%	Empleados 13.221 Proveedores 7.240 (98,6%) Accesos 18.453
REPÚBLICA CHECA Incluye Eslovaquia	Ingresos 2.233 Pagos: 373, 255, 438, 281	1,8%	Empleados 9.049 Proveedores 481 (87,2%) Accesos 8.517

Compras Salarios Impuestos Inversión

Nota:

Ingresos, gastos de personal, pago de impuestos en el país, compras e inversiones (Capex) en millones de euros.

Ingresos correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.

Empleos: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2007).

Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2007.

El % entre paréntesis representa el % adjudicado a proveedores locales (porcentaje de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de adjudicaciones, basado en el volumen de adjudicación).

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

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 (Fuente FMI).



Carta del Presidente	4
Descripción del Grupo	8
Estructura del Grupo	9
Consejo de Administración	10
Equipo directivo	11

Nuestro Cuerpo

Países	14
Clientes	16
Valor de la Acción	18
Resultados	20
Compromisos con inversores 2007-2010	22
Cash Flow Social	24
Empleados	26
Innovación	28
Infraestructuras de Red	30
Productos y Servicios	32
Proveedores	34

Nuestra Alma

Principios de Actuación	38
Satisfacción de Empleados	40
Satisfacción de Clientes	41
Gobierno Corporativo y Transparencia	42
Generaciones Interactivas y Protección del Menor	44
Cambio Climático	45
Medio Ambiente	46
Despliegue Responsable de Red	47
Acción Social y Cultural	48

Nuestro Sector

Un Sector Dinámico	56
Posición de Telefónica	60
Liderar el Progreso	62
Inclusión Digital	66

Nuestros Resultados

Resultados	70
Gestión de Riesgos	126

Historia	136
Cronología	140



Carta del Presidente

Cesar Alierta

Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.

Estimado accionista,

Es para mí una gran satisfacción poder presentar en esta carta un breve balance de la gestión de Telefónica durante el ejercicio 2007. En este año se ha logrado un nuevo récord histórico de resultados que demuestran, una vez más, el perfil diferencial de nuestra Compañía, su capacidad de ejecución y su visión dentro del sector de las telecomunicaciones, un sector en pleno crecimiento.

Además, quiero aprovechar esta oportunidad para compartir con usted nuestra ambición de seguir superándonos, para mantener e incluso ampliar el liderazgo de Telefónica, y compartir las grandes oportunidades que nos brinda el nuevo entorno digital.

Los mejores resultados de nuestra historia

2007 ha sido un año histórico para la Compañía. En este ejercicio, el beneficio neto aumentó un 43% hasta alcanzar el récord de 8.906 millones de euros, lo que sitúa a Telefónica como la operadora integrada con mayor beneficio neto a nivel mundial. Al mismo tiempo, el beneficio por acción creció un 43,5% en 2007, situándose en 1,872 euros, y sumando ya catorce trimestres de crecimiento ininterrumpido.

Este crecimiento se ha producido en todas las líneas de la cuenta de resultados. Tanto los ingresos como el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) y el resultado operativo (OI) registran en 2007 crecimientos significativos del 6,7%, del 19,3% y del 42,1%, respectivamente.

Los ingresos por operaciones ascendieron en 2007 a 56.441 millones de euros, procediendo el 37% de Telefónica España, el 36% de Telefónica Latinoamérica y el 26% de Telefónica O2 Europa. El crecimiento orgánico de los ingresos, excluyendo los efectos de tipo de cambio y cambios en el perímetro de consolidación, fue del 7,4%, con contribución positiva de todas las unidades de negocio. Telefónica Latinoamérica presentó un crecimiento orgánico interanual de los ingresos del 13,0%, Telefónica España del 4,6% y Telefónica O2 Europa del 4,5%.

Esta evolución pone de manifiesto el potencial de crecimiento orgánico de Telefónica, el alto valor de la diversificación por geografías y negocios, y la eficiente estructura de costes.

Asimismo, el avance en la gestión integrada de nuestros negocios se ha traducido en la generación de más de 1.600 millones de euros en sinergias durante el ejercicio.

De esta forma, la positiva evolución de las operaciones en 2007 nos ha permitido incrementar el flujo de caja operativo (OIBDA-Capex) en un 33% hasta alcanzar 14.797 millones de euros.

El fuerte crecimiento de nuestros resultados se fundamenta, sobre todo, en un incremento muy positivo de nuestra base de clientes del 12,5%, impulsado por los accesos móviles y la banda ancha, hasta alcanzar prácticamente los 229 millones de accesos.

A finales de 2007 contábamos con 169,2 millones de clientes de telefonía móvil, 10,3 millones de clientes de banda ancha minorista y 1,7 millones de clientes de televisión de pago, que registraron crecimientos en 2007 del 16,6%, 28,9% y 64,3%, respectivamente.

En definitiva, los resultados conseguidos demuestran que somos una compañía de crecimiento, con una escala global y enfoque regional y local, y con una credibilidad contrastada por el cumplimiento recurrente de todos nuestros compromisos con el mercado.

Reforzamos la retribución a nuestros accionistas

En el ejercicio 2007, Telefónica ha finalizado el programa de recompra de acciones propias para su cancelación por 2.700 millones de euros, y se ha propuesto el reparto de un dividendo por acción de 0,75 euros, lo que supone un aumento del dividendo del 25% respecto al del ejercicio anterior.

Además, la favorable evolución de nuestros negocios nos permite reforzar la política de retribución a nuestros accionistas para 2008. En consecuencia, el pasado mes de octubre de 2007, propusimos la distribución de un dividendo de 1,0 euro por acción con cargo al ejercicio 2008, lo que supone un incremento del 33% respecto al del ejercicio anterior y, a cuyo efecto se propondrá, en su momento, la adopción de los acuerdos societarios oportunos. De esta forma la Compañía adelanta el compromiso anunciado en mayo de 2006 de duplicar el dividendo para el ejercicio 2009 respecto al de 2005.

Igualmente, se ha lanzado un nuevo programa de recompra de acciones propias, anunciado el 27 de febrero de 2008, por un total de 100 millones de acciones, representativas de aproximadamente el 2,095% del capital social, y que estará vigente durante el ejercicio 2008 y el primer semestre de 2009.

Una vez más demostramos que en Telefónica trabajamos para seguir siendo la mejor opción de inversión del sector, la Compañía mejor capacitada para transformar un elevado crecimiento orgánico en rentabilidad y mayor valor para el accionista.

Telefónica, empresa líder a nivel mundial

Nuestra visión y la efectividad de nuestra ejecución nos han permitido convertirnos en uno de los líderes del sector de telecomunicaciones tanto por tamaño, ritmo de crecimiento y resultados, como por revalorización bursátil y rentabilidad para el accionista. Así, Telefónica:

- Es la primera operadora integrada del mundo por número de clientes, con 229 millones de clientes.
- Es la segunda operadora integrada por valor de activos a nivel mundial, con un valor de 151.351 millones de euros a 31 de diciembre de 2007.
- Es la operadora que mayor crecimiento orgánico de ingresos ha registrado en 2007 entre sus comparables en Europa y Estados Unidos.
- Y es la operadora integrada que ha generado mayor beneficio neto a nivel mundial en 2007.

Nuestra Compañía, con una apreciación de la cotización de su acción del 37,8%, ha disfrutado de la mayor revalorización bursátil en 2007 entre sus comparables de Europa y EEUU, y más que duplica la revalorización anual del Dow Jones Telco, índice de referencia del sector a nivel mundial. En el contexto del mercado español, Telefónica ha aportado el 80% del crecimiento del IBEX 35 en este año.

Y finalmente, Telefónica ha proporcionado la mayor rentabilidad total para el accionista (RTA) de entre sus comparables de Europa y EEUU. en el periodo 2006-2007, con un RTA del 86,1%. Pero, el liderazgo de Telefónica va más allá del sector de telecomunicaciones, ya que en 2007, Telefónica se situaba entre las 50 compañías más grandes del mundo por capitalización bursátil. Telefónica ha conseguido un avance progresivo en este ranking en la última década, pasando de la posición número 198 en 1995, a la número 72 en el año 2000 y a la número 37 a cierre de 2007.

Esta situación de liderazgo actual nos permite afrontar el futuro desde una posición de ventaja, con ambiciones renovadas y una meta clara: seguir siendo líderes en el largo plazo.

Nuestro reto: seguir siendo líderes en el largo plazo

En los próximos años, Telefónica, como líder del sector, va a disponer de grandes oportunidades de crecimiento.

En primer lugar, las telecomunicaciones se extienden y su base de clientes crece, destacando Latinoamérica como la región en la que se esperan mayores crecimientos en el futuro próximo, región en la que Telefónica tiene un posicionamiento sólido.

Asimismo, las oportunidades aumentan porque los clientes tienen más y nuevas necesidades: hay una demanda creciente de personalización de los servicios y de estar “siempre conectados”, en cualquier momento, en cualquier lugar y a través de todo tipo de dispositivo. A lo anterior, se suma la mayor involucración de los clientes en la generación, distribución y promoción de contenidos. En definitiva, los hogares y los negocios son cada vez más digitales y conectados, al igual que el tiempo dedicado al trabajo, a la información o al ocio; y el cliente se ha convertido en el motor del extraordinario potencial de crecimiento del sector.

En Telefónica somos líderes en tecnología y conectividad, contamos con el acceso físico y comercial al cliente, y estamos seguros de que la evolución tecnológica de nuestras redes fijas y móviles nos permitirá satisfacer con excelencia las expectativas de nuestros clientes e introducirles en los beneficios del nuevo entorno digital.

Telefónica tiene frente a sí la posibilidad de capturar gran parte del crecimiento del aumento de accesos y, además, el gran recorrido de los nuevos servicios, aplicaciones, contenidos y modelos de negocio que se van creando en esta nueva etapa del sector.

En este sentido, nuestra confianza en el futuro nos ha permitido comprometernos con los mercados a aumentar fuertemente nuestra base de clientes hasta alcanzar más de 290 millones de clientes a finales de 2010.

Le puedo asegurar que, en los próximos años, seguiremos avanzando en nuestra transformación para asegurar que materializamos las grandes oportunidades que nos brindan las nuevas dinámicas del sector. Para lograr este objetivo vamos a asignar nuestros recursos en los próximos años a cuatro grandes prioridades:

- Ofrecer la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes, transformándonos en una organización que no sólo tiene al cliente como centro, sino que le hace sentir como tal. Para conseguirlo mejoraremos la atención y el servicio, y nuestro entendimiento de las expectativas de nuestros clientes para atender sus necesidades con ofertas segmentadas que les aporten valor.
- Impulsar la innovación, tanto propia como con terceros, como clave para construir nuestro espacio en el nuevo entorno digital, aprovechando al máximo las nuevas oportunidades de crecimiento que éste ofrece.
- Seguir avanzando en la transformación de nuestro modelo operativo, como herramienta imprescindible para ofrecer una oferta integrada excelente y eficiente.

- Y conseguir que Telefónica se convierta en el mejor lugar para trabajar, capaz de atraer y retener el mejor talento.

Tenemos la oportunidad de liderar el progreso de las sociedades

A futuro las sociedades van a experimentar un progreso sin precedentes, donde las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) van a ser la llave de ese desarrollo acelerado.

Desde nuestra posición de liderazgo, en Telefónica, tenemos la oportunidad y responsabilidad, al mismo tiempo, de protagonizar el progreso de las sociedades en que operamos.

Nuestras redes y servicios de nueva generación van a mejorar la calidad de vida de las personas, la competitividad de las empresas y la eficiencia de las administraciones públicas. Telefónica, como líder global que trabaja en un sector clave para el desarrollo de las sociedades, asume esta responsabilidad social, que está íntegramente recogida en los valores que nos rigen como Compañía.

En definitiva, tenemos la mejor Telefónica de la historia, con una posición única y grandes oportunidades por delante que, le puedo asegurar, no vamos a desaprovechar. Estamos preparados para alcanzar el próximo nivel de liderazgo, esta es nuestra ambición y compromiso.

Quisiera aprovechar, una año más, esta ocasión para agradecer el apoyo y la confianza de nuestros accionistas para abordar este futuro pleno de oportunidades que tenemos por delante, en el que ofreceremos a nuestros clientes todo nuestro esfuerzo y dedicación.



César Alierta

Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.

Descripción del Grupo

El objetivo es facilitar la integración de los negocios de telefonía móvil y fija, e impulsar la convergencia



Para más información:
www.telefonica.es/acercadetelefonica

Las operaciones del Grupo Telefónica se organizan en tres regiones geográficas: España, Latinoamérica y Europa

El propósito de la estructura organizativa de Telefónica es potenciar la cercanía al cliente y aprovechar la escala de la Compañía para ampliar su ventaja competitiva en el sector.

Perfil organizativo

Centro Corporativo

El Centro Corporativo de Telefónica 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.

Telefónica España

Telefónica fue fundada en España en 1924 y hoy continúa siendo su principal mercado. La principal actividad de Telefónica España es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en el país e incluye las inversiones en Marruecos (a través de Meditel).

Telefónica Latinoamérica

Telefónica Latinoamérica ofrece servicios de telecomunicaciones en trece países a través de las marcas Telefónica y Telefónica Movistar: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente, Telefónica desarrolla actividades complementarias en Puerto Rico y Estados Unidos.

Telefónica O2 Europa

La principal actividad de Telefónica O2 Europa es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en Europa. Esta unidad de negocio opera en Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

Por otro lado, Telefónica tiene presencia indirecta en China e Italia, a través de alianzas con China Netcom y con Telecom Italia.

Otras Sociedades

Atento presta servicios de atención al cliente a través de contact centers. Dispone de centros en España, Argentina, Brasil, Centroamérica, Chile, Colombia, Estados Unidos, Marruecos, México, Perú, Puerto Rico, República Checa, Uruguay y Venezuela.

t-gestiona está dedicada a ofrecer servicios de apoyo a la gestión en materia económica-financiera, recursos humanos, logística, y servicios. La empresa desarrolla actividades en España, Argentina, Brasil, Chile y Perú.

Telefónica I+D es la compañía de Telefónica que se dedica a las actividades de I+D. Actualmente tiene sede en España, Brasil y México.

Nueva estructura

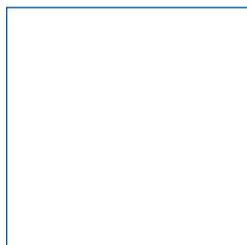
La nueva estructura de Telefónica permite aprovechar el valor en los diferentes niveles de acción, global, regional y local:

- Las acciones se implementan localmente, buscando la integración de servicios y tecnologías en cada país, con el objetivo de ofrecer el mejor servicio al cliente.
- A nivel regional, la organización implementada permite optimizar la gestión de las operaciones comerciales y técnicas.
- Globalmente, la estructura corporativa de Telefónica permite aprovechar mejor las oportunidades que ofrece su escala internacional y su diversidad.

ESTRUCTURA



Estructura del Grupo



Participaciones más significativas del Grupo Telefónica, detalladas en unidades de negocio



La información actualizada se publica en los resultados trimestrales www.telefonica.es/accionistaseyinversores

TELEFÓNICA ESPAÑA

	% Part
Telefónica de España	100,00
Telefónica Móviles España	100,00
Telyco	100,00
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,00
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,00
Iberbanda	51,00
Medi Telecom	32,18

TELEFÓNICA O2 EUROPA

	% Part
O2 UK	100,00
O2 Alemania ¹	100,00
O2 Irlanda	100,00
Manx	100,00
Be	100,00
Group 3G (Alemania) ³	100,00
Telefónica O2 República Checa ¹	69,41
Telefónica O2 Eslovaquia ²	100,00

¹ Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

² Sociedad participada por Telefónica O2 República Checa.

³ Sociedad participada a través de O2 Alemania.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

	% Part
Telesp ¹	87,95
Telefónica del Perú	98,18
Telefónica de Argentina	98,04
TLD Puerto Rico	98,00
Telefónica de Chile	44,89
Telefónica Telecom	52,03
Telefónica USA	100,00
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) ²	100,00
Brasilcel ³	50,00
T. Móviles Argentina	100,00
T. Móviles Perú	98,53
T. Móviles México	100,00
Telefónica Móviles Chile ⁴	100,00
T. Móviles El Salvador	99,08
T. Móviles Guatemala	100,00
Telcel (Venezuela)	100,00
T. Móviles Colombia	100,00
Otecel (Ecuador)	100,00
T. Móviles Panamá	100,00
T. Móviles Uruguay	100,00
Telefonía Celular Nicaragua	100,00
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile)	100,00

OTRAS PARTICIPACIONES

	% Part
3G Mobile AG (Suiza)	100,00
Grupo Atento	100,00
Telefónica de Contenidos	100,00
Mobipay Internacional	50,00
Telco SpA (Italia) ⁵	42,30
Tempos 21 ¹	43,69
IPSE 2000 (Italia) ¹	39,92
Lycos Europe	32,10
Sogecable ²	16,79
Mobipay España ¹	13,36
Hispasat	13,23
Portugal Telecom ³	8,21
China Netcom Group ⁴	5,00
BBVA	0,97
Amper	6,10

¹ Sociedades participadas directa e indirectamente por Telefónica Móviles España.

² Telefónica de Contenidos, S.A. tiene el 15,59% y Telefónica, S.A. el 1,20%.

³ Porcentaje efectivo del grupo Telefónica. Sin considerar los intereses minoritarios, el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería del 8,32%. Teniendo en cuenta las acciones propias de la sociedad portuguesa y sin considerar los accionistas minoritarios, el porcentaje de derechos de voto del Grupo Telefónica alcanzaría el 9,16%.

⁴ Sociedad participada por Telefónica Latinoamérica.

⁵ Telefónica posee una participación indirecta en el capital ordinario (con derecho a voto) de Telecom Italia a través de Telco de, aproximadamente un 10%. Si computáramos las acciones de ahorro (azioni di risparmio), que no confieren derechos políticos, la participación indirecta de Telefónica sobre Telecom Italia sería de un 6,9%.

¹ Participación efectiva 88,01%.

² Telefónica, S.A. posee el 92,51% y Telefónica DataCorp el 7,49%.

³ Joint Venture que consolida por el método de integración global la filial Vivo, S.A. a través de una participación en ViVo Participações, S.A.

⁴ Telefónica Móviles Chile amplió capital en el mes de mayo, a resultas del cual pasó a ser el único accionista de Telefónica Móviles de Chile que fue disuelta el 1 de julio de 2007.

El Consejo de Administración de Telefónica se apoya en seis Comisiones Consultivas para asegurar el buen gobierno

A las Comisiones Consultivas o de Control se les encomienda el examen y seguimiento de algún área de especial relevancia para el buen gobierno de la Compañía, o el análisis monográfico de algún aspecto de trascendencia.

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.

El Consejo se reserva determinadas competencias con carácter indelegable, teniendo competencia exclusiva sobre materias como: las políticas y estrategias generales; la evaluación del Consejo, de sus Comisiones y de su Presidente; el nombramiento de Altos Directivos, así como la retribución de los Consejeros y Altos Directivos; y las inversiones estratégicas.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y SUS COMISIONES

	Tipo de Consejero	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Asuntos Internacionales
César Alierta Izuel (Presidente)	Ejecutivo	Comisión Delegada						
Isidro Fainé Casas (Vicepresidente)	Dominical	Comisión Delegada						
Vitalino Manuel Nafría Aznar (Vicepresidente)	Dominical		Auditoría y Control		Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación		Asuntos Internacionales
Julio Linares López (Consejero Delegado)	Ejecutivo	Comisión Delegada						
José María Abril Pérez	Dominical	Comisión Delegada						Asuntos Internacionales
José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	Otros Consejeros Externos					Regulación		Asuntos Internacionales
José María Álvarez-Pallete López	Ejecutivo							
David Arculus	Dominical					Regulación		Asuntos Internacionales
María Eva Castillo Sanz	Dominical							
Carlos Colomer Casellas	Dominical	Comisión Delegada		Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno			Calidad del Servicio y Atención Comercial	
Peter Erskine	Otros Consejeros Externos	Comisión Delegada		Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno				
Alfonso Ferrari Herrero	Dominical	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación		Asuntos Internacionales
Luiz Fernando Furlán	Dominical							Asuntos Internacionales
Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	Dominical	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa		Calidad del Servicio y Atención Comercial	Asuntos Internacionales
Pablo Isla Álvarez de Tejera	Dominical			Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	
Antonio Massanell Lavilla	Dominical		Auditoría y Control		Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa		Calidad del Servicio y Atención Comercial	
Francisco Javier de Paz Mancho	Dominical	Comisión Delegada			Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación		Asuntos Internacionales

SECRETARIO NO CONSEJERO

Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies

VICASECRETARIA NO CONSEJERA

María Luz Medrano Aranguren

Nota: datos a 31 de marzo de 2008

■ Ejecutivo
 ■ Dominical
 ■ Independiente
 ■ Otros Consejeros Externos

Equipo
directivo

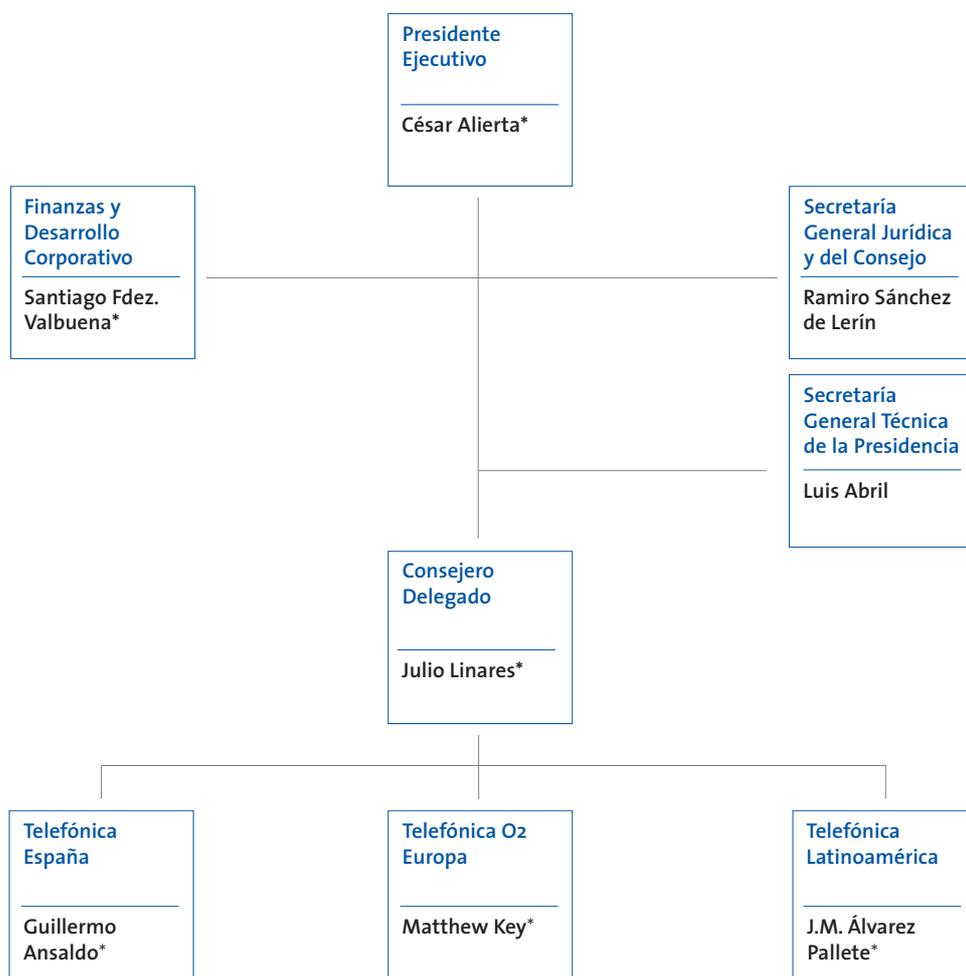
Con el objetivo de aprovechar la escala
y profundizar en el enfoque al cliente

La Compañía aprobó un nuevo esquema organizativo en diciembre de 2007

La estructura definida contempla responsables únicos para los negocios de fijo y móvil, que definen estrategias para cada una de las tres áreas regionales.

La estructura organizativa del Grupo Telefónica incluye tres Direcciones Generales regionales (Telefónica España, Telefónica O2 Europa y Telefónica Latinoamérica) que reportan directamente al Consejero Delegado de la Compañía. Éste a su vez responde ante el Presidente Ejecutivo de Telefónica.

Además del Consejero Delegado, al Presidente Ejecutivo le reportan directamente el Director General de Finanzas y Desarrollo Corporativo, y las dos Secretarías Generales: la Jurídica y del Consejo, y la Técnica de la Presidencia.



*Miembros del Comité Ejecutivo



Nuestro Cuerpo

Países	14
Clientes	16
Valor de la Acción	18
Resultados	20
Compromisos con inversores 2007-2010	22
Cash Flow Social	24
Empleados	26
Innovación	28
Infraestructuras de Red	30
Productos y Servicios	32
Proveedores	34

A large, three-dimensional metallic logo of the word "Telefónica" in a cursive script, set against a dark, blurred background with warm lighting.

Países

Ofrece servicios en 20 países y tiene presencia indirecta en otros cuatro



Para más información:
www.telefonica.es/acercadetelefonica
www.telefonica.es/accionistaseinversores

Telefónica está presente en 24 países*

Por geografías, Telefónica tiene el perfil más equilibrado de todos los operadores de telecomunicaciones, ya que los países externos al mercado doméstico contribuyen un 63% a los ingresos consolidados del Grupo.

En 2007, Telefónica puso en práctica su modelo de organización regional centrado en tres grandes regiones geográficas: España, América Latina y Europa.



Presencia en
24 países

169 millones
de accesos de
telefonía móvil

42 millones
de accesos de
telefonía fija

Más de
10 millones
de accesos de
Banda Ancha

Más de
228 millones
de accesos de clientes

Más de
56.400
millones
de euros de ingresos

42%
de rentabilidad al
accionista en 2007

1,7 millones
de accesos de
Televisión de pago

63%
de los ingresos proceden
de fuera de España

Más de
4.350 millones
de euros invertidos
en I+D+i

Más de
248.000
profesionales

106.067
de millones de euros
capitalización bursátil

Reino Unido

Empleados: **13.221**
Proveedores: **7.240**
Ac. Datos e Internet
O2 Reino Unido: **71**
Accesos Móviles O2
Reino Unido: **18.382**

Irlanda

Empleados: **1.617**
Proveedores: **824**
Accesos Móviles
O2 Irlanda: **1.646**

España

Empleados: **53.300**
Proveedores: **4.065**
Ac. Telefonía Fija
Negocio Fijo: **15.898**
Ac. Datos e Internet
Negocio Fijo: **5.279**
Accesos Móviles
Negocio Móvil: **22.827**
Clientes TV de Pago: **511**

Portugal

Participación del 8,32%
en Portugal Telecom.

Italia

Participación indirecta
de Telefónica con
derecho de voto
de Telecom Italia, S.p.A.
de 9,98%.

Marruecos

Empleados: **1.646**
Proveedores: **442**
Accesos Móviles
Marruecos: **6.153**

Alemania

Empleados: **5.101**
Proveedores: **2.179**
Ac. Datos e Internet
O2 Alemania: **75**
Accesos Móviles O2
Alemania: **12.472**

Eslovaquia

Empleados: **354**
Proveedores: **90**
Accesos Móviles
TO2 Eslovaquia: **565**

República Checa

Empleados: **8.695**
Proveedores: **391**
Ac. Telefonía Fija
TO2 Rep. Checa: **2.069**
Ac. Datos e Internet
TO2 Rep. Checa: **573**
Accesos Móviles
TO2 Rep. Checa: **5.125**
O2TV: **73**

China**

Participación del 5%
en China Netcom Group.

*Datos a 31 de diciembre de 2007.

**Telefónica, S.A., a través de su filial TELEFÓNICA INTERNACIONAL, S.A.U., alcanzó el 18 de enero de 2008 un acuerdo para la adquisición de una participación adicional en CHINA NETCOM (CNC) tras la cual, la participación del Grupo Telefónica en CNC pasaría a ser aproximadamente del 7,22%.



Telefónica es el mayor operador integrado del mundo por número de accesos de clientes

Telefónica cerró el pasado ejercicio con más de 228 millones de accesos de clientes y un crecimiento interanual del 12,5%, gracias al elevado ritmo de actividad comercial.

Los servicios móviles y la Banda Ancha fueron las principales palancas de la evolución. Por regiones, América Latina presentó un mayor crecimiento, el 16,9% interanual.

Telefonía fija

El mercado de las telecomunicaciones está cambiando en los últimos años, lo que ofrece alternativas de comunicación a los clientes frente al acceso fijo tradicional.

Telefónica cerró el ejercicio con cerca de 42 millones de accesos fijos gestionados, lo que implicó un retroceso del 0,9% respecto al año anterior, en un mercado maduro como el de la telefonía fija.

En España, Telefónica contuvo la pérdida de líneas fijas hasta el 0,3%, con una reducción acumulada de accesos en 2007 de 51.901 líneas, el mejor dato anual desde 2001. La cuota de mercado se mantuvo estable en torno a un 81%.

En América Latina, los accesos de telefonía fija se situaron en 23,9 millones, en línea con 2006. La notable evolución de la cifra de accesos en Perú (+11,3%) permitió compensar la menor planta en servicio en países como Argentina, Brasil, Chile o Colombia, con retrocesos entre el 1,2% y el 1,5%.

En República Checa, el número total de accesos de telefonía fija ascendió a 2,1 millones, con una disminución del 14% respecto al año anterior como consecuencia del proceso de sustitución fijo-móvil.

Banda Ancha

Telefónica tiene una sólida posición para aprovechar las oportunidades que presenta el nuevo entorno digital.

Los accesos minoristas a Internet de banda ancha superaban a cierre del ejercicio 2007 los 10,2 millones de clientes.

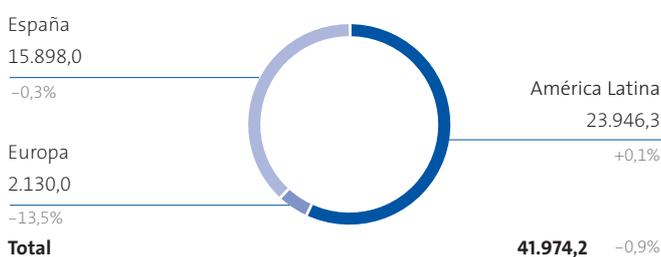
En España, Telefónica muestra una importante fortaleza competitiva en el mercado de Banda Ancha, manteniendo su cuota de mercado estimada por encima del 56%. A finales de diciembre, la planta de accesos minoristas de banda ancha alcanzaba los 4,6 millones.

Los accesos minoristas a Internet en América Latina superaban los 5 millones, continuando con un fuerte ritmo de crecimiento interanual (+33,2%), gracias al esfuerzo comercial de todas las operadoras.

En Europa, al cierre del pasado ejercicio, Telefónica superaba los 670.000 accesos de banda ancha, la mayor parte de ellos en República Checa. Además, la propuesta de banda ancha en Reino Unido tuvo una excelente acogida. De hecho, recibió la puntuación más alta entre los diferentes ISPs en una encuesta realizada tan sólo dos meses después del lanzamiento del servicio.

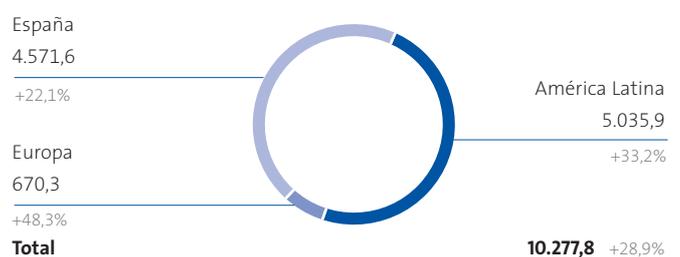
ACCESOS TELEFONÍA FIJA

Datos en miles de accesos / Evolución 06-07



ACCESOS BANDA ANCHA MINORISTA

Datos en miles de accesos / Evolución 06-07



ACCESOS DE CLIENTES GRUPO TELEFÓNICA

Datos no auditados (Miles)	2007	2006	Desglose geográfico		
			España	América Latina	Europa
Accesos Clientes Finales	225.910,3	200.700,7	44.514,9	134.041,8	41.201,2
Accesos de telefonía fija ¹	41.974,2	42.340,7	15.898	23.946,3	2130
Accesos de datos e internet	12.968,4	12.170,9	5.279,3	6.954,8	734,2
Banda estrecha	2.532,9	3.997,7	660,8	1.815,6	56,6
Banda ancha ²	10.277,8	7.974,8	4.571,6	5.035,9	670,3
Otros ³	157,7	198,4	47	103,4	7,3
Accesos móviles	169.219,7	145.125,1	22.826,6	101.976,9	38.263,8
TV de Pago	1.748,1	1.064,0	511,1	1.163,8	73,2
Accesos Mayoristas ^{4,5}	2.628,0	2.479,4	1.859,2	62,6	706,2
Total Accesos	228.538,3	203.180,2	46.374,2	134.104,4	41.907,3

Nota: Los Accesos móviles, Accesos de telefonía fija y Accesos de datos e internet incluyen los clientes de MANX. El desglose por regiones geográficas no incluye Marruecos.

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

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

⁴ Incluye bucles alquilados por Telefónica Deutschland.

⁵ Incluye circuitos cuyo cliente final son operadoras.

TV de pago

La distribución de contenidos es uno de los servicios de valor añadido sobre los que Telefónica quiere construir su oferta de valor integrada para el cliente.

En España, el servicio *imagenio* ofrecido a través de las líneas de banda ancha alcanzaba una cuota de mercado estimada por debajo del 13% del mercado a finales de 2007, superando el medio millón de accesos.

En América Latina, Telefónica alcanzó los 1,2 millones de clientes de TV de pago a través de cable o satélite, con operaciones en Perú, Chile y Colombia y desde el tercer trimestre de 2007 en Brasil.

En República Checa, tras el lanzamiento de nuevos productos paquetizados, el número total de clientes de O2 TV aumentó hasta los 73.000 a finales de 2007.

Telefonía móvil

La movilidad es una gran palanca de crecimiento de Telefónica.

La Compañía, que opera en el mercado de telefonía móvil a través de las marcas Movistar y O2, finalizó el ejercicio 2007 con una ganancia neta de 24 millones de accesos y un crecimiento interanual del 16,6%.

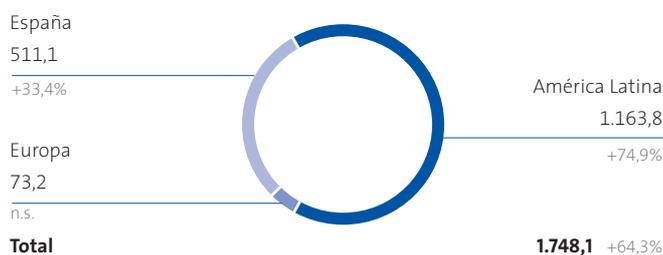
En España, un mercado muy competitivo, Telefónica superó los 22,8 millones de líneas, con más de 50,7 millones de clientes y una penetración del 111%. En el año destacó la progresión del parque contrato (+12,4%), representando casi el 60% del total de los clientes.

En América Latina los accesos móviles se situaron en casi 102 millones (+22,4% interanual), con elevadas tasas de crecimiento prácticamente en todos los países, siendo significativas en México (+46,6%), Argentina (+22,6%) y Perú (+58,5%).

En Europa, cabe destacar el éxito del iPhone en Reino Unido, el terminal que más rápidamente se ha vendido en el país y que ofrece un ARPU un 30% superior al de un usuario regular de contrato. En marzo de 2008 se realizó el lanzamiento del iPhone en Irlanda.

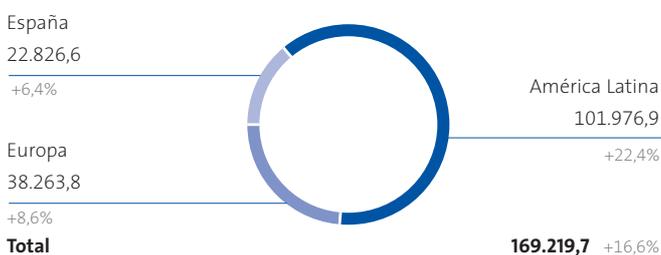
ACCESOS TV DE PAGO

Datos en miles de accesos / Evolución 06-07



ACCESOS TELEFONÍA MÓVIL

Datos en miles de accesos / Evolución 06-07



La capitalización bursátil de Telefónica a cierre de 2007 ascendía a 106.067 millones de euros, ocupando la cuarta posición del ranking mundial de operadoras de telecomunicaciones



Para más información:
www.telefonica.es/accionistaseinversores

En 2007, la rentabilidad para el accionista se situó en el 41,9%

Durante el año 2007, Telefónica se consolidó como la operadora europea incumbente que ofreció la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad al accionista de la industria.

El beneficio por acción creció un 43,5% durante el ejercicio, hasta 1,872 euros por título.

Retribución al accionista

El importe total dedicado durante el ejercicio 2007 a retribución del accionista, tanto al pago de dividendos como al programa de recompra de acciones, ascendió a 5.200 millones de euros, habiéndose finalizado durante el ejercicio 2007 el programa anunciado de 2.700 millones de euros.

El 17 de mayo de 2007, la Compañía procedió al pago de un dividendo complementario de los beneficios del ejercicio 2006 de 0,30 euros brutos por acción, que completaba los 0,30 euros brutos por acción que se habían pagado el 10 de noviembre de 2006.

El 14 de noviembre de 2007 se abonó un dividendo a cuenta de 0,35 euros brutos por acción con cargo al ejercicio 2007. Adicionalmente, el Consejo de Administración en su sesión del día 27 de febrero de 2008, acordó someter a la próxima Junta General de Accionistas a celebrar en el mes de abril de 2008, el pago de un dividendo complementario de 0,40 euros brutos por acción con cargo a los beneficios del ejercicio 2007, que será pagado el próximo 13 de mayo de 2008. Así, el dividendo total que paga la Compañía con cargo al ejercicio 2007 asciende a 0,75 euros brutos por acción.

En la Sexta Conferencia de Inversores, celebrada en Londres el 11 de octubre de 2007, la Compañía anunció que abonará un dividendo de 1 euro bruto por acción con cargo al ejercicio 2008, un 33% más que el pagado con cargo al ejercicio anterior. El pago de este dividendo se realizará en dos tramos: uno en el segundo semestre de 2008 y otro en el primer semestre de 2009.

Adicionalmente, en febrero de 2008, la compañía anunció el lanzamiento de un nuevo programa de recompra de acciones por un volumen total de 100 millones de acciones, a ejecutar en el ejercicio 2008 y durante el primer semestre de 2009, condicionado al precio de la acción y a la generación de caja.

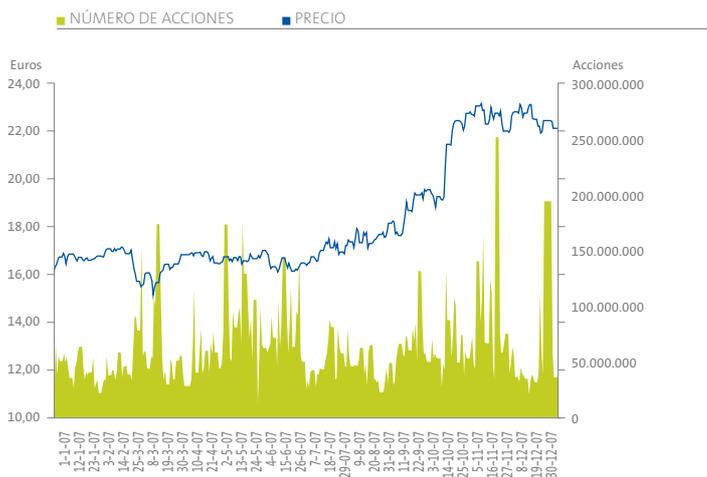
A 17 de marzo de 2008, la posición de autocartera de Telefónica era de 83.313.468 acciones propias, que representan el 1,745% del capital social actual de la Compañía. En este sentido, la compañía ha acordado someter a la próxima Junta General de Accionistas la reducción del capital social mediante la amortización de acciones propias de 68.500.000 que se encuentran en autocartera.

LA RENTABILIDAD DE LA ACCIÓN EN 2007

Rentabilidad por acción 2007	Nº Acciones	Importe bruto euros
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2007	100	1.612
Dividendo en efectivo (17 mayo 2007)	100	30
Dividendo en efectivo (14 noviembre 2007)	100	35
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2008	100	2.222
Valor total de la cartera compuesta por 100 acciones		2.287
Rentabilidad		41,9%

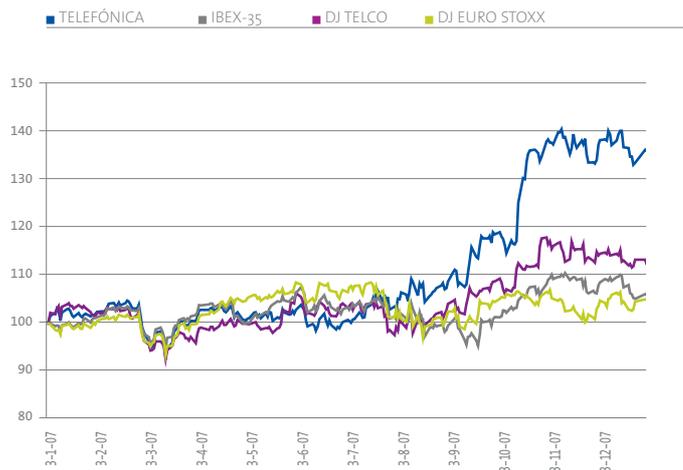
PRECIO / VOLUMEN

Fuente: Bloomberg



EVOLUCIÓN BURSÁTIL 2007

Fuente: Bloomberg



Evolución de la acción

Durante el ejercicio 2007 los mercados de renta variable presentaron una evolución positiva. Así, la acción de Telefónica registró una revalorización del 37,8% hasta 22,2 euros por acción, superior al 14,6% del sector de referencia en Europa (DJ Stoxx Telecomunicaciones), al 7,3% del Ibex-35 y al 6,8% del Eurostoxx-50. Telefónica también batió en este periodo a sus operadoras comparables en Europa (Vodafone +32,7%, France Telecom +17,5%, Deutsche Telecom +8,5%, BT -9,5% y Telecom Italia -7,2%).

La fuerte subida de Telefónica se produjo fundamentalmente por su mejor comportamiento respecto al sector en términos de crecimientos orgánicos (clientes, ingresos, rentabilidad y generación de caja), por la revisión al alza de los objetivos fijados para el ejercicio 2007, junto con la alta diversificación de activos, y la cada vez más atractiva remuneración al accionista. Todos estos atributos se vieron aún más reforzados a partir del día 11 de octubre, fecha de celebración de la Conferencia de Inversores, con la presentación de la estrategia y las expectativas de crecimiento para el periodo 2007-2010.

La capitalización bursátil de Telefónica a cierre de 2007 ascendía a 106.067 millones de euros, ocupando la cuarta posición del ranking mundial de operadoras de telecomunicaciones.

El volumen medio diario de negociación en 2007 de Telefónica en el mercado continuo español fue de 61,8 millones acciones, superior a los 53,4 millones de títulos de 2006.

Beneficio para el accionista

En el ejercicio 2007, Telefónica volvió a conseguir resultados récord, con una mejora del beneficio básico por acción del 43,5%, hasta 1,872 euros por título (1,304 euros por acción a diciembre 2006), sumando así catorce trimestres de crecimiento ininterrumpido.

Otros datos de interés

Bolsas

Telefónica cotiza en el Mercado Continuo Español (en el selectivo Índice Ibex-35) y en las cuatro Bolsas de Valores españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia); Bolsa de Londres, Bolsa de Tokio, Bolsa de Nueva York, Bolsa de Buenos Aires, Bolsa de Lima y Bolsa de Sao Paulo. En octubre de 2007, Telefónica, S.A. inició los trámites para la exclusión de la cotización de sus acciones de las Bolsas de París y Frankfurt, con efectividad durante el primer trimestre de 2008.

Capital social

4.773.496.485 euros, tras la reducción de capital social en junio 2007 mediante amortización de acciones propias (por importe de 147.633.912 euros). Cada acción tiene un valor nominal de 1 euro.

Número de accionistas

1,5 millones de accionistas a 29 de febrero de 2008, según registros individualizados a favor de personas físicas y jurídicas, y de acuerdo con la información de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores (Iberclear).

Participaciones significativas

La Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona (La Caixa), y el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA), con el 5,5% y el 6,3% del capital social, respectivamente (datos a 31 de diciembre de 2007).

Mejoraron los ingresos, el OIBDA y el resultado operativo gracias a la escala, la diversificación y la gestión integrada



Para más información:
www.telefonica.es/accionistaseinversores

Telefónica logró un nuevo récord de resultados en 2007, con un beneficio neto de 8.906 millones

El margen de OIBDA sobre ingresos se situó en el 40,4%.

El flujo de caja operativo (OIBDA - CAPEX) ascendió a 14.797 millones de euros, un 33% más que en 2006.

El nivel de deuda se redujo en 6.861 millones de euros en 2007, hasta 45.284 millones de euros.

Ingresos*

Como resultado de la expansión de la base de clientes del Grupo, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2007 alcanzó los 56.441 millones de euros, con un incremento interanual del 6,7%.

El crecimiento orgánico¹ de los ingresos fue del 7,4% y se caracterizó por la contribución positiva de todos los negocios: Telefónica Latinoamérica presentó una mejora del 13,0%, Telefónica España del 4,6% y Telefónica O2 Europa del 4,5%. Por tipo de actividad, los ingresos de servicio móvil y de banda ancha fueron los que impulsaron el crecimiento orgánico.

Por negocios, la contribución de Telefónica España al negocio representó el 36,6%; Telefónica Latinoamérica aportó el 35,6% y Telefónica O2 Europa, el 25,6%, presentando el perfil más equilibrado de todo el sector de las telecomunicaciones.

Rentabilidad del negocio*

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del Grupo² aumentó un 19,3% respecto al año anterior, hasta alcanzar los 22.825 millones de euros. Asimismo, el margen sobre ingresos se situó en el 40,4% (35,7% sin considerar las plusvalías de Airwave y Endemol, frente al 36,2% del año anterior).

Por negocios, la aportación de Telefónica España al OIBDA se situó en el 46,9%, mientras que Telefónica Latinoamérica representó el 35,3% y Telefónica O2 Europa, un 18,3%. Estos márgenes excluyen las plusvalías de Airwave y Endemol. Por otro lado, el OIBDA del año 2007 se encuentra impactado por los esfuerzos de Telefónica en sus planes de adecuación de plantilla, que se traducirán en mejoras de eficiencia en los próximos años.

GRUPO TELEFÓNICA RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	IMPORTE NETO CIFRA DE NEGOCIO			OIBDA			RESULTADO OPERATIVO		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Telefónica España	20.683	19.750	4,7	9.448	8.647	9,3	7.067	6.113	15,6
Telefónica Latinoamérica	20.078	18.089	11,0	7.121	6.571	8,4	3.562	2.900	22,8
Telefónica O2 Europa ¹	14.458	13.159	9,9	4.977	3.708	34,2	1.591	309	n.s.
Otras sociedades y eliminaciones ²	1.221	1.903	(35,8)	1.278	200	n.s.	1.168	99	n.s.
Total Grupo	56.441	52.901	6,7	22.825	19.126	19,3	13.388	9.421	42,1

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

Nota: OIBDA de los negocios de telefonía fija en Latinoamérica se presentan después de gastos de gerenciamiento.

¹ Telefónica O2 Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre), Grupo O2 (febrero-diciembre) y O2 Alemania (febrero-diciembre). Cifras de OIBDA excluyendo brand fee.

² Para el OIBDA y el Resultado Operativo, estos datos no incluyen el importe de la variación de la "provisión de cartera de control" registrados por Telefónica, S.A.

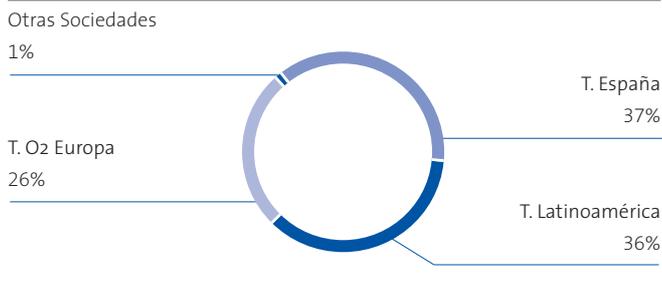
* Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006.

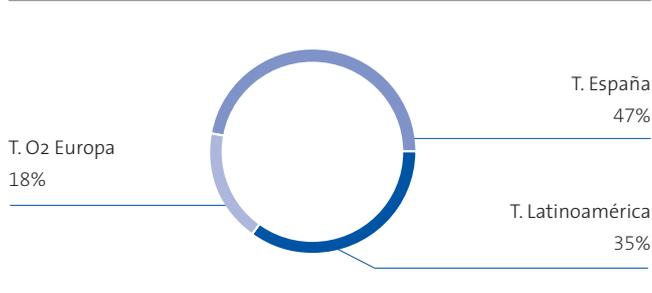
Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006.

² Incluye la plusvalía de Airwave por un importe de 1.296 millones de euros y la plusvalía de Endemol por importe de 1.368 millones de euros.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS POR NEGOCIO



DISTRIBUCIÓN DE OIBDA POR NEGOCIO**



Nota: Datos comunicados a la Comisión Nacional del Mercado de Valores

** Considerando que el OIBDA consolidado del Grupo Telefónica de enero-diciembre de 2007 excluye la plusvalía de Airwave por importe de 1.296 millones de euros y Endemol por importe de 1.368 millones de euros.

Generación de caja*

En 2007, las sinergias, la optimización de costes y la diversificación permitieron a Telefónica alcanzar un flujo de caja operativo³ de 14.797 millones de euros, un 33% más que en 2006. Este incremento fue compatible con las inversiones realizadas en el ejercicio (8.027 millones de euros).

El flujo de caja libre acumulado en 2007 ascendió a 8.847 millones de euros, de los cuales 2.113 y 3.076 millones de euros han sido dedicados a compras de autocartera y reparto de dividendo de Telefónica, S.A., respectivamente y 781 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el Grupo, fundamentalmente derivados de programas de reducción de plantilla.

Dado que las desinversiones financieras en el periodo han ascendido a 2.512 millones de euros debido fundamentalmente a la venta de Airwave, Endemol y a la participación adquirida de TELCO, la deuda financiera se redujo en 5.389 millones de euros.

Adicionalmente, hay que añadir 1.472 millones de euros de reducción de la deuda por variaciones del tipo de cambio y variaciones de perímetro y otros efectos sobre cuentas financieras. Esto arroja una reducción total de 6.861 millones de euros con respecto a la deuda consolidada a finales de ejercicio 2006 (52.145 millones de euros), situando la deuda financiera neta del Grupo Telefónica al cierre de 2007 en 45.284 millones de euros.

Beneficio para el accionista*

El pasado ejercicio, Telefónica fue la operadora integrada que generó mayor beneficio neto a nivel mundial.

En 2007, el beneficio neto consolidado de Telefónica ascendió a 8.906 millones de euros, un 42,9% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. Así, durante el ejercicio, el Grupo se consolidó como la operadora europea incumbente que ofrece el mejor crecimiento y rentabilidad al accionista de la industria. El beneficio neto básico por acción aumentó un 43,5%, situándose en 1,872 euros por acción (1,304 euros por acción a diciembre 2006), siendo éste el decimocuarto trimestre consecutivo con crecimiento.

La rentabilidad para el accionista se situó en el 41,9%, por encima de la rentabilidad del índice DJ EuroStoxx Telecommunications (19,3%).

³ OIBDA-CapEx.



Telefónica anunció un dividendo de 1 euro por acción con cargo al ejercicio 2008

La excelente ejecución del negocio junto con la utilización disciplinada del Flujo Libre de Caja permite a Telefónica revisar al alza sus compromisos previos. El Flujo de Caja será destinado, una vez se genere, a las siguientes prioridades:

Remuneración al accionista (Dividendo por acción en 2008: 1 euro*)
Reducción de deuda (Deuda neta + Compromisos de caja/OIBDA=entre 2,0-2,5x)
Adquisiciones selectivas para potenciar el crecimiento en los mercados actuales

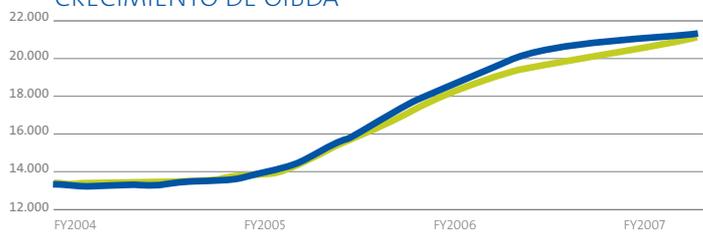
Una trayectoria de cumplimiento de compromisos

Telefónica se ha caracterizado en los últimos años por ser una compañía que ha avanzado sus proyecciones de resultados a los analistas e inversores. A pesar de la incertidumbre existente en un sector muy dinámico, y a diferencia de otras compañías, los resultados de Telefónica siempre han superado las proyecciones publicadas por la Compañía. Su credibilidad está basada en un cumplimiento recurrente y sistemático de lo que promete a los mercados.

CRECIMIENTO DE INGRESOS



CRECIMIENTO DE OIBDA



CRECIMIENTO DE OI



— PROYECCIONES
— RESULTADOS TELEFÓNICA

Oportunidades de crecimiento orgánico

De acuerdo a los criterios utilizados para la fijación de los objetivos financieros para 2008, el Grupo Telefónica prevé que a nivel consolidado:

El crecimiento anual del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2008 se sitúa en el rango de 6,0%-8,0%.

- Telefónica España : +2,0% / +3,5%.
- Telefónica Latinoamérica: +11,0% / +14,0%.
- Telefónica O2 Europa: +4,0% / +7,0%.

El crecimiento anual del Resultado Operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2008 se sitúa en el rango del 7,5%-11,0%.

- Telefónica España : +6,0% / +8,0%.
- Telefónica Latinoamérica: +12,0% / +16,0%.
- Telefónica O2 Europa: +2,0% / +6,0%.

El crecimiento anual del Resultado Operativo (OI) en 2008 se sitúa en el rango del 13,0%-19,0%.

La inversión (CapEx) en 2008 en torno a 8.600 millones de euros.

*Ejercicio fiscal 2008, a ser pagado en el segundo semestre 2008 y el primer semestre 2009.

GRUPO TELEFÓNICA

Datos no auditados (Millones de euros)	2007	2007 (Ajus.) ¹	CAGR06-10E ²
Ingresos	56.441	55.550	5% / 8%
OIBDA	22.825	20.863	7% / 11%
OI	13.388	11.467	16% / 20%
Capex	8.027	7.975	Acum. 07-10E < 33.000 mill.€

¹ Las cifras base de 2007 excluyen Airwave y Endemol e incluyen 3 meses de consolidación de TVA en 2007. Los ingresos de T. España se encuentran ajustados por el nuevo modelo de negocio de los servicios de Telefonía de Uso Público. Como consecuencia, los ingresos del Grupo se encuentran ajustados siguiendo este nuevo modelo. Las cifras de 2008 incluyen TVA, Deltax y Telemig (desde abril de 2008). El CapEx de Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria. Los crecimientos facilitados para los objetivos 2008 asumen tipos de cambio constantes de 2007. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsible en 2007.

² Los números considerados como base 2006 incluyen once meses del grupo O2 (consolidado desde Febrero 2006), ocho meses de Telefónica Telecom (consolidada desde Mayo 2006), seis meses de Iberbanda (consolidada desde Julio 2006) y tres meses de pérdidas derivadas del lanzamiento en Eslovaquia. Para considerar las proyecciones, los resultados de Endemol y Airwave son excluidos de la base 2006. Las cifras de OIBDA y OI excluyen los ingresos/gastos extraordinarios no esperables en 2007E - 2010E. En el ajuste para la comparación también se han eliminado de las cifras cualquier otro ingreso / gasto excepcional. El Capex excluye cualquier inversión asociada al Plan de Eficiencia Inmobiliaria. Las previsiones de crecimiento anual CAGR 06-10E asume tasas de cambio constante equivalentes a las de 2006. Todas las cifras excluyen cambios de consolidación diferentes a la adquisición de Telemig (50% a través de la acción de Telefónica en Vivo), TVA y Deltas (República Checa).

Conversión del crecimiento en caja

Las proyecciones ofrecidas por Telefónica en octubre de 2007 conducen a un elevado crecimiento orgánico, con un aumento del resultado neto superior al crecimiento de ingresos.

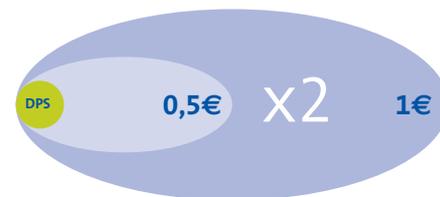
- La cifra de accesos tendrá una tasa de crecimiento anual compuesta superior al 9%.
- El crecimiento anual de ingresos (CAGR 2006-2010E) oscilará entre el 5% y el 8%.
- El OIBDA presentará tasas de crecimiento anual agregado (CAGR 2006-2010E) entre el 7% y el 11%.
- El resultado operativo crecerá anualmente a tasas compuestas (CAGR 2006-2010E) entre el 16% y el 20%.

La capacidad de ejecución del crecimiento orgánico, junto con una adecuada gestión financiera permitirá en un incremento de los beneficios y de la caja disponible.

- El beneficio por acción (BPA), que en 2006 ascendió a 1,304€ se espera que sea un euro mayor en 2010 (llegando a 2,304€).
- El Flujo de Caja Libre por Acción (FCFS)² también espera un crecimiento de un euro en 2010 respecto a 2006, alcanzando los 2,87€ por acción (respecto a los 1,87€ por acción de 2006).

Política de retribución al accionista

Telefónica adelanta el compromiso anunciado en mayo de 2006 de duplicar el dividendo para el ejercicio 2009. Así, se distribuirá un dividendo de 1 euro por acción con cargo al ejercicio 2008. El pago se realizará en dos tramos: uno en el segundo semestre de 2008 y otro en el primer semestre de 2009. A este dividendo anunciado el pasado mes de octubre, se une un nuevo programa de recompra de acciones propias, anunciado el 27 de febrero de 2008, por un total de 100 millones acciones, representativas de aproximadamente el 2,095% del capital social, y que estará vigente durante el ejercicio 2008 y el primer semestre de 2009.



GRUPO TELEFÓNICA

	2006	2010 ⁴
BPA (€) ¹	1,304	2,304
FCF por acción ²	1,87	2,87

¹ BPA reportado

² Flujo de Caja Libre disponible para remunerar a los accionistas de Telefónica, para proteger los niveles de solvencias y acomodar la flexibilidad estratégica.

NOTA IMPORTANTE:

Estas manifestaciones de futuro o previsiones no constituyen, por su propia naturaleza, garantías de un futuro cumplimiento, encontrándose condicionadas por riesgos, incertidumbres, y otros factores relevantes, que podrían determinar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los puestos de manifiesto en estas intenciones, expectativas o previsiones.

En 2007, la Compañía creó riqueza por valor de 67.484 millones de euros



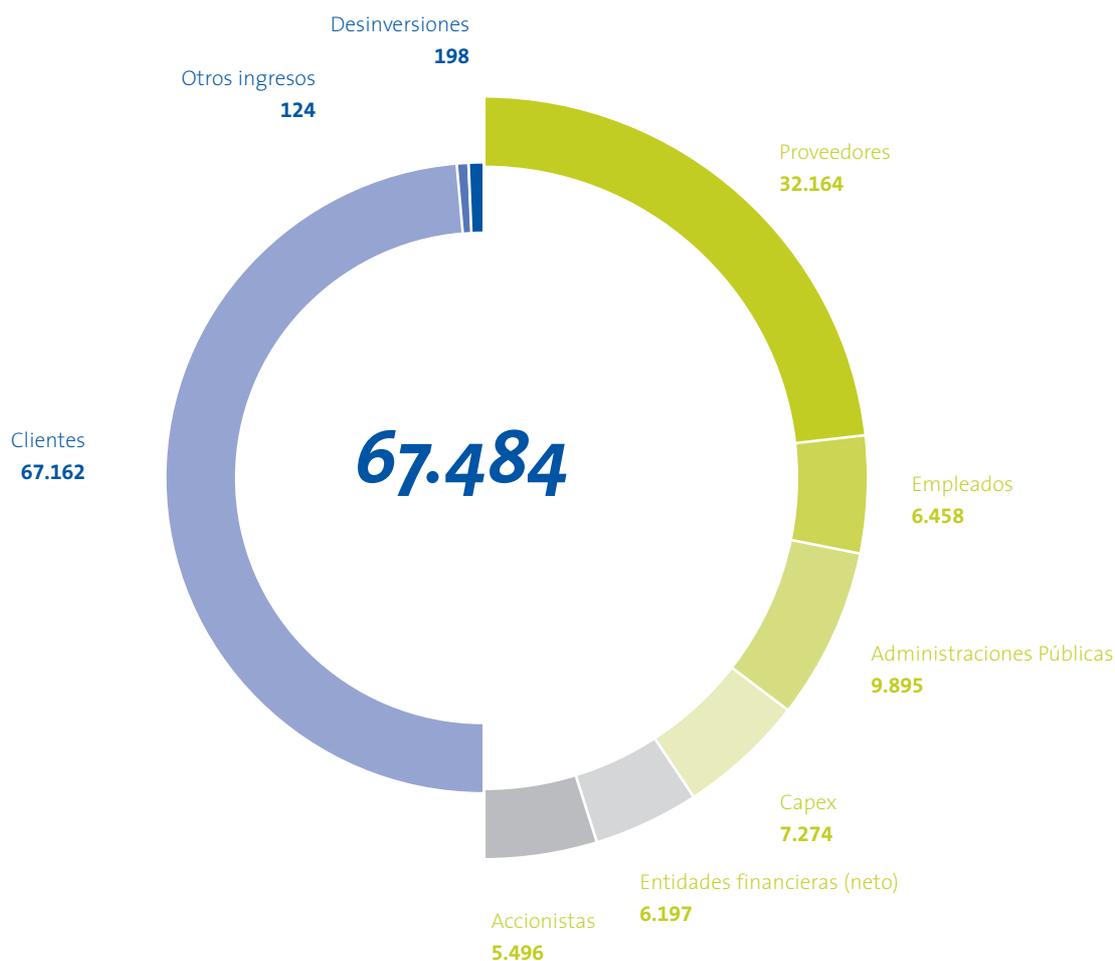
Para más información:
www.telefonica.es/acercadetelefonica

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países en los que opera

En 2007, la Compañía ingresó más de 67.000 millones de euros de sus clientes.

Esos cobros permitieron generar pagos por 6.458 millones a sus empleados; por 9.895 millones a las Administraciones Públicas; por 32.164 millones a sus proveedores; y por cerca de 5.500 millones a sus accionistas. Éste es el efecto de creación de riqueza.

Además, el volumen de ventas y negocio de la Compañía supuso en 2007 una media del 1,2% del P.I.B. de los países en los que opera.



Nota: datos en millones de euros

¹ La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el verificador del informe de RC. Los datos mencionados, pudieran verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que, pudieran producir modificaciones a su contenido. Dicha información se ha calculado con criterio de pagos, mientras que la información de la página siguiente se expone con criterio de devengo contratado. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Contribución al progreso

ESPAÑA	IMPACTO ECONÓMICO	INGRESOS/PIB	MAGNITUDES
ESPAÑA	Ingresos 20.806 Pagos: 7.413, 3.711, 2.635, 2.381	2,0%	Empleados 53.300 Proveedores 4.065 (87,7%) Accesos 46.374
LATINOAMÉRICA			
ARGENTINA	Ingresos 2.368 Pagos: 905, 413, 470, 289	1,3%	Empleados 21.493 Proveedores 1.451 (95%) Accesos 19.471
BRASIL	Ingresos 8.139 Pagos: 4.117, 936, 3.519, 1.087	0,9%	Empleados 75.839 Proveedores 3.231 (99,2%) Accesos 49.000
CENTROAMÉRICA	Ingresos 587 Pagos: 300, 54, 78, 133	1,2%	Empleados 5.786 Proveedores 2.005 (68,3%) Accesos 5.425
CHILE	Ingresos 1.825 Pagos: 988, 231, 248, 418	1,6%	Empleados 14.613 Proveedores 1.728 (90,7%) Accesos 9.377
COLOMBIA	Ingresos 1.585 Pagos: 836, 128, 302, 360	1,3%	Empleados 6.369 Proveedores 1.430 (89,4%) Accesos 10.974
ECUADOR	Ingresos 281 Pagos: 173, 24, 48, 60	0,9%	Empleados 773 Proveedores 390 (80%) Accesos 2.582
MÉXICO	Ingresos 1.571 Pagos: 1.002, 167, 120, 230	0,2%	Empleados 16.589 Proveedores 1.111 (93,4%) Accesos 12.538
PERÚ	Ingresos 1.506 Pagos: 834, 309, 378, 281	2,0%	Empleados 14.554 Proveedores 2.143 (89,8%) Accesos 12.174
URUGUAY	Ingresos 111 Pagos: 94, 7, 0,3, 15	0,7%	Empleados 250 Proveedores 445 (72,8%) Accesos 1.148
VENEZUELA	Ingresos 2.430 Pagos: 961, 135, 652, 370	1,5%	Empleados 6.873 Proveedores 1.130 (89%) Accesos 10.430
EUROPA			
ALEMANIA	Ingresos 3.560 Pagos: 1.539, 466, 29, 850	0,1%	Empleados 5.101 Proveedores 2.179 (94%) Accesos 13.142
IRLANDA	Ingresos 966 Pagos: 365, 108, 114, 117	0,5%	Empleados 1.617 Proveedores 824 (92,5%) Accesos 1.646
REINO UNIDO	Ingresos 7.792 Pagos: 5.280, 780, 597, 832	0,4%	Empleados 13.221 Proveedores 7.240 (98,6%) Accesos 18.453
REPÚBLICA CHECA Incluye Eslovaquia	Ingresos 2.233 Pagos: 373, 255, 438, 281	1,8%	Empleados 9.049 Proveedores 481 (87,2%) Accesos 8.517

■ Compras ■ Salarios ■ Impuestos ■ Inversión

Nota:

Ingresos, gastos de personal, pago de impuestos en el país, compras e inversiones (Capex) en millones de euros.

Ingresos correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.

Empleos: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2007).

Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2007.

El % entre paréntesis representa el % adjudicado a proveedores locales (porcentaje de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de adjudicaciones, basado en el volumen de adjudicación).

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

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 (Fuente FMI).

Empleados

En 2007, el Grupo dio trabajo, directa e indirectamente, a más de medio millón de personas



Para más información:
www.telefonica.es/rc07/empleados

Telefónica genera empleo directo para más de 248.000 profesionales

Por regiones, América Latina representa un 66% de la plantilla física total. España es, con un 22%, la segunda región por tamaño, y Europa constituye el 12%.

Atento, con más de 123.000 profesionales, es la Compañía que aporta un mayor número de profesionales al Grupo Telefónica.

Evolución de la plantilla

Al cierre del ejercicio 2007, el Grupo Telefónica contaba con una plantilla física de más de 248.000 profesionales, lo que supuso un incremento del 5,78% respecto al año anterior. El área con mayor crecimiento respecto a 2006 fue América Latina, cuyo equipo experimentó un aumento cercano al 15%.

Los cambios más significativos que afectaron a la plantilla durante el ejercicio son los siguientes:

- Variación de plantilla. El número total de empleados aumentó debido a la generación de empleo por parte de Atento (+16%) y t-gestiona (+37%).
- Integración de Líneas de Negocio, de acuerdo con la reorganización geográfica del Grupo en tres grandes regiones, integrando las operaciones fijas y las móviles.
- Baja de Sociedades. En Europa se redujo la plantilla un 13,3% debido a la venta de Endemol (Europa) y Airwave (Reino Unido).
- Reducción de plantilla. En España se redujo en un 7% debido al Expediente de Regulación de Empleo (ERE) realizado en Telefónica de España.

Perfiles profesionales

La distribución de la plantilla de Telefónica por funciones, sin considerar Atento, indica que el 41% está dedicado a funciones comerciales, el 45% a producción y el 14% a servicios de apoyo. El 48,3% de los profesionales de la Compañía son mujeres, porcentaje que llega al 61,5% en Atento.

La antigüedad media de los empleados del Grupo Telefónica es de 5,8 años, siendo la edad promedio de 31,3 años*. En Atento es donde se registra la menor antigüedad, dado la rotación natural del negocio con una media de 2 años y una edad promedio de 27 años.

Respecto a la temporalidad, más del 90% de la plantilla equivalente tiene un contrato fijo o indefinido en el Grupo Telefónica*, siendo la cantidad restante empleados con contrato temporal. Atento, donde el 30% de la plantilla equivalente dispone de un contrato fijo, es la empresa donde se registran mayores niveles de temporalidad en el Grupo Telefónica.

En el Grupo, el grado de jerarquización se sitúa en el 11,9% (7% en 2006). Este aumento del grado de jerarquización se explica por la incorporación de las empresas de Telefónica O2 Europa.

Empleo indirecto

Respecto al empleo indirecto generado, durante 2007 se crearon más de 225.000** puestos de trabajo en España y América Latina, la mayoría correspondiente a subcontratación de actividades a empresas colaboradoras.

PLANTILLA FÍSICA POR REGIONES

	2007	2006	2005	% CREC (07/06)
España	53.300	57.058	60.405	-6,6
Europa	29.310	33.818	14.326	-13,3
Latinoamérica	164.231	142.983	131.968	14,9
Resto mundo	1.646	1.041	942	58,1
Total Grupo Telefónica	248.487	234.900	207.641	5,8

* El dato no incluye Atento

** Fórmula de cálculo: Coste total de contrataciones en el ejercicio / coste medio por empleado propio en plantilla. Este dato incluye España, Europa y Latinoamérica.

INDICADORES DE EMPLEADOS 2007

	Con Atento	Sin Atento
Número total de empleados	248.487	124.895
España	53.300	40.284
Europa	29.310	29.310
América Latina	164.231	55.201
Resto Mundo	1.646	-
Generación de empleo		
Nº de altas	146.292	17.419
Nº de bajas voluntarias	78.242	5.834
Nº de despidos	47.685	8.683
Rotación externa	50,68%	11,62%
Desarrollo profesional		
Total gasto de formación (miles de euros)	59.143	53.430
Horas de formación totales	14.350.414	4.675.838
Diversidad		
% mujeres	48,3%	35,2%
Nº empleados con discapacidad	1.538	975

Nuevas formas de trabajo

La tecnología facilita la plena conectividad para que los profesionales puedan trabajar cuando y donde lo necesiten. A finales de 2007, Telefónica contaba con cerca de 30.000 empleados con condiciones de teletrabajo y más de 8.600 en movilidad, lo que representa un 15,3% sobre la plantilla total.

Seguridad y Salud

Telefónica establece los mecanismos adecuados para evitar los accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones en materia de Seguridad y Salud. Así, durante 2007 se realizaron más de 500 simulacros de emergencia, más de 135.000 empleados se sometieron a reconocimientos médicos y se realizaron cerca de 2.700 evaluaciones de riesgos sobre la salud de los empleados.

Desarrollo profesional

Durante 2007, dedicamos 59 millones de euros a la formación de nuestros empleados. Éstos recibieron más de 14 millones de horas de formación y cerca de 100.000 dispusieron de planes de formación individualizados, lo que supone un crecimiento absoluto del 36,3% respecto a 2006.

La Universidad Corporativa de Telefónica

La Universidad Corporativa de Telefónica se puso en marcha en 2007, un año de transición hasta la inauguración, prevista para finales de 2008, del campus definitivo en La Roca del Vallés, a 30 kms. de Barcelona.

El pasado año, la Universidad impartió 39 programas de alto nivel y puso en marcha un campus virtual para fomentar la relación entre los profesionales que pasaron por el centro, más de 1.000 profesionales y directivos de la Compañía.



Telefónica y el diálogo social

Durante diciembre de 2007, la Compañía firmó, junto con UNI, UGT y CCOO, el nuevo código de conducta sustituyendo al anterior, firmado en el año 2001. Por este acuerdo, Telefónica se compromete a mantener los derechos sindicales y laborales en todas nuestras operaciones, dando protección a todos los trabajadores del Grupo independientemente del país en el que trabajen.

Representantes de Telefónica, UNI, UGT y CCOO durante el acto de la firma del nuevo código.

Innovación

Invirtió 594 millones de euros¹ en I+D, siendo el cuarto operador mundial por esfuerzo en este concepto y la primera empresa española



Para más información:
www.telefonica.es/acercadetelefonica

En 2007, Telefónica dedicó más de 4.350 millones de euros a Innovación Tecnológica

La Compañía lanzó más de 600 productos y servicios el pasado año en todo el mundo.

Cuenta con una red de innovación abierta, con el apoyo de los negocios del Grupo, y un programa de Innovación Corporativa fortalecido por Telefónica I+D.

Participa en 190 proyectos promovidos por Administraciones Públicas españolas y europeas, y colabora con 920 instituciones.

Investigación

Los proyectos de investigación aplicada (*Expertise Building*) de Telefónica permitieron en 2007 desarrollar e identificar el uso de tecnologías y nuevos modelos de negocio. En este ámbito, es importante destacar la participación en el "Programa Marco" de la Unión Europea. Telefónica I+D es la empresa europea del sector TIC con mayor participación en iniciativas de este tipo. En 2007, participó en 190 proyectos promovidos por Administraciones Públicas españolas y europeas, y colaboró con 920 instituciones de 41 países, entre las que se incluyen 169 universidades. Entre las iniciativas con financiación pública de la Administración española, destaca el inicio en 2007 de la participación en el desarrollo de 5 proyectos CENIT, el Programa más relevante de fomento de la I+D empresarial en España.

Desarrollo

Desarrollo de productos y servicios

El Grupo amplió el número de registros de propiedad industrial e intelectual hasta los 3.327 el pasado año, con la incorporación de 267 desarrollados por Telefónica I+D.

Movilforum

En 2007, el Catálogo de Soluciones Movilforum de Telefónica España incorporó 193 nuevos productos desarrollados por 67 de las 119 empresas que son miembros. Además, Movilforum Latinoamérica definió un portafolio de soluciones móviles regionales. El proyecto, radicado en 13 países, agrupa a más de 50 desarrolladores y cuenta con 170 productos.

Innovación

En 2007, Telefónica afianzó aún más su foco en el cliente, no sólo de cara a incrementar la satisfacción, sino también a la hora de entender sus necesidades reales en el contexto del desarrollo de nuevas ideas para productos y servicios.

Innovación Corporativa

Durante el pasado año, desde la Corporación se lanzaron una serie de iniciativas dentro del programa de Innovación, con el objetivo principal de fortalecer el crecimiento orgánico del negocio de Telefónica.

RED DE INNOVACIÓN ABIERTA DE TELEFÓNICA

UNIDADES DE NEGOCIO

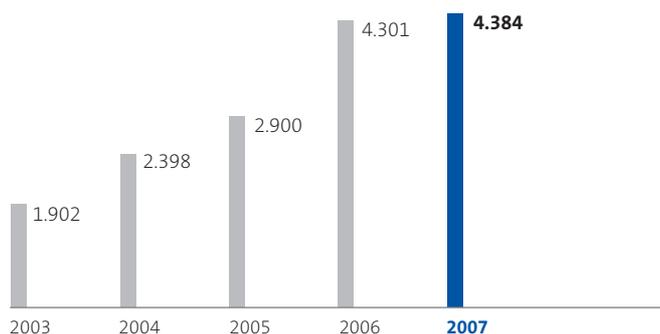
TELEFÓNICA I+D + TELEFÓNICA S.A.

Investigación	Desarrollo	Innovación
Programas de Investigación Aplicada (<i>Expertise Building Projects</i>) Programas públicos de I+D	Desarrollo de sistemas, productos y servicios en colaboración Movilforum	Nuevos modos de acercarse a los clientes: Campus Party, Open Movilforum y Living Labs Nuevos sistemas, modos de comercialización y productos y servicios Innovación Corporativa: Capital Riesgo, Proyectos de Innovación Corporativa, Ideas de empleados y Alianzas
61 Millones de euros	533 Millones de euros	3.790 Millones de euros
Total 4.384 Millones de euros		

¹Inversión en innovación tecnológica calculada de acuerdo a los criterios establecidos por la OCDE.

INVERSIÓN TOTAL EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE TELEFÓNICA¹

(Datos en millones de euros)



¹ Innovación tecnológica según la definición del Instituto Nacional de Estadística y de la OCDE.

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN DE 2007

(Datos en % sobre 4.384 millones de euros)



- Programa de *Venture Capital*. En 2007, Telefónica creó un programa de Capital Riesgo para la toma de participaciones minoritarias en empresas líderes con el objeto de extender las capacidades en innovación en áreas estratégicas. Durante 2007 realizó inversiones por 10 millones de euros a través de la toma de participaciones minoritarias en *decentral.tv* o *Kyte* (plataforma convergente de *User Generated Content*); *GestureTek* (especializada en interfaces gestuales) y *Amobee* (especializada en soluciones de publicidad para móviles).
- Proyectos de Innovación Corporativa. Telefónica financia desde la Corporación proyectos de áreas estratégicas (Internet, hogar digital...) desarrollados y ejecutados desde Telefónica I+D. En 2007 se analizaron más de 1.000 ideas, concretadas en 35 proyectos.
- Programa de "Incubación de Empresas". A mediados de 2007, Telefónica comenzó con un fondo inicial de 2 millones de euros, un programa destinado a promover la transformación de ideas en proyectos comerciales. Durante el año se financiaron proyectos en Brasil, España, Irlanda, México, Perú y Reino Unido; y algunos ya han comenzado a generar ingresos en su fase pre-comercial.
- "Ambassadors for Innovation". Nació en 2007 con el objetivo de identificar y agrupar a empleados relacionados de manera directa o indirecta con la innovación. Arrancó en octubre con un multitudinario evento celebrado en Madrid, con la participación de la alta dirección del Grupo Telefónica y empresas líderes en innovación (Nike, Starbucks, Philips...). En la actualidad esta iniciativa reúne a casi 400 personas del Grupo.
- Alianzas con líderes en innovación. Durante 2007 se firmaron o ampliaron acuerdos con empresas (Apple, Sony, Ericsson, Motorola, Huawei, ALU, Nokia, etc.), además de convenios de colaboración con entidades de reconocido prestigio tales como Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Open Movilforum

Telefónica España lanzó en 2007 Open Movilforum, una comunidad abierta para que desarrolladores y programadores accedan a la utilización de servicios en la red de Telefónica, y los integren dentro de sus aplicaciones (*mash-ups*).

'Living Labs'

Telefónica I+D puso en marcha en 2007 el primer *Living Lab* en Granada, enfocado a servicios para la salud y el bienestar, con el apoyo de la Junta de Andalucía. En este laboratorio, la Compañía integra a los clientes en el proceso de innovación, testando los servicios desde los hogares, como laboratorios vivos.

Nuevos productos y servicios

La innovación se mide por sus resultados: Telefónica lanzó en 2007, más de 600 productos y servicios nuevos, así como nuevos modos de comercialización (empaquetamientos). De éstos, 174 correspondieron a Telefónica España.

Telefónica I+D

Telefónica I+D es la filial del Grupo dedicada a la investigación y el desarrollo más estratégicos. El pasado año, incorporó a su plantilla profesionales de los centros de investigación y universidades más importantes del mundo. En 2007, en las actividades de I+D de Telefónica trabajaron 1.800 empleados del Grupo (1.285 de Telefónica I+D) y casi 5.000 de otras empresas e instituciones.

A lo largo de 2007, Telefónica I+D continuó consolidando sus centros en Madrid, Huesca, Valladolid, Barcelona y Granada. Los dos últimos están especializados (Barcelona en Internet y Multimedia, y Granada en Tele-medicina y Tele-asistencia). A nivel internacional destacó la notable actividad de los Centros de México DF y de Sao Paulo, con una inversión total de 23 millones de euros. En paralelo, se iniciaron actividades en colaboración con China Netcom Labs.



Telefónica ofrece servicios móviles a través de 80.499 estaciones base

La Compañía siguió transformando la red en 2007, llevando la fibra óptica a los hogares y extendiendo las tecnologías móviles 3G y 3,5G.

Otro foco de acción fue crear especificaciones de servicios comunes a todo el Grupo para reducir el *Time To Market* o tiempo de lanzamiento al mercado.

En 2007, Telefónica siguió trabajando en diferentes frentes para ampliar y mejorar sus infraestructuras y sus equipos, no sólo para incrementar la capacidad y la cobertura sino también para potenciar las sinergias entre las diferentes compañías del Grupo, lograr economías de escala, y aprovechar las oportunidades de crecimiento en negocios adyacentes. El objetivo de todo ello es afianzar su liderazgo como operadora integrada.

Infraestructuras de red

Las iniciativas del Grupo en infraestructuras de red cubrieron todos los ámbitos o "capas de la red": Entorno Personal Digital o dispositivos del cliente (terminales fijos y móviles, portátiles...), accesos de cliente (accesos fijos, móviles, de voz, de datos, etc.), transporte (conectividad y *core*), capa de control o supervisión (donde se centraliza la inteligencia de la conmutación de las redes y servicios) y capa de servicios (donde reside la lógica de los servicios que se ofrecen a los clientes a través de las redes). A continuación, vemos los principales hitos de 2007 en estas áreas:

Entorno Personal Digital

En 2007, Telefónica continuó trabajando en el ámbito del Hogar Digital para configurar una oferta personalizada y ser una referencia no sólo en conectividad sino en servicios finales y contenidos para el hogar. Una iniciativa destacable en este apartado fue la consolidación del Centro de Competencia IPTV de *imagenio*, un Centro de Servicios Avanzados creado a finales de 2006 y cuya principal misión es coordinar y gestionar las actuaciones necesarias para asegurar una respuesta eficaz a los clientes.

En el área de dispositivos, Telefónica también trabajó para generar especificaciones para los terminales móviles, comunes a todas las empresas del Grupo para así aumentar su capacidad de negociación con los fabricantes y reducir el TTM (*Time To Market*).

Transformación de la red

El pasado año, la Compañía siguió transformando la red para aumentar su cobertura y capacidad. En cuanto a los accesos fijos, Telefónica comenzó a introducir fibra óptica en el hogar (FTTH), siendo pionera en este aspecto. Esto se dio en España y en menor medida en Latinoamérica y el proceso se intensificará en 2008 en el Grupo.

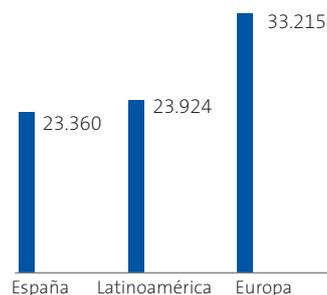
Respecto a los accesos móviles, Telefónica avanzó para generalizar en todas las operadoras las tecnologías 3G y 3,5G para ofrecer así mayor capacidad en las conexiones de datos móviles. Al cierre de 2007, el Grupo contaba con 80.499 estaciones base.

En 2007, Telefónica continuó priorizando el despliegue de la tecnología GSM, frente a CDMA, en Latinoamérica. La idea es ampliar la cobertura 2G, conforme vaya aumentando el espectro disponible (en la actualidad, el espectro está compartido por varias tecnologías que coexisten en el tiempo).

Convergencia fijo-móvil

En 2007, Telefónica continuó su proceso para extender las arquitecturas convergentes fijo-móvil, para poder potenciar así los servicios convergentes. Los trabajos se centraron en España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Reino Unido, Alemania y República Checa.

NÚMERO DE ESTACIONES BASE POR REGIONES



CAPEX POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre		
	2007	2006	% VAR
T. España	2.381	2.304	3,4
T. Latinoamérica	3.343	2.811	18,9
T. O2 Europa (1)	2.125	2.552	(16,7)
Otras sociedades y eliminaciones	178	336	(47,1)
Total Grupo Telefónica	8.027	8.003	0,3

Nota: CapEx del Grupo Telefónica a tipos de cambio promedio acumulado.

¹ Telefónica O2 Europa incluye en 2006 en Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre), Grupo O2 (febrero-diciembre) y O2 Alemania (febrero-diciembre).

Control

Uno de los hitos más significativos del pasado año fue el acuerdo estratégico con Ericsson para desplegar la tecnología IMS (*Internet Multimedia Subsystem*) en todas las operadoras. Esta tecnología permite controlar las redes, dar servicios convergentes, mejorar el *Time To Market* para los nuevos servicios, etc.

Servicios

Telefónica se centró en la implantación de servicios de Voz sobre IP y soluciones para empresa tipo IP-Centrex; todos ellos comunes para las diferentes operadoras del Grupo. Además, la Compañía trabajó en el análisis de arquitecturas SDP (*Service Delivery Platform*), que permiten desarrollar servicios más rápidamente.

Infraestructuras básicas

La Compañía realizó el pasado año los primeros estudios de viabilidad de tecnologías FuelCell para suministrar energía en las estaciones base, como alternativa a las baterías convencionales de metal ácido (plomo, cadmio, etc.), más contaminantes.

Además, se compartieron las mejores prácticas en diferentes ámbitos: desde el despliegue de nuevas áreas de servicios FTTH (fibra óptica) al ahorro de energía en climatización en casetas de radio y edificios de central mediante la realización de *workshops* internos con la participación de todo el Grupo.

Transmisión

En 2007, Telefónica continuó extendiendo las tecnologías de transmisión ópticas (DWDM y CWDM, y a modo de piloto en España y Brasil, GPON en la parte de acceso), más eficientes y con mejor relación coste capacidad.

Y, como complemento de lo anterior, la Compañía analizó nuevos interfaces de alta capacidad, con el objetivo de introducir los primeros de 40 Gb/seg en 2008. Estos interfaces son necesarios para que el aumento de la capacidad de las redes permita ofrecer en la práctica nuevos servicios de Banda Ancha multiplicando la velocidad de manera transparente para el usuario.

Dos millones de clientes del servicio ADSL ya han pasado de 1Mb a 3Mb

Telefónica España concluyó en 2007 la migración de velocidad de 1Mb a 3Mb de cerca de 2 millones de clientes del servicio ADSL minorista, incluyendo los servicios ADSL de conectividad con o sin *Dúo* e *Imagenio*.

El cambio permitió multiplicar por tres la velocidad del servicio de referencia del acceso de Banda Ancha de Telefónica.

Este cambio de servicio no tuvo coste alguno para los clientes ni repercusión alguna en la factura mensual, y han seguido abonando el mismo importe que pagaban por el servicio ADSL de 1Mb. Todos los segmentos de clientes se han visto beneficiados por esta acción, incluyendo empleados y clientes del colectivo *Club Senior*. Este hecho permitió que el 90% de la planta minorista empezara a disfrutar de esta velocidad u otra superior.





Telefónica lanzó más de 600 productos y servicios en 2007

La Compañía aprovechó las nuevas tecnologías y potenció la convergencia en sus propuestas para particulares y empresas. Su portafolio se enriqueció con servicios de Banda Ancha y telefonía móvil, oferta de contenidos...

Nueva tecnología

Más velocidad para Internet

En 2007, Telefónica comenzó a desplegar la tecnología HSPA (*High-Speed Packet Access*), evolución de generación de telefonía móvil (3G). Con esto aceleró la navegación por Internet en España, Brasil y Argentina, permitiendo a los clientes descargar información hasta 10 veces más rápido. En este ámbito, la Compañía también lanzó el USB HSPA Novatel MC950D, el primero del mercado en formato *memory stick*.

El iPhone, en exclusiva en el mercado británico

O2 comenzó a vender en noviembre de 2007 el iPhone en exclusiva en el mercado británico.



Novedades para los móviles

Telefónica lanzó un sistema de localización de personas a través del celular.

Telefónica dio a conocer en Mundo Internet 2007, los códigos bidimensionales (pictogramas que funcionan como "claves de acceso" sin necesidad de teclear), que permiten ampliar las funcionalidades del móvil, generando, por ejemplo, ciberentradas.

Terminales avanzadas: el fabricante chino ZTE empezó a desarrollar móviles de tercera generación para Telefónica.

Nueva tecnología para el hogar

La Compañía desplegó en pruebas el proyecto 'Fibra hasta el hogar' (FTTH), con tecnología adaptada por Telefónica I+D. En 2008 prevé iniciar la fase comercial de esta nueva red de Banda Ancha de altas prestaciones.

Productos para empresas

Telefónica lanzó en España el Ibercom IP y el Corporate IP, que mejoran la comunicación de las empresas con soluciones de telefonía IP.

Convergencia

Una respuesta integral para los empresarios

Para convertirse en el gestor integral de todas las necesidades TIC de medianas y pequeñas empresas, negocios y profesionales en España, Telefónica lanzó en 2006 "Respuesta Empresarios". Mediante una cuota mensual, la Compañía provee y mantiene todas las tecnologías de un centro laboral: equipamiento ofimático (PC, periféricos, servidores y aplicaciones), comunicaciones de voz (líneas, terminales y centralitas) y de datos (acceso a Internet, red de área local cableada o inalámbrica, y redes corporativas).

Como parte de "Respuesta Empresarios", en 2007 se lanzaron diferentes servicios: la Oficina Profesional, que moviliza el puesto de trabajo en un entorno de convergencia, el mantenimiento del equipo informático y la red de datos de las empresas, etc. Además, "Respuesta Empresarios" se extendió a Latinoamérica.



Comunicación convergente

El primer servicio de comunicación convergente también vio la luz en diversos países (Chile, Perú, Colombia, etc.) en 2007: integró las redes de telefonía tradicional con servicios IP, creando un grupo cerrado de usuarios por cada cliente, con comunicación ilimitada, y con funcionalidades avanzadas como una PBX en red para locales que no cuentan con una PBX propia, etc.

Del mismo modo, Telefónica presentó en España "Uno Pymes", la primera tarifa convergente para este segmento. Permite crear un grupo cerrado de usuarios compuesto por líneas fijas y móviles dentro de una empresa para hablar a 0€/ minuto.



Contenidos

Televisión digital

En el año 2007, Telefónica estrenó la televisión digital en países como Brasil. En este mercado, arrancó con 76 canales y paquetes personalizados.

En España, la Compañía enriqueció *Imagenio*, su propuesta de televisión IP, con un servicio de vídeo: “*Te lo Perdiste*” que permite a los clientes visionar contenidos emitidos en varios canales de TV, pudiendo parar, avanzar la imagen... En Chile, también lanzó un sistema de vídeo (PVR o *Personal Video Recorder*) para la TV digital.

Publicidad y más contenidos para el móvil

Telefónica se convirtió el pasado ejercicio en la primera Compañía en ofrecer a los anunciantes el teléfono móvil como soporte publicitario.

Telefónica llevó la televisión al móvil. En Chile, lanzó “*Generación multimedia*”, un servicio para que los usuarios de teléfonos móviles accedan a programas de TV en directo, compartan y comenten sus vídeos. Y en España, ofreció un total de 42 canales con tarifa plana.

También en España, la Compañía empezó a comercializar la versión móvil del “*Pixbox*”, permitiendo a los usuarios de movistar descargarse canciones de un catálogo de más de 750.000. Y posteriormente, potenció la descarga de música en el móvil y el PC con la primera tarifa plana.

Telefónica se alió con Yahoo! para que sus clientes accedieran a Flickr, una de las comunidades líderes para compartir fotos en línea. Además, el Grupo suscribió con Nokia un acuerdo de intercambio de contenidos a través de su nuevo portal de Internet.

En Argentina ofreció a sus clientes un “*Fotolog*” con capacidad ilimitada para subir hasta diez imágenes al día. En este mismo país, creó la primera comunidad de vídeos móviles. Además, comercializó una nueva versión de “*m-Play*” para descargar temas musicales completos directamente al teléfono móvil.

Comercialización

Ofertas dobles y triples

El pasado ejercicio, Telefónica se propuso liderar la transformación de Internet en Latinoamérica comercializando de modo conjunto el acceso a la red en Banda Ancha y voz por una tarifa única al mes. Esto se tradujo en empaquetamientos y diferentes ofertas dobles y triples para clientes residenciales en varios mercados. Además, en Europa, Telefónica O2 República Checa lanzó el servicio *Dúo-Móvil*.

Tarifas planas

La Compañía continuó impulsando las tarifas reducidas y planas: en España, lanzó una nueva modalidad para el correo (*Blackberry y Mail Movistar*), tarifas planas para videollamadas y para Internet móvil de alta velocidad por cada día de conexión.

Propuesta low cost

En Alemania, Telefónica O2 Europa lanzó en agosto de 2007 la marca económica *Fonic*.

Servicios para clientes de prepago

Movistar extendió a nuevos países como Argentina o México su servicio para que los clientes de prepago estén siempre comunicados (“*Quieren Hablarte*”, “*Lláname, no tengo saldo*”, etc.), a través de la devolución de llamadas de otros usuarios.

Oferta para los hogares

Telefónica España lanzó el pasado ejercicio la oferta “*Easy PC*” para los hogares (financiación, garantía de dos años, atención técnica...) con la finalidad de impulsar la venta de ordenadores junto con el servicio ADSL.

Mensajería integral

La Compañía comenzó a ofrecer en diciembre de 2007 el servicio “*Mensajería Negocios*”, para enviar y recibir mensajes cortos multioperador, facilitando la comunicación en ambos sentidos con sus clientes, proveedores y empleados.

El total de proveedores adjudicatarios superó los 28.000 en el año 2007



Para más información:
www.telefonica.es/rco7/proveedores
www.adquira.com

Telefónica adjudicó más de 27.000 millones de euros a sus proveedores en 2007

La distribución de compras por países mantiene a España y Brasil como los países con mayor volumen de compra.

Los diez principales proveedores por volumen de adjudicación son: Nokia, Ericsson, Sony Ericsson, Alcatel, Motorola, Brightstar, Samsung, LG, Siemens y Nokia Siemens.

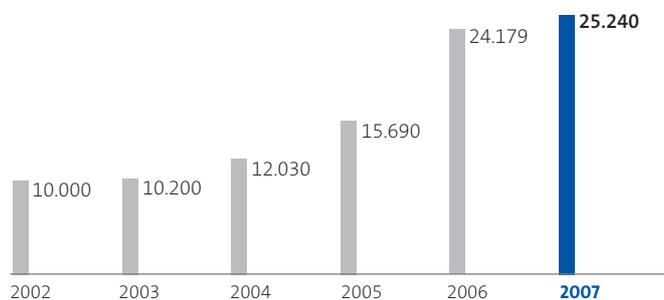
Modelo de Compras de Telefónica

Telefónica desarrolla la función de compras de forma coordinada mediante un modelo de gestión implantado hace diez años que se basa en los principios de: agregación de necesidades; transparencia; igualdad de oportunidades; objetividad y unanimidad en las decisiones; vocación de servicio a los clientes, internos y externos; y cumplimiento mutuo de los compromisos con proveedores.

Telefónica clasifica sus compras en seis líneas de producto. La mayor partida en 2007 fue la categoría de "Servicios y Obras" que, junto con "Productos de Mercado" (que incluye los terminales móviles) e "Infraestructura de Redes", suponen más del 80% de las compras. La parte restante se distribuye entre "Sistemas de Información", "Publicidad y Marketing" y "Contenidos".

VOLUMEN DE COMPRAS

(Datos en millones de euros)



Comercio electrónico

En Telefónica se considera que la utilización de herramientas sobre Internet proporciona mayor eficiencia operativa, tanto al comprador como al proveedor, una mayor transparencia y un mejor control de todas las operaciones de relación con proveedores, dado que todas ellas quedan vinculadas electrónicamente: negociación, contrato, pedido, albarán, recepción y factura. Además, la accesibilidad a un amplio mercado de proveedores combinada con la transparencia supone un incremento real de la concurrencia y competencia, lo que es muy sano, no sólo para las compras de Telefónica sino también para el mercado en su conjunto.

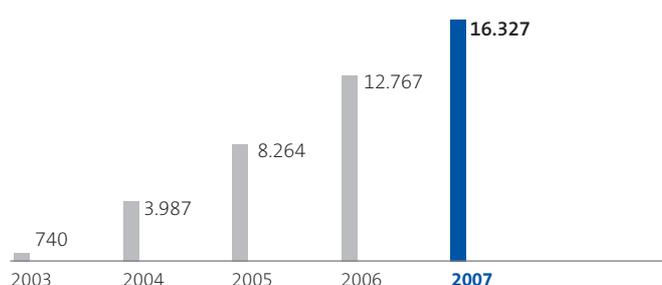
Adicionalmente, el comercio electrónico constituye un medio real de desarrollo de Internet y de la sociedad de la información en los mercados en los que Telefónica opera, así como de fomento de una serie de valores como la profesionalidad, la honestidad y la objetividad en los acuerdos y las operaciones comerciales.

Telefónica negocia ya de forma electrónica un 87% del importe de compra en las operadoras de España y América, en más de 33.000 procesos de negociación, de los cuales más de 4.100 corresponden a subastas electrónicas.

En diciembre de 2007 eran casi 16.000 los proveedores de Telefónica incorporados a este mercado electrónico, que abarca dieciséis países: España, Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, Colombia, Venezuela, Guatemala, Panamá, Nicaragua, El Salvador, República Checa y, de manera incipiente, Reino Unido, Alemania e Irlanda.

EVOLUCIÓN DE COMPRAS NEGOCIADAS A TRAVÉS DE E-SOURCING

(Datos en millones de euros)



Además del proceso de negociación, las operaciones electrónicas disponibles son: la formalización electrónica de compromisos mediante contrato; carta de adjudicación o pedido; envío por parte del proveedor del albarán electrónico; recepción de la mercancía/servicio; y facturación electrónica, que se realiza a partir de los propios datos del pedido una vez que se ha recibido el mensaje de recepción del bien. Así, el número de formalizaciones realizadas electrónicamente en 2007 fue de 111.519, por importe de 6.411 millones de euros.

El mercado electrónico sobre el que Telefónica realiza estas operaciones con sus proveedores es el de *Adquira España*. En *Adquira* también operan grandes compañías como BBVA, Iberia y Repsol y otras de menor tamaño. Esto permite compartir con ellas los recursos y los costes de la parte común: la infraestructura del mercado de proveedores. Y para los proveedores también es una ventaja el acceso común a una parte de su cartera de clientes.

Telefónica Compras Electrónicas

Como complemento al mercado electrónico de *Adquira* y con el fin de potenciar el desarrollo del comercio electrónico internamente en las más de 140 compañías del Grupo, Telefónica creó en 2007 Telefónica Compras Electrónicas (TCE).

Esta filial prestará el servicio del comercio electrónico a todas las compañías del Grupo, gestionando para ello la plataforma soporte de las negociaciones, contratos y pedidos; desarrollando sobre ella nuevas funcionalidades adaptadas a las necesidades de Telefónica y completando el despliegue de los procesos electrónicos a la compra de todos los productos y servicios.

Encuesta de Satisfacción a Proveedores

Cada dos años la Compañía realiza una encuesta confidencial a sus principales proveedores adjudicatarios para determinar el grado de satisfacción con el Modelo de Compras de Telefónica.

En 2007 la encuesta fue dirigida a una muestra de 7.094 proveedores y la participación fue del 13,47%. Las principales conclusiones fueron:

Aspectos valorados positivamente

Modelo de compras

- > Proceso y toma de decisión transparente
- > Promoción y defensa de la competencia
- > Igualdad de oportunidades
- > Funcionamiento homogéneo en todos los países

Gestión del comprador

- > Ética y honestidad del comprador
- > Capacitación en aspectos técnicos de la compra
- > Comunicación del resultado cuando son adjudicatarios

Relación operativa con Telefónica

- > Consideración de las recomendaciones de los proveedores
- > La subasta es una forma de contratación transparente

Comercio electrónico

- > Implantación de herramientas para la formalización electrónica de compromisos
- > Conveniencia de las herramientas de comercio electrónico de Telefónica

Responsabilidad Corporativa

- > No han existido prácticas que se puedan considerar poco éticas
- > Telefónica exige el cumplimiento de estándares laborales mínimos

Aspectos susceptibles de mejora

Modelo de compras

- > Tiempo de gestión dedicado a cada proceso de compra

Relación operativa con Telefónica

- > Comunicación del resultado cuando no son adjudicatarios

Responsabilidad Corporativa

- > Telefónica se preocupa por el cumplimiento de estándares medioambientales de los proveedores



Nuestra Alma

Principios de Actuación	38
Satisfacción de Empleados	40
Satisfacción de Clientes	41
Gobierno Corporativo y Transparencia	42
Generaciones Interactivas y Protección del Menor	44
Cambio Climático	45
Medio Ambiente	46
Despliegue Responsable de Red	47
Acción Social y Cultural	48



Principios de Actuación

El objetivo es extender la formación a más del 80% de los empleados en 2008



Para más información:
www.telefonica.es/rco7/principiosdeactuacion

36.000 empleados del Grupo Telefónica ya han recibido formación sobre los Principios de Actuación

Telefónica aprobó en diciembre de 2006 sus Principios de Actuación. Sobre la base de la Visión y de los Principios de Actuación, la Compañía está construyendo una nueva cultura corporativa.

El modelo de gestión de los Principios de Actuación está basado en tres pilares: la implicación de los empleados, el establecimiento de políticas que aseguren su cumplimiento y el control interno.

Implicación

Ratificación

Durante el año 2007, y tras su aprobación por el Consejo de Administración, cada una de las empresas y filiales del Grupo ratificaron los Principios de Actuación en sus propios Órganos de Gobierno, incorporándolos como su código de conducta y derogando los códigos existentes. De esta manera, a finales del ejercicio, el 81% de las Compañías de Telefónica, contaban con los Principios de Actuación como Código Ético.

Comunicación interna

La difusión interna de los Principios de Actuación arrancó con una comunicación personal a la plantilla en la que se destacaba la importancia de conocer y aplicar los Principios de Actuación.

Como refuerzo, se publicaron artículos en la revista interna "SOMOS", distribuida a todo el Grupo, y se publicó una página en la Intranet. El texto *on line*, disponible en inglés, castellano y portugués ha tenido más de 50.000 descargas. Además, en algunos países, se lanzaron campañas de sensibilización.

Formación

En 2007, Telefónica puso en marcha una actividad formativa on line de carácter obligatorio para todos los empleados con los objetivos de:

- Dar a conocer la relación entre la Visión, los Valores y los Principios de Actuación.
- Explicar la importancia de seguir unos Principios básicos de actuación.
- Indicar cómo benefician a la imagen de marca, a la cultura y al clima.

La primera región del Grupo que lanzó el curso, de modo progresivo, fue América Latina, donde México, Ecuador, Nicaragua, Colombia, Salvador, Panamá y Guatemala iniciaron la formación en junio de 2007. A continuación, comenzó su implantación en el resto de países y en España. En el resto de Europa, se mantuvieron los cursos existentes en O2, salvo en República Checa, donde la formación comenzó en febrero de 2008.

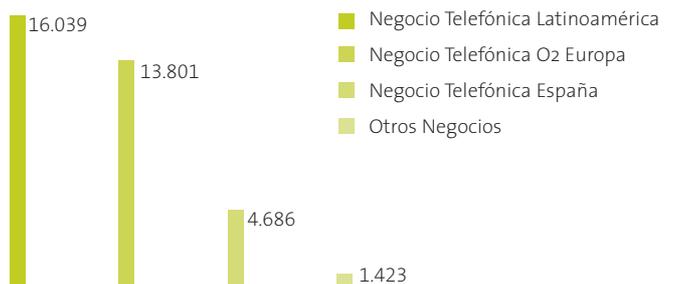
Así, al cierre de 2007, 35.949 empleados del Grupo Telefónica ya habían recibido formación sobre los Principios de Actuación, siendo el objetivo formar a más del 80% de los profesionales durante 2008 (salvo el personal de teleoperación).

% EMPRESAS DEL GRUPO QUE HAN RATIFICADO LOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN



Nota: Información obtenida a través de la evaluación del control interno sobre el reporte financiero requerido por la Sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley

EMPLEADOS FORMADOS SOBRE LOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN



Nota: No incluye Atento, ya que dispone de diferentes planes de formación sobre los Principios de Actuación dirigidos a los teleoperadores

Normativas asociadas

Telefónica quiere que los Principios de Actuación influyan en la forma de actuar de la Compañía frente a sus distintos *stakeholders*.

En este sentido, y para concretar los Principios, durante 2007 se aprobó a nivel corporativo la “Normativa de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro” y la “Normativa de Contratación a Proveedores Sociales”. Otras líneas que está trabajando el Grupo corresponden a la protección de datos, la publicidad responsable, el cuidado ambiental y el fomento del uso responsable de las telecomunicaciones por parte de los menores.

A nivel local, Argentina publicó el Manual de Convivencia, con normas que ayudan a desarrollar conductas concretas.

Control interno

El último pilar del modelo de gestión de los Principios de Actuación es el control del cumplimiento y la verificación del grado de implantación de éstos en todo el Grupo, así como el cumplimiento de las normativas corporativas derivadas.

Durante 2008 el objetivo es realizar la certificación del grado de cumplimiento de la formación, y posteriormente la verificación de las normativas aprobadas.

Oficina y Buzón de Principios de Actuación

La Oficina de Principios de Actuación está integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Jurídica, y Secretaría General Técnica de la Presidencia de Telefónica, y un representante de Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica O2 Europa, respectivamente. La oficina se ocupa, entre otras cosas, de divulgar los Principios, y de las políticas y controles para su cumplimiento. Además, gestiona las preguntas o alegaciones de empleados, proveedores y socios.

Estas consultas llegan de modo anónimo o personal, a través del Buzón de los Principios de Actuación. Hasta ahora, ha recibido cerca de 213 comunicaciones, sobre todo, para pedir información y en algunos casos, para trasladar inobservancias en el trato a clientes o en la adjudicación a proveedores. En Telefónica O2 Europa se han investigado 10 comunicaciones sobre incumplimientos y se han llevado a cabo unas 300 acciones disciplinarias.

Durante 2007, la oficina realizó un seguimiento de la formación, de las principales quejas y preguntas, de la aprobación de normativas, etc.

En Europa ya existía este mecanismo para los *Business Principles* de O2, mientras que en América Latina, también se crearon oficinas en todos los países en los que hay operaciones significativas. En todos los casos, la composición de las oficinas es similar a la corporativa.



Extensión de los Principios de Actuación a los Proveedores

Telefónica prevé en sus Principios de Actuación, en materia de responsabilidad en la cadena de suministro lo siguiente:

“Requeriremos a nuestros proveedores que desarrollen su negocio aplicando Principios similares a los señalados en estos Principios y les exigiremos el cumplimiento de la ley y de la regulación existente en cada país”.

Para ello, además de poner en marcha una normativa específica, para asegurar que sus proveedores comparten sus Principios de Actuación, Telefónica impulsó en 2007 la formación y la autoevaluación para sus suministradores. Así, tras identificar a aquellos que suministran productos o servicios clasificados como de riesgo en RSC -2.453 proveedores a finales de 2007, equivalente a menos del 5% del total-, calcula que en 2008 serán evaluados más de 1.000 proveedores.

La citada evaluación se realiza a través de un Cuestionario de Autoevaluación elaborado por Telefónica, y que dichos proveedores deben cumplimentar *on line* cuando realicen la inscripción o renovación en el Catálogo de Proveedores de la Compañía, o cuando resulten adjudicatarios de algún producto o servicio de riesgo. Este cuestionario permite a Telefónica medir con mayor precisión los riesgos en Responsabilidad Corporativa.

En los casos en los que sea necesario, la Compañía también realizará un seguimiento personal o telefónico. Asimismo, acuerda planes de mejora con los proveedores con riesgos de incumplimiento de los Principios. Otro mecanismo empleado para la gestión del riesgo en la cadena de suministro es la auditoría presencial de las instalaciones.

Respecto a los proveedores sociales, Telefónica propone, entre otras medidas, ofrecerles derecho de tanteo en el proceso de adjudicación (en los países en los que no existe impedimento legal para otorgarlo), y exonerarles de las cuotas por la utilización de su plataforma de comercio electrónico.



Para más información sobre los proveedores:
www.telefonica.es/rco7/comprasresponsables



El índice de satisfacción del empleado se situó en el 65%, 3 puntos por encima de 2006

Proporcionar una oferta de valor a los empleados para aumentar así su grado de compromiso con la Compañía. Éste es uno de los objetivos del proyecto “Promesa al Empleado”, diseñado para lograr que Telefónica sea el mejor lugar para trabajar en 2010.

En 2007, la satisfacción de los empleados de Telefónica mejoró más de dos puntos y medio porcentuales respecto a 2006, según los resultados de la Encuesta de Clima Laboral, que registró una participación del 67,6%.

Telefónica ya ha empezado a ver algunos resultados en los rankings de las mejores empresas para trabajar: Colombia posee la primera posición del país. Asimismo, Ecuador Móviles, Uruguay Móviles, y Reino Unido están entre las cinco primeras compañías. Y Telefónica O2 Europa en la República Checa recibió el premio “Most Desired Employer” 2007.

“Promesa al Empleado”: proyecto clave 2007

Para mejorar el índice de satisfacción y compromiso de los equipos y llegar a convertirse en el mejor lugar para trabajar, el pasado año la Compañía siguió trabajando en uno de sus proyectos emblemáticos, “Promesa al Empleado”. A partir de una metodología basada en la investigación y mejor práctica externa, la promesa al empleado se empezó a probar en Telefónica O2 Europa. A fecha de publicación de este informe, cada región cuenta con su propia promesa al empleado, adaptada a su cultura y estrategia. Con la Promesa aspiramos a convertir a nuestros empleados en fans para que, a través de su satisfacción laboral, brinden la mejor experiencia de servicio a nuestros clientes. Todas las promesas comparten una serie de prioridades comunes:

Consolidar una cultura de alto desempeño

Telefónica quiere seguir transformándose para ser una empresa en la que el desempeño se valora, se fomenta y se premia adecuadamente. Esto implica evaluarlo de forma correcta y transparente. Durante 2007, 174.626 empleados fueron evaluados por objetivos en el Grupo, un 70% sobre la plantilla total.

EVOLUCIÓN DEL CLIMA LABORAL

	Total empresa	Directivos	Mandos intermedios	Colaboradores
2005	58%	79%	64%	57%
2006	62%	80%	70%	60%
2007	65%	85%	76%	62%

Pertenecer a una empresa internacional

La Compañía quiere poner en valor su dimensión e internacionalidad, aumentando las oportunidades de movilidad como motor de intercambio de ideas y mejores prácticas. Durante 2007, 200 trabajadores participaron en programas de rotación internacional y la rotación interna alcanzó la cifra de 1.600 empleados.

Fomentar el talento global

Telefónica pone especial atención en el desarrollo de las personas con mayor potencial, para que se desarrollen y en el futuro sean los líderes del Grupo. Durante 2007, invirtió en formación 59 millones de euros y los empleados recibieron más de 14 millones de horas de formación presencial. Asimismo, más de 1.000 profesionales participaron en, al menos, un programa estratégico de la Universidad Corporativa de Telefónica.

Retos para 2008

Algunos de los retos en la gestión de Telefónica como el mejor lugar para trabajar en 2008 son los siguientes:

- Impulsar un programa de rotación internacional, que incluya más de 300 empleados participantes; y conseguir un 95% de retención del talento global en el Grupo.
- La implantación de prácticas que faciliten el balance vida-trabajo y bienestar, tales como las nuevas formas de trabajar en el Campus de Telefónica en Madrid, Distrito C.
- Desarrollo de un programa de formación con la Universidad Corporativa de Telefónica sobre orientación al cliente y liderazgo.
- Impulso del proyecto global de diversidad y acciones para favorecer la inclusión de culturas, formas de pensar, género etc.
- Poner en funcionamiento las rutas profesionales para la promoción del desarrollo.

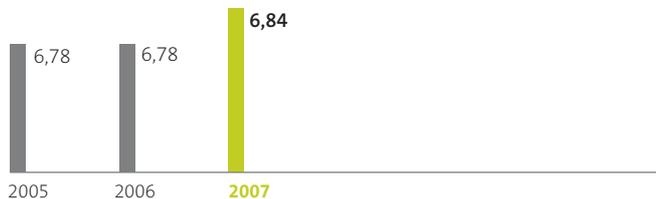


La satisfacción del cliente en 2007 se situó en 6,84, frente al 6,78 del año anterior

El compromiso del Grupo Telefónica es ser líder en el Índice de Satisfacción de Clientes en todos los negocios antes del fin de 2009. Una iniciativa clave para conseguirlo es el programa “Experiencia Cliente”, dirigido a aumentar su grado de fidelización.

En el año 2007, el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) global de Telefónica se situó, al cierre del cuarto trimestre, en 6,84 sobre 10 puntos, frente a 6,78 de 2006 y 2005.

EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL*



El ISC de Telefónica España en 2007 se situó en 6,67 destacando la mejora en los segmentos de clientes residenciales de telefonía fija y de grandes empresas. En cuanto al negocio móvil, se mantuvo una diferencia superior a 0,30 puntos respecto a la competencia.

En términos comparativos, siguió destacando el grado de satisfacción de los usuarios en Europa, que el pasado año volvió a mejorar impulsado por la trayectoria en el Reino Unido, lo que permitió a la Compañía mantener su condición de líder en satisfacción del cliente en el mercado británico.

En América Latina, el ISC presentó una evolución positiva en 2007, con una mejora del 4%. La aportación del negocio móvil fue fundamental para conseguir este avance, con una tendencia alcista sostenida a lo largo del año en la generalidad de las operadoras. Por su parte, el negocio fijo presentó una mejora moderada.

“Experiencia Cliente”: programa clave 2007

En 2007, Telefónica emprendió el programa “Experiencia Cliente”, liderado por el Comité Ejecutivo de la Compañía. Internamente, el programa persigue incrementar la satisfacción del cliente y, como consecuencia de ello, aumentar los niveles de fidelización. Se basa en una mejor práctica de Telefónica O2 Europa y se trata de una iniciativa global.

Líneas de actuación en 2007

Las actividades claves que se han realizado dentro de este proyecto incluyen la identificación de los *touchpoint* o puntos de interacción de los clientes con la Compañía, y la definición de promesas para satisfacer sus expectativas. A lo largo del proceso, Telefónica se apoya en encuestas de satisfacción, *trackings* especializados, *focus groups*, etc.

Para cumplir las “Promesas al Cliente”, en 2008, Telefónica lanzará iniciativas de mejora de los procesos claves y planes de comunicación interna, y fomentará el intercambio de mejores prácticas entre empresas del Grupo.

* Expresa el grado de satisfacción del cliente en relación con el servicio dispensado por la Compañía, en una escala de uno a diez en la que 1 significa nada satisfecho y 10 significa completamente satisfecho.



Gobierno Corporativo y Transparencia en Telefónica

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.

Principios de Gobierno Corporativo

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 su viabilidad 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.

Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas es el órgano supremo deliberante a través del que se manifiesta la voluntad de los accionistas. Su organización y funcionamiento se recogen en el Reglamento de la Junta.

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.

En particular, el Consejo de Administración se reserva determinadas competencias con carácter indelegable, teniendo competencia exclusiva sobre, entre otras, las siguientes materias:

- Las políticas y estrategias generales de la Compañía.
- La evaluación del Consejo, de sus Comisiones y de su Presidente.
- El nombramiento de Altos Directivos, así como la retribución de los Consejeros y Altos Directivos.
- Las inversiones estratégicas.

Por lo que se refiere a la composición del Consejo de Administración, los Estatutos Sociales de Telefónica prevén que dicho Órgano esté compuesto por un mínimo de cinco y un máximo de veinte Consejeros. En el mes de marzo de 2008, el Consejo de Administración estaba integrado por 17 Consejeros; 3 ejecutivos, 4 dominicales, 8 independientes y otros 2 clasificados como "otros Consejeros externos".

Telefónica, premiada por su transparencia informativa

- “Premio al Buen Gobierno Corporativo”, otorgado por “Mi Cartera de Inversión”, dentro de la categoría de compañías cotizadas.
- “Premio Transparencia Informativa”, concedido por periodistas de más de 100 medios españoles, a través del semanal “El Nuevo Lunes”.
- Telefónica, líder en RSC en España, según un estudio de UGT.
- Telefónica es una de las tres empresas del IBEX 35 que mejor informan sobre responsabilidad social, según el estudio del Observatorio de RSC.
- Los informes de RSC de Telefónica quedan finalistas en los premios a los mejores informes de Accountability o el Global Reporting Initiative.
- Telefónica destaca como una de las mejores compañías españolas por su eficacia en las relaciones con los inversores, según la clasificación elaborada por la firma británica de consultoría Institutional Investor Research Group.
- Telefónica del Perú recibe el “Premio ProCapitales” a la mejor Memoria Anual.

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, estatutaria o reglamentariamente 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. 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

Asimismo, 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.

Estas comisiones son las siguientes: la Comisión de Auditoría y Control; la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno; la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa; la Comisión de Regulación; la Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial; y la Comisión de Asuntos Internacionales.

Los Consejeros

Nombramiento

Los nombramientos de los Consejeros se someten a la decisión y aprobación de la Junta General de Accionistas, y conforme a lo dispuesto por el Reglamento del Consejo de Administración de la Compañía, las propuestas de nombramiento están precedidas del correspondiente informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, y en el caso de los Consejeros independientes, de la correspondiente propuesta.

Derechos y obligaciones

El Reglamento del Consejo describe con amplitud los derechos y las obligaciones de los Consejeros, detallando los deberes que dimanen de las obligaciones de diligencia, fidelidad y lealtad de los Consejeros, contemplando, en particular, los posibles conflictos de interés, el deber de confidencialidad, el aprovechamiento de oportunidades de negocios y el uso de activos sociales.

Política retributiva

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. Asimismo, la Compañía ha elaborado por primera vez un Informe sobre la política de retribuciones en el que se exponen los criterios y fundamentos para determinar las remuneraciones de los Consejeros correspondientes al ejercicio en curso.



Telefónica redobló su compromiso en 2007 para fomentar un entorno en el que los menores puedan usar las nuevas tecnologías de forma segura

Telefónica ofreció a padres y menores más herramientas y recomendaciones para asegurar un uso responsable de sus productos y servicios.

Para fomentar un entorno en el que los menores puedan usar las nuevas tecnologías de forma segura, Telefónica impulsó en 2007 una regulación interna para garantizar una oferta adecuada. Por otro lado, firmó junto con los principales operadores móviles europeos, un Acuerdo Marco auspiciado por la Comisión Europea, convenio que en España se tradujo en un Código de Conducta Nacional, por el que las empresas se comprometieron a colaborar en el control y etiquetado de los contenidos que ofrecen.

Productos y servicios

En 2007, Telefónica trabajó en el desarrollo de terminales móviles, propuestas y herramientas para los menores y los padres:

- Desarrolló con Imaginarium el CAM1, un modelo más avanzado del M01, para niños a partir de 6 años, que incluye cámara de fotos y MP3.
- Vio la luz la cuarta edición de *Play Pack*, para niños de 8 a 14 años. Entre las funcionalidades que ofrece, están las listas restringidas de llamadas, cobro revertido, servicio de localización, bloqueo de acceso a contenidos de adultos, etc. Un euro de cada *pack* se dona a la ONG Aldeas Infantiles.
- Lanzó *Gestión Familiar*, el plan de ahorro y gestión de móviles, con una línea gestora y hasta un máximo de líneas dependientes (contrato o prepago); opción para definir umbrales de consumo con avisos de superación; filtro de contenidos *Canguro Móvil*, etc.



- *Imagenio* mantuvo sus controles parentales (los padres bloquean con un PIN el acceso a canales para adultos, o impiden que los hijos compren películas sin su consentimiento) y Telefónica O2 Europa también ofreció controles para sus servicios.
- Telefónica O2 Europa ofreció a sus clientes números de teléfonos y direcciones web para aportar inquietudes o información sobre actuaciones inadecuadas de terceros en el uso de sus servicios.
- En Europa, la oficina de consultas -*Nuisance Call Bureau*- de Telefónica sirvió a los clientes para pedir consejo en caso de que su hijo sufriera acoso escolar, o dar información útil a colegios.

Acciones educativas para padres y menores

En 2007, Telefónica siguió colaborando con el Proyecto Safer Internet Plus, promovido por la Comisión Europea. Así, la formación impartida en España junto con la ONG Protégeles sobre normas de seguridad para navegar por Internet y pautas para usar el móvil, benefició a 100.000 niños de 400 centros educativos.

Adicionalmente, Telefónica O2 Europa colabora con la ONG Childnet International, con quien ha lanzado programas educativos. Además, la Compañía tiene en las tiendas folletos sobre robos de terminales, llamadas molestas, prevención del acoso escolar, etc. En Reino Unido, Telefónica O2 Europa ha desarrollado el programa "Champions", un plan de formación de voluntarios sobre protección de menores en el uso de las nuevas tecnologías.

En Latinoamérica, Telefónica lanzó el Proyecto Generaciones Interactivas para promover un uso responsable de las TIC entre niños y jóvenes. El eje central del proyecto es la realización del estudio "Generaciones interactivas en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales", impulsado por Telefónica y desarrollado por la Universidad de Navarra y Educared. A fecha de publicación de este informe, se habían realizado 28.917 encuestas. En paralelo, se están preparando otras iniciativas: desarrollo de material para los colegios, organización de un foro, acciones de comunicación, etc.



La Compañía realizó el pasado año su primer inventario global de Gases de Efecto Invernadero bajo una normativa basada en estándares reconocidos como el GHG Protocol

En 2007, emitimos algo más de 1,6 millones de Ton CO₂ año, lo que supone unos 7 kg de CO₂ por acceso.

La estrategia de Telefónica frente al Cambio Climático

Por su escasa contribución a los Gases de Efecto Invernadero (GEI), el sector de las telecomunicaciones es considerado como “*Carbon Light*”. Si a esto se le añade el potencial de la industria en cuanto a reducción de emisiones mediante la desmaterialización o el ahorro de desplazamientos, se puede decir que es “parte de la solución al problema del Cambio Climático”.

En este sentido, la estrategia de Telefónica pasa por colaborar activamente con las asociaciones más reconocidas, como ETNO (European Network Operator Association) y GeSI (Global e-Sustainability Initiative), y sumar así esfuerzos. Asimismo, Telefónica suscribió en julio de 2007, junto con 152 empresas más, el “*Caring for Climate*”, una iniciativa del Pacto Mundial por la cual se comprometió a trabajar activamente en la lucha contra el Cambio Climático.

Para cumplir con estos compromisos, la Compañía lanzó internamente el Plan Estratégico de Cambio Climático, un proyecto transversal a todo el Grupo, cuyos objetivos son:

- Recopilar y homogeneizar los datos de emisiones de GEI de todos los países y sociedades de Telefónica.
- Identificar riesgos asociados a futuras restricciones de GEI y oportunidades para la reducción, que permitan mejorar el índice de comportamiento ambiental de Telefónica.
- Elaborar un Plan de Eficiencia Energética.
- Calcular las emisiones de GEI evitadas por los productos y servicios comercializados por Telefónica.
- Concienciar a los agentes sociales y económicos en la lucha contra el Cambio Climático.
- Extender la cultura de la lucha contra el Cambio Climático y el ahorro y eficiencia energética en Telefónica.

Telefónica elaboró en 2007 un procedimiento de trabajo interno que tiene por objeto establecer, a partir de estándares reconocidos (GHG Protocol, IPCC y Norma ISO 14064-1), la metodología para cuantificar las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). El pasado año Telefónica emitió algo más de 1,6 millones de T CO₂ equivalente, lo que supone unos 7 Kg de CO₂ por acceso*.

Durante 2007 la Compañía implantó medidas encaminadas al ahorro energético tanto en edificios de oficina como en las operaciones, que serán reforzadas en 2008 con un Plan que incluirá objetivos concretos.

Las TIC, parte de la solución (Movilforum)

Mobile Marketing

- Reducción de consumo de papel.
- Supresión de las necesidades de entrega de reparto y de los costes logísticos asociados.

Localización y Gestión de Flotas

- Optimización de rutas y desplazamientos.
- Reducción del gasto de combustible.

Ayuda a la productividad

- Reducción de consumo de papel.
- Trabajo en movilidad y teletrabajo.
- Optimización de la gestión interna.
- Mejoras de la gestión comercial.

Sistemas de Telecontrol y Domótica

- Reducción de los desplazamientos.
- Control del medio natural mediante sensores y dispositivos de vigilancia.
- Gestión racionalizada de la energía.
- Instrumento del uso de las energías renovables.

* Para obtener un valor relativo a la actividad se utiliza el número de accesos.

La Compañía creó en 2007 una Dirección Corporativa de Medio Ambiente, así como Comisiones Regionales para ejecutar el programa en todas las operaciones



Para más información:
www.telefonica.es/rco7/gestionambiental

Telefónica tiene más del 50% de sus operaciones móviles certificadas ambientalmente conforme a la ISO 14.001

Para los próximos 4 años, el Grupo Telefónica abordará un Plan de Acción Medioambiental que incluye cinco ámbitos: Cambio Climático, Gestión Ambiental, Gestión de Residuos, Despliegue de Red Responsable, y Telecomunicaciones y Desarrollo Sostenible.

De cara a 2008, Telefónica desarrollará un Sistema de Gestión Ambiental Global.

Sistema homogéneo en todo el Grupo

Para garantizar el desarrollo de una política y la gestión medioambiental homogénea en todo el Grupo Telefónica, la Compañía creó en 2007 la Dirección Corporativa de Medio Ambiente, en el área de la Secretaría General Técnica de la Presidencia, por mandato del Consejo de Administración de Telefónica S.A. Además, desarrolló un modelo organizativo funcional, con Comisiones Ambientales formadas por equipos multidisciplinares en los diferentes países.

En ese mismo año, la Compañía aprobó el "Plan de Acción y Objetivos Ambientales de Telefónica 2008-2012", que se estructura en 5 grandes ejes:

- Cambio Climático. Mejorar la eficiencia energética de los procesos, y potenciar los servicios de telecomunicaciones con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂.
- Gestión ambiental. Homogénea e integrada en todas las operaciones y en la cadena de suministro.
- Gestión de Residuos. A través de convenios y acuerdos internacionales con organismos acreditados.
- Despliegue de Red Responsable. Asegurar los criterios ambientales, teniendo en cuenta las percepciones sociales en el despliegue de la instalaciones fijas y móviles.
- Telecomunicaciones y Desarrollo Sostenible. Potenciar los servicios de telecomunicaciones que contribuyan al ahorro energético, al control atmosférico, acústico, o la prevención de catástrofes naturales.

Gestión Ambiental

Durante 2007 Telefónica avanzó en la elaboración de normativas internas que aseguran la gestión medioambiental.

Así, se actualizó la Norma de Requisitos Mínimos Medioambientales, aprobada en 2005, que dará paso a la Norma General de Gestión Medioambiental, con otras específicas para las líneas de negocio como la Norma de

Verificación de Requisitos Legales, para identificar la legislación ambiental que aplica a la actividad del Grupo Telefónica.

Además, el pasado año se fortaleció la gestión ambiental en las operaciones de América Latina: Móviles Colombia se certificó según la ISO 14.001 y Móviles España, Móviles Perú, Móviles México y Móviles Ecuador superaron las correspondientes auditorías de seguimiento.

Control de aspectos ambientales

Los aspectos ambientales más significativos para Telefónica por su impacto en el entorno o relevancia social son los relacionados con: el consumo energético; residuos de equipos eléctricos y electrónicos; residuos peligrosos (baterías); ruido de instalaciones; emisiones electromagnéticas; e impacto visual. Sobre ellos, la Compañía realiza un control preventivo y correctivo, siendo en este sentido fundamentales la planificación y el mantenimiento de las instalaciones.

CONTROL DE ASPECTOS AMBIENTALES EN TELEFÓNICA

	2007	2006
Electricidad operaciones (MWh)	3.375.908	3.230.861
Electricidad oficinas (MWh)	925.281	932.290
Agua (MI)	5.508.661	2.354.062 ¹
Combustible instalaciones (MI)	12.016	12.294
Combustible vehículos (MI)	67.838	23.905 ¹
Consumo papel (t)	8.131.320	10.549.646
Residuos equipos eléctricos y electrónicos (t)	3.251	5.477

¹ No se disponían de datos de todas las operaciones en 2006.
MWh = Megawatios/hora
MI = Miles litro
t= tonelada



La Compañía invirtió en 2007 más de 5,2 millones para minimizar el impacto visual de sus infraestructuras

Telefónica aplica criterios ambientales y de sostenibilidad en los procesos de planificación, construcción y mantenimiento de su red global.

Integración en el entorno

Telefónica ha desarrollado en los últimos años prácticas que buscan reducir el impacto de sus infraestructuras sobre el medio ambiente, procurando así que sus actividades sean lo más respetuosas posible con el entorno en el que se ubican. La primera de estas prácticas consiste en la utilización de infraestructuras existentes, para evitar así nuevas construcciones. De esta forma, en 2007, se evitaron 4.688 nuevos emplazamientos.

Cuando se realiza una nueva infraestructura, principalmente torres de telecomunicaciones, la Compañía trata de integrarla lo máximo posible en el paisaje. A mediados de los 90, Telefónica desarrolló una metodología para evaluar el impacto visual generado por las torres, usando un parámetro denominado "Fragilidad Visual" (FV). Éste determina la necesidad de adecuar las infraestructuras en función de su impacto visual. A lo largo de 2007 se llevaron a cabo 413 adecuaciones en infraestructuras con alto impacto, con una inversión de 5.268.441 euros para corregir y minimizar este aspecto.

Otra práctica habitual consiste en la compartición de infraestructuras entre distintos operadores. Actualmente, la Compañía cuenta con 6.376 emplazamientos con infraestructuras compartidas.

Por otro lado, para instalar nuevos emplazamientos, y dando cumplimiento a requisitos legales, en 2007, el Grupo Telefónica realizó 862 estudios de impacto ambiental.

Otro aspecto ambiental que puede provocar impactos locales y que por tanto es controlado, es el ruido generado por las instalaciones (redes de telefonía móvil y fija). En 2007, Telefónica realizó 980 mediciones acústicas, registró 38 quejas e hizo 54 adecuaciones, con una inversión de 941.795 euros.

Radiofrecuencia y niveles de emisión

La telefonía móvil es una tecnología inalámbrica basada en una amplia red de antenas fijas o estaciones de telefonía móvil que transmiten información mediante señales de radiofrecuencia (RF) u ondas de radio, con frecuencias entre 900 (GSM) y 2000 MHz (UMTS).

Aunque supone sólo el 2% del total de las emisiones de radiofrecuencia, existe una inquietud en la sociedad en relación a las antenas de las estaciones, sobre los efectos a largo plazo que pudieran tener en la salud. En este sentido, la Organización Mundial de la Salud u OMS (www.who.int) ha afirmado que, teniendo en cuenta los muy bajos niveles de exposición y los resultados de investigaciones reunidos hasta el momento, no hay ninguna prueba científica convincente de que las débiles señales de RF procedentes de las estaciones de base tengan efectos adversos en la salud. Además, han determinado, junto con la Comisión Internacional para la Protección contra Radiaciones No ionizantes (ICNIRP), unos estándares internacionales de exposición a campos electromagnéticos, y de emisión de potencia de antenas de estaciones base y de teléfonos móviles.

Telefónica controla y monitoriza los niveles de emisión radioeléctrica de sus infraestructuras -en 2007, realizó 15.167 mediciones- para garantizar la seguridad de sus instalaciones.

Diálogo y transparencia

Bajo la premisa fundamental de transparencia, Telefónica mantiene un diálogo continuo con sus grupos de interés, facilitando información avalada y contrastada por la comunidad científica, y documentación de organismos oficiales con competencias en Sanidad y Telecomunicación.

Además, para responder a las solicitudes de información, la Compañía cuenta con varios canales: las páginas web y participación en jornadas informativas en colaboración con Asociaciones de Consumidores y Usuarios, y otras entidades, entre otros.

Unos 19.000 empleados participaron en el programa de Voluntariado Corporativo en 2007. Por su parte, la asociación ATAM benefició a cerca de 4.000 personas con discapacidad



Para más información:
www.fundacion.telefonica.com
www.atam.es

Telefónica destinó cerca de 90 millones de euros a acción social y cultural durante el ejercicio 2007

Con el fin de medir y evaluar mejor su acción social, Telefónica adoptó el año pasado la metodología internacional LBG. Esta metodología cuantifica conceptos que hasta ahora la Compañía no tenía en cuenta, como por ejemplo, el tiempo de Voluntariado Corporativo de los empleados.

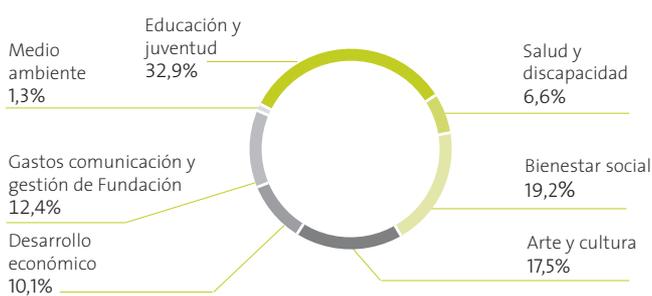
En total, la inversión ascendió a 88,8 millones de euros. Fundación Telefónica siguió siendo el motor de la acción social estratégica: destinó 51,1 millones a más de 700 proyectos, que beneficiaron a 39,8 millones de personas. De éstas, el 95% se beneficiaron a través del uso de las TIC

TOTAL PERSONAS PARTICIPANTES/BENEFICIADAS DIRECTAMENTE POR LA ACTIVIDAD DE FUNDACIÓN TELEFÓNICA EN 2007

Área	Número de personas
EducaRed	35.900.656
Proniño	66.963*
Voluntarios	246.427
Fórum	532.842
Arte y Tecnología	2.112.299
Otros Programas	953.309
Total	39.812.496

ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL POR ACTIVIDAD

Metodología LBG - Datos en porcentaje



ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL POR REGIONES

Metodología LBG - Datos en porcentaje



Fundación Telefónica: más de 700 proyectos sociales

Fundación Telefónica fue creada en 1998 con el objetivo de articular la acción social y cultural de Telefónica. Su objetivo estratégico, revisado en 2005, está enfocado a la educación a través de las TIC.

Fundación Telefónica está presente en 8 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela, aunque la acción social que desarrolla a través de programas como Proniño o Voluntarios Telefónica se extiende a 14, incluyendo Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay. En 2007 siguió trabajando en diferentes programas, entre los que destacan:

- **Proniño**, cuyo objetivo es contribuir a erradicar el trabajo infantil por la vía de la escolarización. En 2007, escolarizó a más de 52.000 niños en América Latina.
- **EducaRed**, orientado a mejorar la educación mediante las nuevas tecnologías, combinando recursos online para profesores y alumnos con eventos presenciales que permitan dinamizar la educación. Su portal recibió cerca de 60 millones de visitas en 2007.
- **Voluntarios Telefónica**, programa que busca el fomento y la participación de los empleados en actividades de acción social, con más de 164.408 horas el pasado ejercicio.
- **Fórum**, que atiende a la generación del conocimiento en el entorno de la Sociedad de la Información y su impacto social.
- **Arte y Tecnología**, el programa que difunde la cultura y el arte contemporáneos relacionando vanguardia e innovación tecnológica. Además, gestiona el patrimonio artístico, histórico y tecnológico de Telefónica.

Para cumplir sus objetivos, Fundación Telefónica se apoya en entidades educativas, sociales y culturales, públicas y privadas: el pasado año, colaboró con 416 organizaciones.

* 66.963 incluye 52.991 niños, 6.507 docentes y educadores, y 7.465 agentes sociales.

ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE TELEFÓNICA

Metodología LBG desde 2007. Datos en miles de euros

	2007	2006	2005
Fundación Telefónica	51.054	33.015	28.999
ATAM ¹	4.500	4.500	4.500
Patrocinios sociales y culturales ²	28.988	1.608	2.571
Actividades sociales O2	4.228	2.493	0
Total	88.770	41.616	36.070

¹ En 2007, la metodología LBG no permite contabilizar las contribuciones de los 60.000 empleados que colaboran con ATAM ni el gasto dedicado a beneficiar a personas con discapacidad que sean familiares de empleados. Se han ajustado las cantidades de años anteriores.

² Se consideran patrocinios sociales y culturales todos los que tienen un impacto positivo en la sociedad, la cultura y el arte de acuerdo, a los criterios de la metodología LBG. En 2006 y 2005 no se han reajustado las cantidades.



El modelo LBG ayuda a las empresas a mejorar la gestión, medición e información de su colaboración y compromiso con la comunidad. Va más allá de las aportaciones puntuales para incluir la gama completa de contribuciones destinadas a la comunidad (tiempo de los empleados, contribuciones en especie y dinero), y valora los resultados reales para la comunidad y la empresa. El modelo fue desarrollado por un grupo de compañías en 1995 como una herramienta interna de evaluación y como una forma de garantizar mayor consistencia y comparabilidad de la información publicada. Hoy más de 150 empresas internacionales líderes aplican el modelo en todo el mundo.

Voluntariado Corporativo

Unos 19.000 empleados del Grupo Telefónica realizaron acciones solidarias el pasado año en España y 13 países de Latinoamérica, enmarcadas dentro del programa de Voluntariado Corporativo que gestiona Fundación Telefónica. A este programa correspondieron 443 iniciativas, con una dedicación por parte de los empleados superior a las 164.408 horas. En total, beneficiaron a 246.427 niños, personas necesitadas, mayores, damnificados por desastres naturales, etc.

Entre los proyectos en 2007, cabe mencionar las acciones para apoyar a Proniño: la campaña del Euro Solidario, que permitió recaudar fondos para el proyecto, y las Vacaciones Solidarias, durante las cuales los empleados ayudaron en colegios Proniño (el reto para 2008 es involucrar a los voluntarios de Latinoamérica y de O2 en estas vacaciones). A Proniño estuvo dedicado por primera vez el Día Internacional de Voluntarios Telefónica.

En España nació la figura del Cibervoluntario, para denominar a aquellos voluntarios que recibieron formación sobre las TIC para a su vez ser formadores. También se desarrollaron iniciativas en apoyo de personas con discapacidad, colaborando en las actividades deportivas de la "Fundación También" y Special Olympics; y de jóvenes en riesgo de abandonar los estudios, cooperando en los programas educativos de "Junior Achievement".

Europa

Casi 900 empleados de Telefónica O2 Europa también realizan múltiples iniciativas de voluntariado en los diferentes países en los que opera la Compañía.

El pasado año, Telefónica O2 Europa celebró la cuarta edición de los "Global Community Awards", galardones dirigidos a incentivar y reconocer la colaboración de los empleados de todo el Grupo con la sociedad; y en Irlanda entregó las distinciones "The Volunteer of the Year" y "Fundraiser of the Year", para premiar a aquéllos que han destacado por recaudar fondos para alguna causa solidaria.

ATAM

ATAM (Asociación Telefónica para Asistencia a Minusválidos) es el proyecto social del Grupo Telefónica y sus trabajadores que tiene como fin mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.

La Asociación finalizó 2007 con más de 60.000 socios y unas aportaciones de 13,9 millones de euros (cada socio aporta el dos por mil de su nómina mensual y la Compañía abona el 0,4% por todos los empleados de la empresa). Benefició a 3.986 personas de diferentes modos: dispone de un sistema de ayudas económicas directas soportadas por una red de oficinas de atención presencial; ofrece un servicio de integración laboral (orientación, formación, búsqueda de empleo y seguimiento posterior); y desarrolla labores de valoración y diagnóstico de la discapacidad, a través de un equipo multidisciplinar de profesionales.

Hitos en 2007

Durante el ejercicio 2007, ATAM amplió su red de atención al socio abriendo nuevas oficinas en Sevilla y Granada (para atender a toda Andalucía), Oviedo (Asturias), Zaragoza (Aragón) y Palma de Mallorca (Baleares). Además, creó un sistema de control de calidad para verificar la idoneidad del servicio y la opinión de los socios a través de diversos mecanismos (encuestas, buzones de sugerencias, inspecciones, etc). Adicionalmente, diseñó una nueva metodología de atención para incorporar el diagnóstico clínico al proceso de atención.

La asociación también formalizó diversos acuerdos con Fundación Telefónica con el objetivo de asumir la dirección técnica del portal de empleo Mercadis, diseñar un plan de formación para los Voluntarios Telefónica y ayudar a perfeccionar las ayudas técnicas de Retadis, una red nacional de ordenadores accesibles.

Por otro lado, ATAM colaboró con el Grupo Telefónica en la elaboración de un Manual de Principios Conceptuales y Pautas Metodológicas de Actuación para la integración laboral de Personas con discapacidad en la Compañía.



Proniño cumplió en 2007 su objetivo de escolarizar a más de 50.000 niños y niñas en trece países de Latinoamérica

Fundación Telefónica contribuye a erradicar el trabajo infantil a través de este programa, cuyos ejes son la protección integral de los niños, la calidad educativa y el fortalecimiento socio-institucional.

Proniño es el programa de acción social gestionado por Fundación Telefónica para contribuir a erradicar el trabajo infantil en Latinoamérica a través de la escolarización de calidad de los menores. A 31 de diciembre de 2007, Proniño beneficiaba de forma directa a 52.991 niños, niñas y adolescentes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela y Uruguay. Por tanto, se cumplió el objetivo de superar los 50.000 niños escolarizados en 2007 y se prevé alcanzar los 100.000 beneficiarios en 2008.

La evolución de Proniño en 2007 no hubiera sido posible sin la colaboración de las ONG –el número se multiplicó durante el ejercicio, hasta llegar a 93– con las que trabaja directamente; de las escuelas, instituciones públicas y privadas en colaboración con las comunidades en las que viven los pequeños. En un plano diferente, los Voluntarios Telefónica siguieron jugando un papel fundamental, participando en multitud de actividades, aportando tiempo y talento.

Ejes estratégicos

Durante el pasado año, Proniño basó su actividad en los tres ejes estratégicos presentados en abril de 2007 en Bogotá y que seguirán guiando sus pasos en 2008:

Protección integral de menores en situación de trabajo infantil

Se atiende a los niños y niñas y a su entorno familiar y comunitario, consiguiendo que permanezcan en la escuela, logrando una erradicación progresiva para desvincularlos del entorno laboral.

Calidad educativa

Además de mejorar las infraestructuras de los centros, Proniño utiliza las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), para lograr la inclusión digital de los más pequeños y de todo su entorno, como única vía para asegurar oportunidades reales de desarrollo y un acceso digno al mundo laboral.

En el apartado de calidad educativa se prevén numerosas sinergias con EducaRed en el 2008:

- Aplicación a los centros educativos, en los que se escolarizan nuestros niños y niñas, de toda la experiencia acumulada en la materia, a través de la introducción de EducaRed en estos centros, mediante dotación de conectividad, implementación de Aulas Fundación Telefónica y el desarrollo del canal EducaRed del educador Proniño.
- Difusión de esas aplicaciones a entornos sociales más amplios para mejorar la educación en situaciones de vulnerabilidad social.

Fortalecimiento socio-institucional

La Fundación utiliza la fortaleza institucional de Telefónica para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la intervención para avanzar en estos frentes:

- Generación y divulgación de conocimiento sobre el trabajo infantil y su impacto en los niños, sus familias y la comunidad.
- Sensibilización social e institucional para promover compromisos de actuación.
- Fortalecimiento de los actores que deben implicarse en el combate contra el trabajo infantil.
- Creación de redes de intervención y prevención que puedan hacerse cargo del problema.

El principal hito de Proniño en 2007 en este apartado fue la celebración por primera vez del Día Mundial Contra el Trabajo Infantil, con actividades en todos los países.

*Un problema de todos...
A pesar de los avances registrados en los últimos años, el trabajo infantil continúa siendo una de las lacras más preocupantes de nuestra sociedad. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo Infantil (OIT), actualmente hay 211 millones de niños, niñas y adolescentes, de entre 5 y 17 años, que trabajan en el mundo. Y se calcula que en Latinoamérica y el Caribe trabajan 5,1 millones de niños y niñas. La reducción del trabajo infantil en los últimos años se debe a la labor de Estados y de diversos agentes sociales implicados, reconocidos por la OIT, y entre los que se encuentra Proniño*



¿Cómo funciona el programa?

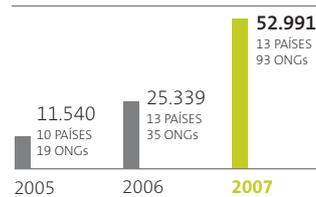
En cuanto a la selección de los beneficiarios, existen unos criterios generales para todos los países en los que está implantado el programa y en ellos se enmarcan unas pautas particulares ajustadas a la realidad de cada lugar. Los criterios generales son:

- 1) Niños y niñas de 4 a 18 años.
- 2) Menores en situación de explotación laboral remunerada o no, en su casa o fuera, que realizan cualquier labor que debería ejecutar una persona adulta, y sean peligrosos, nocivos o degradantes; que vayan en contra de su normal desarrollo y además les impidan estudiar.
- 3) Que estén en situación de riesgo de deserción escolar por realizar algún trabajo.
- 4) Que presenten atraso escolar o bajo rendimiento por razones de trabajo, muestran cansancio, etc.
- 5) Niños con hermanos que hayan abandonado el sistema educativo.
- 6) Disposición por parte de los niños a participar en la propuesta Formativo-Pedagógica.
- 7) Que tengan padres o tutores, y
- 8) Que la familia se comprometa a colaborar.

El proceso de selección de los beneficiarios del programa se puede hacer a través de tres vías: 1) Las autoridades educativas presentan una lista de escuelas que se ajustan a los criterios del programa. 2) Las ONG, a través de sus "agentes de campo", identifican los casos de niños que trabajan o en riesgo, y aquellos que podrían asistir a la escuela pero no cuentan con los recursos económicos, y 3) Las instituciones, a través de los organismos de Defensa del Menor, de los centros tutelares, tribunales de menores, etc. informan al coordinador de Proniño o a la ONG, de la existencia de un menor trabajador y solicitan su entrada en el Programa.

La adecuada utilización de las becas, incentivos y demás apoyos que aporta Proniño a los beneficiarios, es seguida mediante visitas domiciliarias de supervisión de compromisos por parte de los promotores de la ONG y los responsables Proniño. En concreto, se evalúa con los padres y los niños/as aspectos como el rendimiento, la asistencia, los niveles de sensibilización frente al problema del trabajo infantil, las dificultades para el cumplimiento de los compromisos, etc.

NIÑOS BENEFICIADOS



NIÑOS ATENDIDOS EN 2007

Argentina	2.968	120 centros educativos
Brasil	8.291	234 centros educativos
Chile	1.364	12 centros educativos
Colombia	6.035	111 centros educativos
Ecuador	5.514	581 centros educativos
El Salvador	2.379	26 centros educativos
Guatemala	3.242	76 centros educativos
México	5.297	39 centros educativos
Nicaragua	2.200	50 centros educativos
Panamá	1.000	19 centros educativos
Perú	6.324	82 centros educativos
Uruguay	2.500	33 centros educativos
Venezuela	5.877	46 centros educativos

Totales ■ Beneficiarios directos (52.991 niños, niñas y adolescentes)
1.429 centros educativos (1.119 escuelas y 310 centros de atención)



EducaRed ya está presente en siete países

El programa de Fundación Telefónica para promover el uso educativo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la enseñanza, desarrolló una actividad formativa presencial, *on line* y mixta de 395.330 horas en 2007 para profesores, alumnos, padres y otras personas; y registró cerca de 60 millones de visitas en sus portales de España, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú.

Creado en España en 1998, junto a las principales organizaciones de la comunidad educativa, EducaRed tiene dos objetivos: contribuir a la mejora de la calidad de la educación y fomentar la igualdad de oportunidades a través de las nuevas tecnologías. Para ello, al núcleo central del programa, EducaRed.net, un portal con herramientas, formación *on line*, comunidades virtuales de trabajo..., se ha ido sumando la formación presencial.

En 2007, EducaRed se implantó en México y Colombia, extendiendo así su presencia a siete países y beneficiando a 35,9 millones de personas, 10,8 millones más que el año anterior. Su valor diferencial es su capacidad para ofrecer las herramientas y los recursos más innovadores a profesores, alumnos, padres y centros educativos.

Hitos de 2007

Impulsar la innovación en EducaRed.net con dos herramientas que se lanzarán en 2008: EducaLab 2.0 (para la creación colectiva de conocimiento) y el Navegador 2.0 (para la gestión y la comunicación). En 2007, los portales de los diferentes países registraron cerca de 60 millones de visitas (en 2006 fueron más de 40 millones).

Potenciar las actividades presenciales, desplegando programas en España y en Latinoamérica. En este apartado cabe mencionar EducaRed Innova, concebido para dar a los profesores del territorio español una formación más profunda sobre el uso de las nuevas tecnologías para que puedan aplicarlas a su materia, con una tutorización posterior.

Consolidar EducaRed como un programa internacional.

Además de poner en marcha dos nuevos portales EducaRed en Colombia y México, el IV Congreso Internacional EducaRed incluyó la figura del país invitado; y se celebró el Primer Certamen Internacional Educared entre profesores y alumnos de Argentina, Brasil, Colombia, Chile y España, para premiar los mejores proyectos de integración de las TIC en la docencia. En paralelo, se potenció la colaboración entre todos los EducaRed, compartiendo estrategias y proyectos.

Fomentar la colaboración con organismos, a través de acuerdos como los suscritos en 2007 con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), o con Universia. También hay que citar la entrada de EducaRed en Relpa (Red de Portales Latinoamericanos), que incluye a los portales de los Ministerios de Educación de prácticamente todos los países de la región; y el acuerdo con la OIT. Y en 2008 se ha firmado un convenio con Microsoft para extender a toda Latinoamérica "Profesores Innovadores", portal, integrado en EducaRed y existente ya en España y México, para que los profesores aprovechen las nuevas tecnologías en su labor.

Afianzar el proyecto de Centros Modelo (colegios en los que trabaja EducaRed para impulsar la innovación tecnológica y metodológica), con la inauguración del cuarto en España, lo que permitió crear una red de la que se extraerán en 2008 las mejores prácticas para llevarlas a otros colegios.

De cara a 2008, el reto se llama "Portal Global: EducaRed 2.0". Incorporará lo último que ofrece Internet y unificará los portales de todos los países dando lugar a uno global, con contenidos y aspectos tanto globales como locales.

A golpe de "click"...



El portal EducaRed.net incluye facilidades para profesores (noticias de uso didáctico, bolsa de empleo, *software* educativo, herramientas de trabajo, experiencias...), alumnos (propuestas extraescolares, la enciclopedia EducaRed, deberes...) y padres (información para acceder a la Universidad, herramientas y formación sobre Internet, etc.).

Acción social
y culturalOtros
proyectosO2 destinó 4,2 millones de euros
a proyectos sociales en 2007Para más información:
www.fundacion.telefonica.com
www.arsvirtual.com
www.itsyourcommunity.co.uk

Más de 2 millones de personas disfrutaron de las actividades de arte y tecnología de Fundación Telefónica

En Europa, el Grupo Telefónica apoyó más de 500 iniciativas sociales a través del programa *It's Your Community*, para contribuir al desarrollo y mantenimiento del entorno.

Arte y Tecnología

El programa de Fundación Telefónica Arte y Tecnología siguió avanzando en 2007 en sus cuatro líneas de actuación: colecciones, exposiciones, el certamen Vida y arsVirtual. Durante el ejercicio destacaron los siguientes hitos:

- La exposición de Luis Ramón Marín -un proyecto que implicó tres años de trabajo en la recuperación de un archivo inédito, con un récord de asistencia diaria -773 visitantes al día- y la retrospectiva de Nam June Paik, la primera en Europa tras la muerte del artista coreano, padre del vídeo arte.
- El relanzamiento del Certamen Internacional Vida Artificial, creado para premiar la originalidad artística en robótica, bio-informática, cinética, etc. En 2007, Fundación aprovechó el décimo aniversario del concurso para relanzarlo, presentando su planteamiento de futuro. Así, Vida 10.0 logró un total de 172 participantes de 32 países.

Patrimonio

El patrimonio artístico del Grupo Telefónica está considerado uno de los más importantes de Europa:

- Colección de Arte Español Contemporáneo
- Colección de Arte Cubista
- Colección de Fotografía Contemporánea
- Archivo Histórico-Fotográfico de Telefónica
- Colección "Telos"

El Museo de las Telecomunicaciones, inaugurado en 1992, se cerró a finales de 2007 para comenzar su renovación.

arsVIRTUAL

El programa arsVIRTUAL es un proyecto de Fundación Telefónica que permite a sus usuarios visitar de manera interactiva y en 3D 50 monumentos significativos del patrimonio artístico, cultural e histórico español, latinoamericano y marroquí. Entre sus contenidos están la Catedral de Burgos, en España, y las Ruinas de San Ignacio Miní, en Argentina, entre otros.

It's Your Community

It's Your Community (Es Tu Comunidad) es el programa de Telefónica O2 Europa para contribuir al desarrollo y el mantenimiento de las comunidades y el entorno, en el Reino Unido. Con este proyecto, la Compañía apoya económicamente las iniciativas individuales o de grupos para promover cambios positivos en la comunidad local. Tras un piloto de un año, la iniciativa se lanzó oficialmente en julio de 2007 con un presupuesto de 1 millón de libras.

It's Your Community anima a realizar acciones con este lema: "Si pudieras cambiar algo del lugar donde vives, ¿qué sería?". Así, el programa ya ha apoyado más de 500 iniciativas con una donación total de 362.947 libras (se dan cantidades de entre 100 y 1.000 libras).

El ámbito de los proyectos incluye desde ayudar a crear jardines y espacios compartidos para la comunidad o reparar bicicletas donadas por vecinos hasta apoyar a un club de pesca para jóvenes.

Otras iniciativas de Telefónica O2 Europa

- Programa de mentoring *Just Ask Me* creado en Reino Unido con la organización benéfica Weston Spirit para ayudar a los jóvenes a desarrollarse.
- Respaldo de la campaña *Prison, Me - No Way!*, dirigida a ayudar a los jóvenes en riesgo: empleados de O2 visitaron 34 escuelas del Reino Unido en 2007. (www.pmnw.co.uk).
- Colaboración en Alemania con Schola-21, plataforma basada en Internet para mejorar la calidad de la enseñanza.
- Colaboración con la Irish Autism Action (IAA), con el fin de mejorar las vidas de personas con autismo: en 2007, se inauguró el primer centro de Irlanda dedicado a la evaluación y diagnóstico.



Nuestro Sector

Un Sector Dinámico	56
Posición de Telefónica	60
Liderar el Progreso	62
Inclusión Digital	66



Los clientes, las nuevas tecnologías y el entorno competitivo están dinamizando el sector de las telecomunicaciones

El análisis del sector de las telecomunicaciones lleva históricamente a los analistas a repetir que cada año nos encontramos en un momento histórico y clave para el negocio. El 2007 respondió sin duda a esta afirmación de momento histórico: el incremento de accesos, la revolución en los terminales y equipos, el aumento de ancho de banda y los movimientos y acuerdos globales, son una prueba de ello.

Cientes, entorno tecnológico y entorno competitivo son las bases que determinan el análisis del contexto del sector y que además requieren cada vez más un estudio conjunto de las interrelaciones que se están creando entre ellos.

Cientes

El número de clientes de telecomunicaciones en el mundo va a seguir creciendo, y los clientes harán un uso mayor de las posibilidades que ofrece la tecnología.

Más clientes

Cada año se suman millones de nuevos clientes al sector de telecomunicaciones. Sólo en el último semestre de 2007, las diez operadoras más grandes del mundo añadieron 200 millones de accesos, alcanzando los 2,1 miles de millones. Esto es consecuencia de dos tendencias:

- Por un lado, se incorporan consumidores de nuevos países, siendo América Latina la región de mayor crecimiento anual esperado en el periodo 2006-2010.
- Por otro lado, surgen nuevos segmentos de consumidores de telecomunicaciones, como las personas mayores, inmigrantes o los hogares monoparentales.

Más conectados

Las nuevas necesidades y demandas de los clientes están ofreciendo nuevas oportunidades a la industria. Algunos ejemplos son los siguientes:

- La demanda de los clientes por la personalización implicará una explosión del número de canales y productos para dar respuesta a cada una de las necesidades.
- La polarización de las necesidades de los clientes entre productos básicos y el uso de los últimos servicios disponibles implicará el posicionamiento de marcas y servicios como "premium" o como "low-cost"
- La involucración de los consumidores en la creación, distribución y promoción de contenidos y servicios implicará la conectividad permanente, el establecimiento de redes sociales y el aumento del tráfico.

Más personales

Ofrecer servicios en un mercado global es hoy en día distinguir y personalizar los servicios de forma casi individualizada.

- Las demandas de los clientes cambian de forma muy rápida, lo que exige a las compañías una organización orientada al cliente y con gran agilidad.
- Desde el punto de vista comercial, ya no tienen cabida ni la planificación de las campañas monolíticas clásicas ni los precios únicos. Se requiere campañas personalizadas para segmentos particulares y variedad de tarifas y empaquetamientos.

Más exigentes

Los clientes van mejorando drásticamente su conocimiento de los productos, servicios, calidades aportadas y precios, lo que implica una mayor exigencia hacia los operadores. Dichas exigencias se repiten tanto si hablamos de un cliente residencial, una pequeña empresa o un gran cliente:

- Generalmente conocedor de los servicios que demanda.
- Libre en la elección de la empresa que se los va a proveer. Hay una creciente facilidad para cambiar de operador.
- Más exigente por el dinero que paga por los servicios, sobre todo si estos son los considerados de más valor.
- Informado de las últimas tendencias tecnológicas.

CRECIMIENTO ESPERADO TOTAL DE LA PENETRACIÓN DE MERCADO 06-10E

	Banda ancha fija	Móviles
(VI Conferencia de Inversores – Londres 2007)		
Europa occidental	+22p.p.	+20p.p.
América Latina	+13p.p.	+27p.p.

OPORTUNIDADES Y RETOS DEL SECTOR EN 2008

Entorno macroeconómico	<ul style="list-style-type: none"> Entorno macroeconómico positivo en América Latina. Cierta incertidumbre en Europa.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento significativo de penetración en Banda Ancha y móviles. Mayor uso de las telecomunicaciones, siendo cada día más necesarias para la sociedad.
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> Aumento del ancho de banda (FTTH, HSPA, LTE...) Dispositivos más potentes y convergentes.
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> Competidores regionales más consolidados, integrando los competidores locales. Colaboración con sectores adyacentes.

Tecnología

El aumento del ancho de banda disponible y la aparición de dispositivos convergentes y más potentes ofrece al sector el potencial de nuevas olas de crecimiento. Dichas olas requerirán todavía mayor innovación.

Más tecnología

En el entorno tecnológico hay cuatro tendencias:

- La evolución de las redes de servicios hacia la tecnología “todo-IP”. En los últimos cinco años, el tráfico que atraviesa las redes de Telefónica se ha multiplicado por 25, siendo destacable que más del 90% de dicho tráfico es IP.
- Banda ancha extendida: mientras que el número de conexiones de banda ancha se ha multiplicado por 13 en el periodo 2001-2006, el ancho de banda de los servicios se ha multiplicado por 60.
- Convergencia fijo-móvil: con un creciente número de aplicaciones y servicios accesibles desde cualquier tecnología y dispositivos con capacidades de conectividad multitecnológica.
- Convergencia con las tecnologías de la información: hay casi 200 millones de ordenadores personales en los mercados donde operamos, y los usuarios de telecomunicaciones añaden la mensajería multimedia, las comunidades online, los juegos o los blogs a las aplicaciones que usan cada día.

Más accesible para el cliente

Los clientes están adoptando y visualizando este cambio tecnológico a través de productos y servicios concretos como los servicios de televisión digital vía IP, los dispositivos móviles para la conexión de ordenadores portátiles a banda ancha, las posibilidades de conectividad de las consolas de videojuegos o la mayor velocidad media de los accesos de banda ancha.

El aspecto más visible para los clientes es la aparición de nuevos terminales y dispositivos de usuarios. Estos dispositivos, creados y distribuidos con políticas comerciales muy ambiciosas, ponen la expectativa de la experiencia cliente en un listón muy alto. Es importante reseñar que si bien desde una perspectiva tecnológica es posible independizar los equipos de la red que les da servicio, el consumidor final no comprende esa división y quiere una solución integral. Los nuevos dispositivos abren la experiencia cliente a nuevos servicios que requieren de una creciente cooperación entre fabricante y operador para responder a la expectativa generada en el cliente.

En conclusión, el cambio tecnológico va a ofrecer mayores oportunidades a aquellas empresas que sean capaces de innovar en:

- Nuevos productos y servicios.
- Nuevos modelos de desarrollo de servicios.
- Nuevos modelos comerciales y operativos

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE RED 2007/2008

- HSPA (*High-Speed Packet Access*) es una tecnología posterior y complementaria a la 3ª generación de telefonía móvil (3G), también conocida como 3.5G. Admite velocidades de hasta 14,4 Mbs en bajada y hasta 2Mbs en subida, dependiendo de la red y de la implantación de esta tecnología.
- La tecnología de telecomunicaciones FTTH (*Fiber To The Home*), también conocida como fibra hasta el hogar, y basada en la utilización de cables de fibra óptica para la distribución de servicios avanzados de banda ancha.
- Third Generation Partnership Project Long Term Evolution* es el nombre que se ha dado al proyecto para desarrollar los estándares de comunicaciones móviles en los próximos años.
- WiMAX (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*), es un estándar de transmisión inalámbrica de datos que proporciona accesos en áreas de hasta 48 km de radio y a velocidades de hasta 70 Mbps.



Competencia

El proceso de transformación del sector de las telecomunicaciones ha provocado un cambio en el entorno competitivo. Mientras que una configuración de mercado centrada en el acceso tradicional y en la voz permitía la existencia de un reducido número de operadores, las oportunidades de desarrollo de contenidos y servicios que ofrece la banda ancha conlleva la aparición de nuevos actores, como consecuencia de las menores barreras de entrada.

Más competencia en el mercado tradicional

Un análisis del contexto competitivo de los servicios de acceso y banda ancha nos lleva a la conclusión de que las operadoras de telecomunicación se mueven ya en entornos globales con clientes y tecnologías globales y al mismo tiempo conservan una fuerte dependencia local.

Como operador de telecomunicaciones, Telefónica está sujeta a una regulación específica al sector de las telecomunicaciones, leyes de competencia y una variedad de regulaciones adicionales. El grado de aplicación de las regulaciones de telecomunicaciones depende directamente de la naturaleza de las actividades en un país, siendo la telefonía fija tradicional sujeta a una mayor regulación, que puede tener impacto directo y material sobre el desarrollo de los negocios, en particular en países que favorecen una intervención regulatoria.

La competencia y cuota de mercado por los servicios tradicionales seguirá siendo dura, ya que además para las operadoras sigue representando una parte fundamental de sus ingresos.

Los sectores adyacentes: competencia

En el año 2004 diversos analistas concluyeron que empresas como Microsoft, Google, Yahoo, Apple, etc. iban a representar una seria competencia a las compañías de telecomunicaciones.

Estas empresas han sabido aprovechar muy bien las redes que las operadoras han puesto a disposición de todos para convertirse en auténticos proveedores globales de servicios y contenidos.

Para las operadoras, el control de los productos y servicios que van por sus redes va a ser un punto de trabajo en 2008. El despliegue de una costosa red en inversiones, requiere que dichos productos y servicios estén liderados por las mismas, pero que es fundamental a la vez contar con una gran variedad de aliados y acuerdos que permitan ofrecer a los clientes una cartera variada de productos.

La gran especialización de muchas empresas que ofrecen servicios a través de las redes de las operadoras hace inviable una competencia directa con las mismas, dado que su propia evolución de negocio puede hacerlas evolucionar y desaparecer en breves espacios de tiempo. Sin embargo, existe una gran oportunidad para, a través de acuerdos y alianzas con estas empresas, potenciar el mundo de la Banda Ancha.

En el último año, la convergencia de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) ha propiciado la colaboración de los operadores con los proveedores de servicios. De un entorno de previsible competencia y confrontación se ha pasado a un entorno marcado por la colaboración puntual en determinados servicios y la competencia en otros.

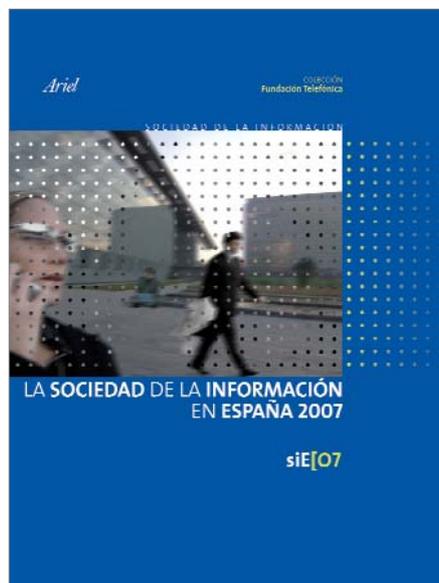
CUOTA DE MERCADO GRUPO TELEFÓNICA

Por regiones		Por servicios	
España	53%	Móviles	29%
Europa	18%	Fijo	73%
Latinoamérica	36%	Banda Ancha	20%
		TV	14%

Fórum es el programa de Fundación Telefónica que promueve y coordina la investigación, el análisis y el debate con agentes de primer nivel, para impulsar la Sociedad de la Información.

Fórum también realiza una importante labor de difusión del conocimiento: ha creado la Colección Fundación Telefónica con la Editorial Ariel. Edita numerosas publicaciones sobre temas relevantes y cuenta con la revista Telos, un referente de los estudios sobre comunicación que afronta 2008 renovada y con más temas. Además, en la web de Fundación, se encuentra Fórum en Red, con el contenido de las jornadas y congresos que organiza, y el boletín "Sociedad de la Información"

www.fundacion.telefonica.com/forum



La Sociedad de la Información: tarea de todos

Las nuevas tecnologías son una pieza clave como motor de desarrollo de las sociedades y principal potencial de crecimiento de todos los sectores productivos, lo que las ha transformado en una de las herramientas prioritarias de las políticas nacionales.

En este sentido, la Compañía ha apoyado la Sociedad de la Información desde su origen a través de múltiples iniciativas de desarrollo y difusión, lo que supone actualmente más de doscientos nuevos productos y servicios orientados a satisfacer las demandas relacionadas con Internet, Banda Ancha, voz y servicios móviles. Adicionalmente, Telefónica desarrolla una activa colaboración con los organismos que promueven el desarrollo de la sociedad de la información a través de la publicación de estudios y análisis y el fomento del debate acerca del estado de las nuevas tecnologías.

España

La acción institucional para el desarrollo de la Sociedad de la Información en España viene marcada por la puesta en marcha en el año 2005 del Plan Avanza en el marco del programa INGENIO 2010. El objetivo fundamental de este plan es el de conseguir la adecuada utilización de las TIC para contribuir al éxito de un modelo de crecimiento económico basado en el incremento de la competitividad y la productividad, la promoción de la igualdad social y regional y la mejora del bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos.

CONCLUSIONES SOBRE LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN EN ESPAÑA EN 2007

1. Crece el número de internautas y el uso intensivo de servicios
2. La Banda Ancha mejora de forma progresiva y se extiende a áreas rurales
3. Las grandes empresas de medios e Internet promueven movimientos de concentración
4. La web se hace móvil con el «mobile 2.0».
5. Los fabricantes se vuelcan en la búsqueda de nuevas categorías de terminales
6. Continúa la revolución de la televisión y el sector de la música se transforma.

América Latina

La fase de crecimiento de la región latinoamericana tiene su reflejo en el desarrollo de las TIC, protagonizado especialmente por el crecimiento de la telefonía móvil o la banda ancha. Más allá de las tasas de penetración totales de las diferentes tecnologías, la región exhibe hoy subregiones de talla importante (que típicamente incluyen los centros urbanos) con índices de desarrollo tecnológico comparables con los de los países industrializados.

De acuerdo al estudio DigiWorld para América Latina (Enter), los desarrollos positivos en la evolución de las TIC en América Latina están en proceso de aceleramiento. Así, los servicios digitales muestran una clara progresión, tanto en el mercado empresarial como en el residencial, aunque una mayor dinamización del mercado por parte de las Agendas Digitales de los Gobiernos favorecería sin duda un mayor desarrollo.

Europa

El mercado TIC europeo representa aproximadamente un 30 por 100 del total global. Tras la recesión de 2001- 2002, está volviendo a ponerse en marcha: La política TIC comunitaria incluye iniciativas paneuropeas, esencialmente definidas por la Unión Europea (por ejemplo, en junio de 2005, la Comisión Europea lanzó "i2010", dirigida principalmente a la convergencia digital), y una serie de iniciativas específicas para cada país, así como otras a escala regional.

RETOS PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN AMÉRICA LATINA (DIGIWORLD LATAM; ENTER)

1. La integración regional de los mercados
2. La configuración de un marco regulador adecuado
3. La inclusión digital como vía de desarrollo a través de la cooperación público-privado
4. El compromiso de los actores líderes en la región
5. El impulso a las políticas públicas y las Agendas Digitales

Posición de Telefónica

Reconocida por los rankings, por los analistas y por su evolución en los últimos años



Para más información:
www.telefonica.es/accionistaseinversores

Telefónica está en la mejor posición para liderar el progreso del sector

El número de clientes que confían en Telefónica, junto con una excelente posición financiera y capacidad de gestión hacen de Telefónica la empresa mejor preparada para liderar el futuro.

Por su escala y diversidad

La capacidad de ejecución y visión de futuro ha situado a Telefónica entre los líderes de la industria, tanto por valor de Compañía como por número de accesos a nivel mundial.

En los últimos diez años (1997-2007), Telefónica ha desarrollado una progresión espectacular que se manifiesta por los siguientes indicadores:

- Los países con presencia han pasado de 4 en 1997 a 24 en 2007.
- Los mercados fuera de España representan más de dos tercios de los ingresos.
- La cifra de accesos se ha multiplicado por 6: de 36 a 228 millones.
- El número de profesionales ha pasado de 92.000 a 248.000, multiplicándose la cifra por 2,5.
- Los ingresos se han multiplicado por 4 y los activos por 3.

Con más de 228 millones de accesos gestionados, Telefónica se sitúa como la cuarta operadora mundial por número de clientes, posición que comparte en el ranking de valor de empresa.

Por su trayectoria de resultados

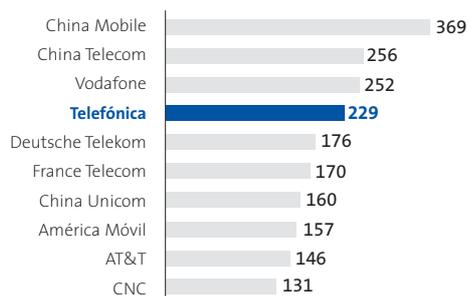
En 2007, Telefónica ha cerrado el ejercicio con la espectacular trayectoria de crecimiento de ingresos y resultados que viene marcando desde hace varios ejercicios. Los ingresos han crecido más de un 7% anual, mientras que el resultado neto se ha disparado un 42%.

Por su credibilidad: cumple lo que promete

Telefónica se ha caracterizado en los últimos años por ser una compañía que ha comunicado sus objetivos de resultados a los analistas e inversores. A pesar de la incertidumbre existente en un sector muy dinámico, y a diferencia de otras compañías, los resultados de Telefónica siempre han superado las proyecciones publicadas por la Compañía. Su credibilidad está basada en un cumplimiento recurrente y sistemático de lo que promete a los mercados.

ACCESOS TOTALES

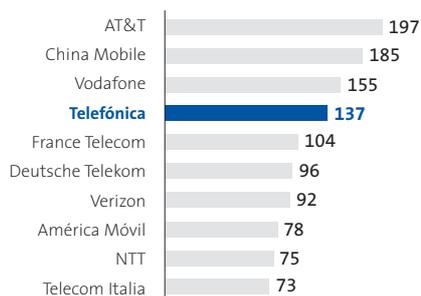
(Datos en millones de euros - 31/12/07)



Fuente: Informes de las compañías

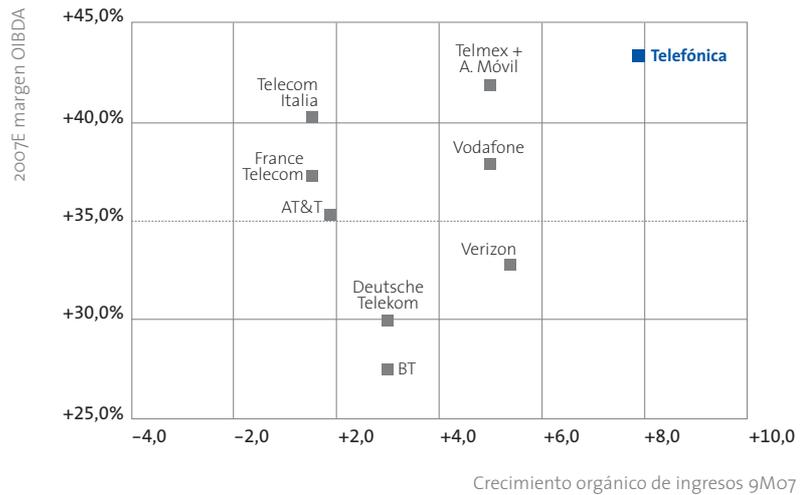
VALOR DE LA COMPAÑÍA

(Datos en miles de millones de euros - 11/02/08)



Fuente: Bloomberg

NUESTRO LIDERAZGO ES SINÓNIMO DE CRECIMIENTO Y EFICIENCIA



Fuente: Merrill Lynch

Por su crecimiento y eficiencia

El posicionamiento de Telefónica entre las empresas del sector es el de mayor crecimiento y eficiencia de todas las empresas del sector. El mayor crecimiento orgánico de Telefónica no ha provocado una reducción de la rentabilidad, como consecuencia del aprovechamiento de las sinergias derivadas de la escala y del esfuerzo continuo por mejorar nuestra eficiencia.

Por sus oportunidades de crecimiento

Oportunidades de negocio en todos los mercados

El equipo directivo de Telefónica en las tres regiones de referencia ha demostrado su capacidad de ejecución en los últimos años y lo va a seguir demostrando con las oportunidades de crecimiento que existen actualmente.

Telefónica España persigue mantener en el largo plazo y de forma sostenible su excelente desempeño. En este sentido:

- Es la unidad de negocio de referencia de Telefónica, contando con una clara mentalidad de liderazgo.
- Existe una importante demanda de servicios de telecomunicaciones en el país.
- Progresa de forma importante en la orientación al cliente.

Telefónica O2 Europa tiene la oportunidad de fortalecer su posición competitiva:

- Tasas de crecimiento superiores al promedio del sector.
- Aprovechando las oportunidades de ser un operador integrado, en los mercados donde se de esta circunstancia.
- Apalancándose en la escala y dimensión de todo el Grupo para ganar eficiencia.

Telefónica Latinoamérica es el motor del crecimiento del Grupo, gracias a que:

- Existe una creciente demanda de servicios de telecomunicaciones combinada con las mejores perspectivas macroeconómicas que nunca ha tenido la región.
- Tiene un buen posicionamiento para capturar el crecimiento futuro y obtener mayores cuotas de mercado.
- Los indicadores operacionales están mejorando en todos los negocios.

Alianzas estratégicas e industriales

Telefónica está desarrollando nuevas opciones de crecimiento a través de alianzas estratégicas e industriales; en concreto con China Netcom y con Telecom Italia.

China Netcom

- Telefónica mantiene una inversión estratégica del 7,22% en China Netcom. De esta cantidad, el 2,22% está pendiente de cerrarse.
- China Netcom opera más de 130 millones de accesos en un país de más de 1.300 millones de habitantes y que tiene un importante potencial de crecimiento.
- La alianza estratégica de China Netcom con Telefónica está permitiendo desarrollar conjuntamente nuevos servicios, acometer negocios con clientes globales o la compra conjunta de tecnología.

Telecom Italia

- Telefónica se ha constituido en un accionista de referencia de Telecom Italia.
- Dicha alianza industrial supone una presencia combinada en 9 países europeos, con una cuota de mercado en la Europa de los 25 miembros cercana al 22%.

Liderar el Progreso

El objetivo es que Telefónica sea una Compañía más motivadora, más personal, más abierta y más ágil.



Para más información:
www.telefonica.es/accionistaseinversores

La estrategia de Telefónica: “Liderar el Progreso”

El presidente de Telefónica ha lanzado un mensaje claro: “Tenemos la mejor Telefónica de la historia y nos hemos convertido en uno de los líderes de nuestro sector gracias a nuestra visión y a nuestra capacidad de ejecución. Por eso, nuestro reto ya no es sólo ser líderes, sino alcanzar el próximo nivel de liderazgo y hacerlo sostenible en el tiempo”.

Esta estrategia necesita un equipo fuerte que refleje su motivación en los clientes, obtener su complicidad en los procesos de innovación y ser capaces de ofrecerles más productos y servicios, en un mundo donde la banda ancha adquiere cada vez más protagonismo.

Estrategia de liderazgo

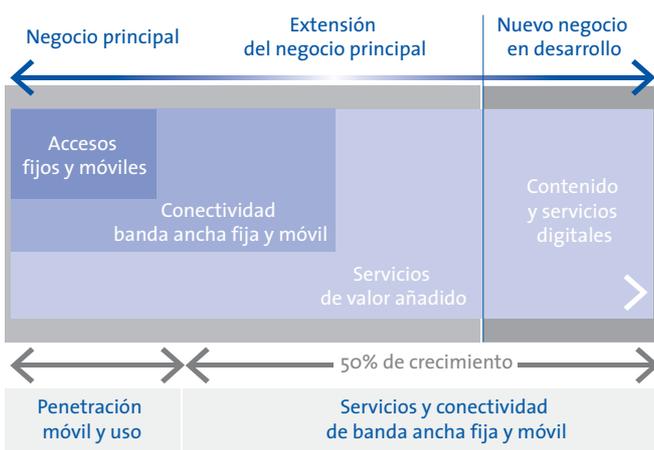
Los líderes de telecomunicaciones van a poder aprovechar grandes oportunidades en los próximos años, derivadas de la mayor personalización de la oferta y una base de clientes cada vez más amplia con necesidades crecientes e involucrados en la generación, distribución y promoción de contenidos.

El cliente es el motor de este potencial; por ello, la clave del éxito está en ser más relevantes para nuestros clientes, creando y satisfaciendo sus expectativas con un foco especial en el acceso y la voz, defendiendo el negocio tradicional y captando el crecimiento y la mayor penetración en el negocio móvil; impulsando la Banda Ancha móvil de manera decidida y continuando el desarrollo de la Banda Ancha fija; e impulsando los servicios y contenidos digitales con buen posicionamiento en soluciones TIC para empresas, servicios PC, servicios TV y contenidos móvil.

El crecimiento de la Compañía depende de:

- El negocio de conectividad (voz y Banda Ancha), la principal fuente de crecimiento.
- Nuevos negocios, fundamentalmente servicios y contenidos digitales.

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO



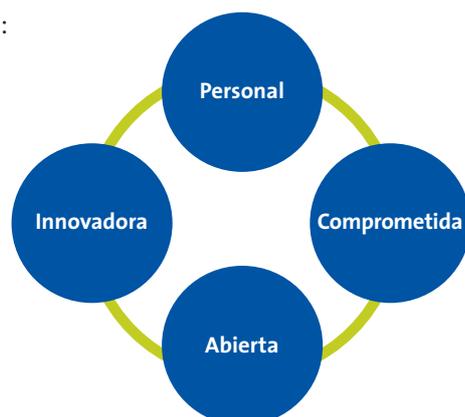
Un nuevo tipo de liderazgo

Todo esto implica un nuevo tipo de liderazgo. Una visión más ambiciosa de la Compañía que queremos ser. La Telefónica de 2011 tendrá que ser:

- Más personal (con mejor conocimiento del cliente y una oferta multisegmentada).
- Más motivadora (equipo comprometido y compromiso con la sociedad).
- Más abierta (involucrar a los clientes en la innovación y colaborar con terceros en toda la cadena de valor).
- Más ágil (gestionar los negocios con agilidad y eficiencia, aprovechando al máximo nuestra escala global).

UN NUEVO TIPO DE LIDERAZGO

Una Telefónica:



“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios, y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación”.

Espíritu de Progreso

Prioridades estratégicas

Telefónica aborda 2008 con unas prioridades claras, alineadas con su estrategia a medio plazo: en clientes, en crecimiento, en eficiencia y en equipo humano.

En clientes: cubriendo todas sus demandas y mejorando los índices que miden sus niveles de satisfacción.

En crecimiento: aprovechando las oportunidades actuales y creando otras nuevas. Es preciso aprovechar el crecimiento de sectores tradicionales e intensificar la entradas en negocios adyacentes y la innovación.

En eficiencia: siguiendo con la evolución del modelo operativo, para transformar la Compañía más rápidamente, y consiguiendo el exigente nivel de eficiencia comprometido. Para ello, será necesario: acelerar la integración operativa a nivel local; avanzar en la obtención de sinergias y revisar el modelo operativo para una adaptación rápida a los cambios de comportamiento de los clientes y la evolución tecnológica.

En equipo humano: compartiendo e ilusionando a todos los profesionales de la empresa con el proyecto. Mejorar la satisfacción de los equipos tendrá un gran impacto en la relación con los clientes y en el cumplimiento de objetivos.

Para 2008 es necesario acelerar el crecimiento y la transformación. Los objetivos para el presente ejercicio son:

- Mejorar los índices de satisfacción, tanto de los colaboradores como de los clientes.
- Incrementar la cuota de mercado.
- Ampliar el número de nuevos accesos, consiguiendo el ingreso medio previsto por cada uno de ellos.
- Mejorar la eficiencia.

III Cumbre de Directivos:

“Liderando el Progreso”

Madrid 28 y 29 de febrero 2008

Telefónica ha cerrado una etapa y comienza otra nueva, en la que vamos a protagonizar el progreso de la sociedad en el futuro y vamos a ser líderes de forma duradera en el tiempo. Esta es una de las conclusiones de la III Cumbre de Directivos celebrada el 28 y 29 de febrero, que reunió a casi 1.500 directivos de los 24 países donde opera la Compañía. El objetivo es que Telefónica sea una compañía más motivadora, más personal, más abierta y más ágil.

Los resultados de 2007, calificados por el presidente de Telefónica, Cesar Alierta, de espectaculares, son un aval del liderazgo de Telefónica, sinónimo de crecimiento, eficiencia y credibilidad. Y son la expresión de la fortaleza de la Compañía, que nos permitirá crecer más.

Estos objetivos necesitan un equipo fuerte que refleje su motivación en los clientes, obtener su complicidad en los procesos de innovación y ser capaces de ofrecerles más productos y servicios, en un mundo donde la banda ancha adquiere cada vez más protagonismo. En definitiva, “la satisfacción del cliente debe ser nuestra guía permanente”.

A lo largo de la jornada intervinieron, además del presidente, el consejero delegado y los miembros del comité ejecutivo, que reforzaron la idea de la necesidad de liderar el progreso, convertir al cliente en el centro de nuestro negocio y mejorar la satisfacción del empleado como premisa fundamental para aumentar también el grado de satisfacción de los clientes.



Las cuatro palancas del negocio presentadas en la III Cumbre de Directivos fueron: clientes, crecimiento, eficiencia y equipo humano

La relación personal con el cliente

La clave para consolidar el liderazgo de Telefónica en todos los mercados en los que opera y mejorar los resultados financieros, es tener en todas nuestras acciones al cliente en el punto de mira, así como estrechar lazos personales con él. Si se consigue el objetivo de considerar al cliente en el centro de toda la actividad, es posible aumentar el valor de la empresa para los accionistas e impulsar la cuenta de resultados.

La campaña de Telefónica O2 Europa para “convertir a los clientes en fans” ha sido adoptada por toda Telefónica como parte esencial de su estrategia de negocio. De esta forma, la visión global de Telefónica tiene como eje dos aspectos fundamentales:

- Clientes, empleados y accionistas satisfechos.
- Mejorar la contribución de Telefónica a la sociedad en todos los países en los que opera.

Para poner en práctica esta filosofía es preciso que el liderazgo se ajuste a estos objetivos. Se ha creado un Comité Directivo del proyecto “De clientes a fans”, que puso en marcha la estrategia en todo el grupo. La clave no es que se conozcan estos conceptos, sino que los empleados estén convencidos de ellos y sean capaces de trasladarlo a sus equipos en el trabajo diario:

- Resolviendo las necesidades básicas de los clientes en cuanto a la oferta de servicios.
- Cumpliendo las promesas hechas al cliente.
- Compartiendo con otras líneas de actuación las prácticas más recomendables.

El objetivo de todo esto es lograr que Telefónica sea, en diciembre de 2009, el operador con mayor satisfacción de todos los países en los que opera.

Crecimiento e innovación

En conjunto, el Grupo Telefónica dedicó en 2007 a los proyectos de innovación 4.500 millones de euros y más de 2.000 profesionales comprometidos con iniciativas pioneras. El nuevo desafío en innovación es involucrar a más gente para cosechar nuevos éxitos comerciales.

Nuestro modelo de innovación, “distribuido y en el ADN de todos nosotros”, se desarrolla en cuatro pilares:

- Mejorar la perspectiva del cliente con el desarrollo de productos y servicios.
- Colaboración con terceros.
- Cultura de innovación.
- Afianzar nuestra diversidad y nuestra escala.

Toda esta apuesta por innovar ha permitido que Telefónica sea capaz de configurar la industria y liderar el ranking del crecimiento orgánico en ingresos de operadores integrados.

Para el periodo 2006-2010 nos hemos marcado un objetivo de crecimiento del 5% al 8% para todo el Grupo en ingresos, del 7 al 11% en OIBDA y del 16 al 20% en OI.

EN 2010, TELEFÓNICA SERÁ UNA COMPAÑÍA TODAVÍA MEJOR...

Lo que no deberá ser Telefónica

- Una compañía que depende de adquisiciones para crecer
- Una operadora con una posición defensiva frente a competidores de industrias adyacentes
- Una operadora enfocada en apalancarse en la escala regional
- Una organización centralizada
- Una compañía eficiente sólo donde sea necesario defender márgenes
- Una empresa enfocada en ofrecer el catálogo más amplio de productos y servicios
- Una *utility* muy eficiente

Lo que deberá ser Telefónica

- Una compañía que tiene crecimiento orgánico, tanto en mercados emergentes como en desarrollados
- Una compañía que captura el crecimiento de las industrias adyacentes
- Una empresa que se beneficia no sólo de la escala regional, sino global
- Una organización ágil y capacitada con mentalidad internacional
- Una compañía que anticipa las posibilidades de la eficiencia para superar a los competidores
- Un grupo enfocado en ser el líder en satisfacción de cliente e innovación
- La mejor combinación de crecimiento y rentabilidad de la industria

Un modelo operativo para ser más eficientes

Es necesario continuar en la transformación del modelo operativo de Telefónica para hacer frente a:

- Un escenario de negocio complejo y en constante evolución en el que todos los participantes piden más.
- Una competencia agresiva que cada vez gestiona mejor y amenaza el liderazgo de Telefónica.
- Satisfacer a unos accionistas que desean mejor remuneración.

Para transformar su modelo operativo, Telefónica debe apoyarse en tres palancas:

La integración: enfocando todos sus esfuerzos más hacia el cliente.

- Integrando los negocios fijo y móvil en aquellos países en los que se opere en los dos mercados.
- Integrando en una única área Tecnología, Operaciones y Sistemas, para gestionar mejor los recursos técnicos.
- Integrando procesos transversales para tener una visión extremo a extremo de nuestros clientes.

El concepto de una “Telefónica Única”: a nivel regional y global, la clave está en lograr identificar iniciativas comunes que permitan poner en valor, tanto la escala global de la Compañía, como su diversidad.

Las oportunidades que brindan los cambios que se están produciendo en el negocio: La llegada de nuevas tecnologías y su adopción deberán ser aprovechadas para revisar nuestros procesos y lograr un mayor grado de automatización.

Compromiso con las personas

Las personas que integran Telefónica son uno de los pilares clave de la estrategia de la Compañía. En este contexto, en 2006 la Compañía se marcó un objetivo ambicioso: de convertir a sus empleados en fans, lo que también contribuye a mejorar la experiencia de sus clientes, y hacer de Telefónica la mejor empresa del sector para trabajar en 2010.

Este reto pasa por compartir una cultura basada en el orgullo de pertenencia, en una gestión del desempeño consistente y efectiva, en la ilusión por el trabajo y el trabajo en equipo, así como en la responsabilidad, flexibilidad, diversidad y orientación al cliente.

En la implantación de esta nueva cultura y modelo de liderazgo se ha venido trabajando en el desarrollo de la Promesa Empleado, adaptada a cada región de Telefónica, en cuatro áreas prioritarias:

- Convertir a los empleados en fans.
- Consolidar una cultura de alto desempeño.
- Pertenecer a una empresa internacional.
- Compartir el talento global.

En cada uno de estos frentes se han impulsado distintas iniciativas, destacando los Principios de Actuación a nivel global; el programa Reconócame en Latinoamérica; “*Leading for Total Engagement*” en Europa; y ConóceTE en España, la Universidad Corporativa de Telefónica; el lanzamiento de “*Commercial Wings*” y el impulso del e-learning, entre otras.

En 2008 son varios los hitos a lograr: avanzar en el plan Integra, que la movilidad internacional sea una realidad superando las 190 asignaciones a largo plazo que se alcanzaron en 2007 o conseguir un 95% de retención de Talento Global en el Grupo.

En 2007, realizó una contribución neta de 161 millones de euros para la universalización de los servicios de telecomunicaciones en América Latina



Para más información:
www.telefonica.es/rco7/accesible

Telefónica contribuye a la reducción de la brecha digital con inversiones en infraestructuras, y servicios adaptados a bajas rentas y a personas con discapacidad

Telefónica considera que la mejor manera de contribuir a disminuir la brecha digital es hacer su trabajo lo mejor posible. Es la eficiencia, la eficacia, la innovación y la inversión en el despliegue de redes lo que le permite ofrecer más servicios en más lugares y a mejores precios.

Adicionalmente, contribuye a través de Fundación Telefónica, y mediante el Plan Integral Telefónica Accesible, a reducir las barreras que impiden el acceso a los servicios.

Telefónica Accesible

Entre los objetivos de Telefónica está el convertirse en una empresa plenamente accesible en todos sus procesos, y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad. Para ello puso en marcha en 2004 el Plan Integral “Telefónica Accesible”.

En 2007, la Compañía realizó mejoras en su Normativa Telefónica Accesible, que fija criterios mínimos de accesibilidad en 13 ámbitos, comenzó su difusión interna, e inició su aplicación en los ámbitos de accesibilidad web, terminales telefónicos, tiendas y atención al cliente.

En este contexto, el pasado año, Telefónica aumentó su oferta de productos y servicios accesibles, e incorporó además un número considerable de ellos al canal de tiendas. Además, trabajó en nuevos desarrollos desde centros de Telefónica I+D, como el de Granada, dedicado exclusivamente al ámbito sociosanitario.

Para tratar de garantizar que las necesidades de las personas con discapacidad se están satisfaciendo adecuadamente, la Compañía reforzó la colaboración con organizaciones de referencia, para promover estudios, validar productos, hacer desarrollos formativos, etc. A la colaboración con ATAM, se sumaron en 2007 nuevos acuerdos con FEAPS, ASPAYM, SERVIMEDIA, Fundación ONCE y Fundación CNSE, y se renovaron los ya firmados con CERMI y FIAPAS.



Telefónica se adhirió al “Año Europeo de Igualdad de oportunidades para todos 2007”.

Por otro lado, en Latinoamérica se siguieron impulsando iniciativas enmarcadas en el proyecto “Telefónica Accesible”. Y en Europa, la Compañía volvió a reconocer, a través de los *O2 Ability Awards*, las mejores prácticas de las organizaciones en la inclusión de las personas con discapacidad en Irlanda.

Servicio Universal

En España, la obligación de Telefónica de España de prestar el Servicio Universal finalizaba el 31 de diciembre de 2007, pero el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio lo prorrogó un año.

A finales de 2007, la CMT reconoció un coste neto por la prestación del Servicio Universal por parte de Telefónica de España de 284 millones de euros para los años 2003, 2004 y 2005, que deberá ser repartido entre los distintos operadores de telecomunicaciones. Asimismo, la valoración realizada por Telefónica España para 2006 es de 131 millones de euros. No se ha valorado aún el coste neto del año 2007.

En Latinoamérica, las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio. En 2007, Telefónica realizó una contribución neta de 161 millones de euros a los Fondos de Universalización de Argentina, Brasil, Perú, Colombia y Venezuela. En este sentido, Telefónica, junto con AHCET y Regulatel manifestó en el “II Encuentro Iberoamericano de TIC y Objetivos del Milenio”, que es urgente que los Estados que recaudan los Fondos de Universalización los dediquen efectivamente a proyectos de inclusión digital.

PRINCIPALES MAGNITUDES DE INCLUSIÓN DIGITAL EN AMÉRICA LATINA 2007

	Argentina	Brasil ¹	Chile	Colombia	Ecuador	El Salvador	Guatemala	México	Nicaragua	Panamá	Perú	Uruguay	Venezuela
Inclusión geográfica													
Cobertura geográfica	30%	13%	32%	8%	20%	80%	15%	27%	49%	60%	12%	65%	17%
Cobertura población	88%	91%	93%	70%	85%	77%	65%	88%	80%	68%	68%	80%	94%
Provisión acumulada ²	9.745	84.392	-	39.447	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	9.441	n.a.	18.513
Inclusión económica													
% Fija prepago	25%	22%	7%	2%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	62%	n.a.	n.a.
% Móvil prepago	64%	81%	75%	79%	84%	81%	88%	94%	89%	92%	89%	83%	85%
Teléfonos públicos	108.804	251.000	22.209	12.969	52.027	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	199.514	n.a.	-

¹ Datos de coberturas para telefonía móvil correspondientes a VIVO, Joint Venture con Portugal Telecom.

² Aportaciones al fondo de universalización (miles de euros).

Inclusión económica y geográfica

América Latina es una de las regiones con mayores desigualdades sociales del mundo. Mientras que en Europa la densidad de población y el nivel económico tiende a asegurar la disponibilidad de los servicios en todo el territorio, en América Latina es muy frecuente que haya grupos sociales o zonas rurales que no tienen acceso a la tecnología.

La experiencia de más de 18 años de Telefónica en la región le permite entender la brecha digital de dos modos:

- Como la barrera que impide a los colectivos de menores recursos económicos acceder a telefonía móvil, banda ancha, terminales... por el coste de los servicios.
- Como la barrera que impide a las zonas rurales el acceso porque el coste de llevar el servicio a ellas es mayor. Aunque gracias a las nuevas tecnologías y en especial al despliegue de la red móvil poco a poco se ha facilitado el acceso a las TICs de zonas aisladas.

En cuanto a la brecha económica, a finales de 2007, más del 81% de los 102 millones de clientes de Telefónica de servicios móviles en América Latina utilizaba productos prepago que permiten tener un adecuado control del consumo. Además, el despliegue de redes GSM siguió favoreciendo el acceso a terminales en condiciones más económicas.

Adicionalmente, al cierre del ejercicio 2007, la Compañía contaba con más de 6 millones de líneas fijas prepago y de control del consumo, que suponían el 25,9% de su planta de accesos fijos en América Latina. Además, disponía de cerca de 595.000 teléfonos de uso público.

Por otro lado, para promover la expansión telefónica en zonas rurales y acercar a las personas a través de la comunicación, durante 2007 el Grupo Telefónica desarrolló diversas iniciativas como la comercialización del servicio Dúo ADSL para zonas rurales en España, el lanzamiento del "Proyecto IRIS" en Perú con el objetivo de extender los niveles de cobertura del servicio de telefonía fija a través de la tecnología inalámbrica, o la instalación en Chile de una radiobase cada seis meses hasta 2010, tras el acuerdo suscrito por Telefónica con el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

Iniciativas para las comunidades rurales

Nuevo servicio de banda ancha para 100.000 habitantes en España

En 2007, Telefónica comenzó a comercializar el Servicio de Banda Ancha Rural Inalámbrico para los clientes de las zonas rurales y aisladas que no disponen de cobertura ADSL. Gracias a esta iniciativa, ampliará la cobertura en 6.500 poblaciones y en más de 8.700 núcleos diseminados, cubriendo una población de más de cien mil usuarios.

El nuevo servicio, basado en tecnología LMDS/Wimax y satélite, permitirá extender la banda ancha, con velocidades de hasta 2Mb, en aquellas poblaciones en que por la baja densidad de población, por la orografía de la zona o por los elevados costes que supone, no sea viable ofrecer el servicio ADSL. Además, las soluciones permiten dar en el mismo acceso voz e Internet.

Alianza público-privada para dar telefonía a 62.300 personas en Perú

"Intégrame" es un programa desarrollado en Perú para extender los servicios de telefonía e Internet en zonas rurales alejadas a través de alianzas público-privadas que generan una integración y desarrollo de las comunidades rurales a través de las TIC.

Esta iniciativa social de Telefónica nació en septiembre de 2006 y hasta el momento ha permitido el acceso a los servicios públicos de telecomunicaciones a más de 180 localidades en todoo Perú, beneficiando a más de 62.300 pobladores.

Este programa ganó el "Premio a la Creatividad Empresarial" 2007, en la categoría de servicios públicos. Este galardón es otorgado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.



Nuestros Resultados

Resultados	70
Gestión de Riesgos	126

Resultados Enero - Diciembre 2007

Grupo Telefónica

Centroamérica

Empleados: **5.786**
Proveedores: **2.005**
Ac. Telefónica Fija: **125**
Ac. Datos e Internet: **22**
Acceso Móviles: **12.538**

Colombia

Empleados: **6.369**
Proveedores: **1.430**
Ac. Telefónica Fija
T. Telecom: **2.329**
Ac. Datos e
Internet T. Telecom:
200
Acceso Móviles TEM
Colombia: **8.372**
Clientes TV de
Pago TV digital: **72**

Venezuela

Empleados: **6.873**
Proveedores: **1.130**
Acceso Móviles TEM
Venezuela: **10.430**

México

Empleados: **16.589**
Proveedores: **1.111**
Ac. Datos e Internet
Terra ISP: **2**
Acceso Móviles
TEM México: **12.538**

Perú

Empleados: **14.554**
Proveedores: **2.143**
Ac. Telefónica
Fija T. Perú: **2.782**
Ac. Datos e Internet
T. Perú: **623**
Acceso Móviles
T. Perú: **8.129**
Clientes TV de Pago
Cable Mágico: **640**

Ecuador

Empleados: **773**
Proveedores: **390**
Acceso Móviles
TEM Ecuador: **12.538**

Chile

Empleados: **14.613**
Proveedores: **1.728**
Ac. Telefónica
Fija T. Chile: **2.172**
Ac. Datos e
Internet T. Chile: **687**
Acceso Móviles
T. Chile: **6.283**
Clientes TV de
Pago TV digital: **22**

Argentina

Empleados: **21.493**
Proveedores: **1.451**
Ac. Telefónica Fija
T. de Argentina: **4.587**
Ac. Datos e Internet
T. de Argentina: **1.150**
Acceso Móviles T. de
Argentina: **13.734**

España

Empleados: **53.300**
Proveedores: **4.065**
Ac. Telefónica Fija
Negocio Fijo: **15.898**
Ac. Datos e Internet
Negocio Fijo: **5.279**
Acceso Móviles
Negocio Móvil: **22.827**
Clientes TV de
Pago Imagénio: **51**

Marruecos

Empleados: **1.646**
Proveedores: **442**
Acceso Móviles O2
Marruecos: **6.153**

Brasil

Empleados: **75.839**
Proveedores: **3.231**
Ac. Telefónica
Fija Telesp: **11.960**
Ac. Datos e Internet
Telesp: **3.289**
Terra ISP: **982**
Acceso Móviles
VIVO: **33.484**
Clientes TV de
Pago TV digital: **231**

Uruguay

Empleados: **557**
Proveedores: **445**
Acceso Móviles
TEM Uruguay: **1.148**

Reino Unido

Empleados: **13.222**
Proveedores: **7.241**
Ac. Datos e Internet
O2 Reino Unido: **71**
Acceso Móviles O2
Reino Unido: **18.3821**

Irlanda

Empleados: **1.617**
Proveedores: **824**
Acceso Móviles
O2 Irlanda: **1.646**

Alemania

Empleados: **5.823**
Proveedores: **2.182**
Ac. Datos e Internet
O2 Alemania: **75**
Acceso Móviles O2
Alemania: **12.472**

Eslovaquia

Empleados: **354**
Proveedores: **90**
Acceso Móviles
TO2 Eslovaquia: **565**

República Checa

Empleados: **8.695**
Proveedores: **391**
Ac. Telefónica Fija
TO2 Rep. Checa: **2.069**
Ac. Datos e Internet
TO2 Rep. Checa: **573**
Acceso Móviles
TO2 Rep. Checa: **5.125**
O2 TV: **73**

Nota:
Datos de accesos en miles.

GRUPO TELEFÓNICA
ACCESOS

Datos no auditados (Miles)	enero-diciembre		
	2007	2006	% Var
Accesos Clientes Finales	225.910,3	200.700,7	12,6
Accesos de telefonía fija ¹	41.974,2	42.340,7	(0,9)
Accesos de datos e internet	12.968,4	12.170,9	6,6
Banda estrecha	2.532,9	3.997,7	(36,6)
Banda ancha ²	10.277,8	7.974,8	28,9
Otros ³	157,7	198,4	(20,5)
Accesos móviles	169.219,7	145.125,1	16,6
TV de pago	1.748,1	1.064,0	64,3
Accesos mayoristas	2.628,0	2.479,4	6,0
Bucle Alquilado	1.396,5	962,2	45,1
Bucle Compartido	776,4	527,7	47,1
Bucle Desagregado	620,1	434,5	42,7
Mayorista ADSL ⁴	575,5	1.288,6	(55,3)
Otros ⁵	656,0	228,6	n.s.
Total Accesos	228.538,3	203.180,2	12,5

¹ RTB ((incluyendo TUP) x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. incluye autoconsumo.

² ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

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

⁴ Incluye bucles alquilados por Telefónica Deutschland.

⁵ Circuitos cuyo cliente final son operadoras.

Nota: Los Accesos móviles, Accesos de telefonía fija y Accesos de datos e internet incluyen los clientes de MANX.

Grupo Telefónica
Principales aspectos destacados

Los aspectos más destacados de los resultados del Grupo Telefónica en el Ejercicio 2007 son los siguientes:

- Los ingresos (+6,7%), el OIBDA (+19,3%), el OI (+42,1%) y el beneficio neto (+42,9%) en 2007 presentan significativas tasas de crecimiento respecto al ejercicio 2006, apoyados en la fuerte diversificación del Grupo, tanto geográfica como por negocios.
 - El OIBDA del año 2007 se encuentra impactado de forma significativa por los esfuerzos que está llevando a cabo la compañía en sus planes de adecuación de plantilla, que se traducirán en mejoras de eficiencia en los próximos ejercicios. En este sentido, en el conjunto del año se han registrado provisiones por estos conceptos por importe de 1.199 millones de euros (1.084 millones de euros en 2006) y 900 millones de euros en el cuarto trimestre de 2007 (651 millones de euros en 2006).
 - Asimismo en 2007 se han contabilizado otros gastos por reestructuración de las operaciones que alcanzan 199 millones de euros (16 millones de euros en 2006), entre los que se incluye fundamentalmente la cancelación anticipada del contrato de roaming con T-Mobile en Alemania.
- Consecución de un beneficio neto consolidado de 8.906¹ millones de euros:
 - El beneficio neto básico por acción crece un 43,5%, situándose en 1,872 euros por acción (1,304 euros por acción a diciembre 2006), siendo el decimocuarto consecutivo con crecimiento.

- Fuerte crecimiento orgánico² de los ingresos, que se incrementan un 7,4% respecto al ejercicio 2006.
 - Por regiones, Telefónica Latinoamérica presenta un crecimiento orgánico interanual de los ingresos del 13,0%, Telefónica España del 4,6% y Telefónica Europa del 4,5%.
- Elevado ritmo de actividad comercial como resultado del éxito de las campañas comerciales de captación y retención de clientes, que se traduce en un significativo incremento interanual de los accesos totales (+12,5%) hasta 228,5 millones, gracias a la fortaleza de los accesos móviles y de banda ancha:
 - El parque de clientes móviles gestionados se sitúa en 169,2 millones, un 16,6% superior al registrado a diciembre de 2006.
 - Los accesos minoristas a Internet de banda ancha superan a cierre del ejercicio 2007 los 10,2 millones de clientes, lo que supone un incremento de un 28,9% respecto al ejercicio 2006.
 - Los clientes de TV de pago se sitúan en 1,7 millones (+64,3% interanual)
- La obtención de sinergias a través de la gestión integrada de las operaciones, la optimización de costes y la creciente diversificación permite alcanzar un flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) de 14.797 millones de euros.

¹ Incluye la plusvalía de Airwave por un importe de 1.296 millones de euros y la plusvalía de Endemol por importe de 1.368 millones de euros.

² Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2007.

- Los resultados del Grupo Telefónica demuestran una vez más el perfil diferencial de la compañía que, una vez más, ha cumplido con todos sus objetivos financieros³ fijados para 2007:
 - El crecimiento del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) se sitúa en el 9,8% frente al rango comunicado de 8%-10%;
 - El crecimiento del Resultado Operativo antes de Amortizaciones (OIBDA) alcanza el 12,8%, en la parte alta del rango anunciado (10%-13%);
 - El Resultado Operativo se incrementa interanualmente un 27,6%, por encima del rango proporcionado al mercado (19%-23%);
 - La inversión (CapEx) se sitúa en 8.087 millones de euros, frente a un objetivo de inversión inferior a 8.100 millones de euros.

- La favorable evolución de los negocios permite anunciar sólidas perspectivas de crecimiento para el ejercicio 2008⁴ y reiterar los objetivos de crecimiento a largo plazo anunciados en octubre de 2007. La Compañía prevé para 2008:
 - Crecimiento de los ingresos consolidados en el rango +6,0%/+8,0%;
 - Crecimiento del OIBDA consolidado en el rango +7,5%/+11,0%;
 - Crecimiento del OI consolidado en el rango +13,0%/+19,0%;
 - Se espera que la inversión se sitúe en torno a 8.600 millones de euros.

Bases 2007 para Objetivos Financieros:

- Ingresos consolidados: 55.550 millones de euros;
 - OIBDA consolidado: 20.863 millones de euros;
 - OI consolidado: 11.467 millones de euros;
 - CapEx: 7.975 millones de euros.
-
- La Compañía refuerza su política de retribución al accionista:
 - Al dividendo de 1 euro por acción con cargo al ejercicio 2008, anunciado el pasado mes de octubre, se une un nuevo programa de recompra de acciones propias, anunciado el 27 de febrero de 2008, por un total de 100 millones acciones, representativas de aproximadamente el 2,095% del capital social, y que estará vigente durante el ejercicio 2008 y el primer semestre de 2009.

³ Las cifras base de 2006 incluyen once meses del Grupo O2 (consolidado desde febrero 2006), ocho meses de Telefónica Telecom (consolidado desde mayo de 2006), seis meses de Iberbanda (consolidado desde julio 2006), tres meses de pérdidas por inicio de operaciones en Eslovaquia y excluyen los resultados de Endemol y Airwave. Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación (TVA). En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Reestructuración de Plantilla, así como Planes Inmobiliarios, están incluidos como ingresos/gastos operativos a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año. A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas. El CapEx no incluye el asociado a los Planes inmobiliarios.

⁴ Las cifras base de 2007 excluyen Airwave y Endemol e incluyen 3 meses de consolidación de TVA en 2007. Los ingresos de T. España se encuentran ajustados por el nuevo modelo de negocio de los servicios de Telefonía de Uso Público. Como consecuencia, los ingresos del Grupo se encuentran ajustados siguiendo este nuevo modelo. Las cifras de 2008 incluyen TVA, Deltax y Telemig (desde abril de 2008). El CapEx de Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria. Los crecimientos facilitados para los objetivos 2008 asumen tipos de cambio constantes de 2007. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007.

Grupo Telefónica Resultados consolidados

La reestructuración organizativa del Grupo Telefónica por unidades de negocio, Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa, de acuerdo con el nuevo modelo de gestión regional e integrado, determina que la estructura jurídica de las sociedades no sea relevante para la presentación de la información financiera del Grupo. En este sentido, se presentan los resultados operativos de cada una de dichas unidades de negocio, con independencia de su estructura jurídica.

En línea con esta reorganización de sus segmentos operativos, Telefónica ha incorporado en Telefónica España y Telefónica Latinoamérica toda la información correspondiente a los negocios de telefonía fija, móvil, cable e Internet.

Asimismo, Telefónica Europa comprende los resultados del Grupo O2, O2 Alemania y Telefónica O2 República Checa.

Dentro del epígrafe Otras sociedades y eliminaciones se incluye el Negocio de Contenidos y Media donde se han integrado los resultados de la participación directa de Telefónica, S.A. en el capital social de Endemol Entertainment Holding, N.V.

A efectos de presentación de la información por segmentos se ha excluido de los resultados operativos de cada segmento del Grupo aquellos gastos e ingresos derivados del uso de la marca, y que no tienen impacto en los resultados consolidados del Grupo.

Grupo Telefónica Resultados consolidados

Los resultados del Grupo Telefónica correspondientes al ejercicio 2007 demuestran una vez más el perfil diferencial de la compañía, soportado por su capacidad de ejecución y por el continuo cumplimiento de los objetivos financieros fijados. Así, los sólidos crecimientos registrados en 2007 ponen de manifiesto el potencial orgánico del Grupo, el alto valor de la diversificación por geografías y negocios, la eficiente estructura de costes y la materialización de sinergias a través de la gestión integrada de la Compañía.

En un contexto de fuerte expansión de la base de clientes (+12,5%), los ingresos (+6,7%), el OIBDA (+19,3%), el OI (+42,1%) y el beneficio neto (+42,9%) en 2007 presentan significativas tasas de crecimiento respecto al ejercicio 2006. El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) es superior en un 33,0% al registrado en 2006 hasta alcanzar 14.797 millones de euros (+9,1% excluyendo las plusvalías de Airwave y Endemol).

Así, un año más, la favorable evolución de los negocios ha permitido al Grupo Telefónica cumplir con todos los objetivos financieros¹ fijados para el ejercicio 2007. De acuerdo con los criterios aplicados para la fijación de los objetivos anunciados para 2007:

- El crecimiento del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) se sitúa en el 9,8% frente al rango comunicado de 8%-10%;
- El crecimiento del Resultado Operativo antes de Amortizaciones (OIBDA) alcanza el 12,8%, en la parte alta del rango anunciado (10%-13%);
- El Resultado Operativo (OI) se incrementa interanualmente un 27,6%, por encima del rango proporcionado al mercado (19%-23%);
- La inversión (CapEx) se sitúa en 8.087 millones de euros, ente a un objetivo de inversión inferior a 8.100 millones de euros.

Durante el cuarto trimestre de 2007 se ha acelerado el ritmo de actividad comercial en el Grupo Telefónica, como resultado del éxito de las campañas comerciales de captación y retención de clientes, lo que ha permitido cerrar el ejercicio con 228,5 millones de accesos totales, lo que representa un crecimiento del 12,5% respecto a diciembre 2006.

Telefónica España cuenta con 46,4 millones de accesos, un 5,0% por encima de los registrados a diciembre de 2006, impulsados por el crecimiento de la base de clientes móviles y de banda ancha, así como por la contención en la pérdida de líneas fijas, cuya caída interanual se sitúa en niveles mínimos desde 2001 (-0,3%). Telefónica Latinoamérica acelera el crecimiento de sus accesos totales (134,1 millones; +16,9% interanual), gracias al fuerte

crecimiento de la banda ancha, la favorable evolución del negocio de telefonía móvil, que registra en el cuarto trimestre un nuevo máximo de ganancia neta (7,3 millones de clientes), y el incremento de los clientes de TV de pago, que crecen casi un 75% respecto a 2006.

Telefónica Europa presenta un crecimiento de un 8,7% en su base de clientes hasta situarse cerca de 42 millones, impulsado por la buena evolución del negocio celular, especialmente en el segmento contrato.

Por tipo de acceso, los accesos móviles del Grupo Telefónica aceleran su crecimiento interanual respecto a septiembre de 2007, alcanzando 169,2 millones (+16,6% respecto a diciembre 2006). En Latinoamérica, destacan las ganancias netas trimestrales registradas por Brasil (2,2 millones de clientes; casi multiplicándose por 7 respecto al mismo periodo de 2006) y México (cerca de 1,5 millones de clientes; +32,0% respecto al mismo periodo de 2006). En España, la ganancia neta trimestral se ha situado en 406.837 clientes, superando las cifras alcanzadas en los últimos tres trimestres, situándose el parque gestionado en más de 22,8 millones de clientes (+6,4% respecto a diciembre de 2006). En Europa, los clientes han crecido un 8,6% hasta situarse cerca de 38,3 millones, tras registrar una ganancia neta en el trimestre de 1,0 millones de clientes.

A cierre de diciembre, el Grupo Telefónica supera los 10,2 millones de accesos minoristas a Internet de banda ancha, registrando un crecimiento interanual de un 28,9%. Continúa la buena aceptación de la oferta de servicios paquetizados de voz, ADSL y TV, factor que sigue siendo clave para el desarrollo del mercado de banda ancha y para la fidelización de nuestra base de clientes. El total de accesos minoristas a Internet de banda ancha supera los 4,5 millones en España (+22,1% interanual), en Latinoamérica los 5,0 millones (+33,2% interanual) y en Europa los 670.000 (+48,3%). En España se ha registrado una ganancia neta trimestral cercana a 227.500 clientes, frente a alrededor de 332.300 y 97.500 en Latinoamérica y Europa, respectivamente.

Los accesos de TV de pago superan a cierre del trimestre los 1,7 millones, un 64,3% más que hace un año, contando ya con operaciones en España, República Checa, Perú, Chile, Colombia y Brasil.

Como resultado de la expansión de la base de clientes del Grupo, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2007 alcanza 56.441 millones de euros, lo que representa un incremento interanual del 6,7%. El efecto negativo de los tipos de cambio resta 1,2 p.p. al crecimiento de los ingresos (-1,0 p.p. a septiembre, -1,4 p.p. a junio, -2,6 p.p. a marzo), mientras que los cambios en el perímetro de consolidación contable aportan 0,5 p.p. a dicho crecimiento (+1,9 p.p. a septiembre, +4,5 p.p. a junio, +9,8 p.p. a

¹ Las cifras base de 2006 incluyen once meses del Grupo O2 (consolidado desde febrero 2006), ocho meses de Telefónica Telecom (consolidado desde mayo de 2006), seis meses de Iberbanda (consolidado desde julio 2006), tres meses de pérdidas por inicio de operaciones en Eslovaquia y excluyen los resultados de Endemol y Airwave. Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación (TVA). En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Reestructuración de Plantilla, así como Planes Inmobiliarios, están incluidos como ingresos/gastos operativos a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año. A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas. El CapEx no incluye el asociado a los Planes inmobiliarios.

marzo). Así, el crecimiento orgánico² de los ingresos alcanzaría el 7,4%, siendo Telefónica Latinoamérica, que aporta 4,4 p.p. al crecimiento y, en menor medida, Telefónica España, con una aportación de 1,6 p.p., los mayores contribuidores a este crecimiento orgánico. Por concepto, los ingresos de servicio móvil y de banda ancha son los que impulsan el crecimiento orgánico, con crecimientos interanuales del 11,1% y del 22,6%, respectivamente.

En términos absolutos, Telefónica España es el mayor contribuidor a los ingresos del Grupo Telefónica, con un 36,6% de los ingresos totales. Así, Telefónica España registra en 2007 unos ingresos de 20.683 millones de euros, un 4,7% superiores a los obtenidos en el periodo enero-diciembre 2006. En el Negocio Fijo de Telefónica España, los ingresos acumulados a diciembre 2007 alcanzan los 12.401 millones de euros, con un crecimiento interanual del 3,7%, sustentado en el buen comportamiento de los servicios de Internet y Banda Ancha y, en menor medida, de los servicios de Datos y TI, sin olvidar la favorable evolución de los ingresos de Voz y Acceso Tradicional. Por lo que respecta al Negocio Móvil de Telefónica España, los ingresos acumulados a diciembre 2007 ascienden a 9.693 millones de euros, con un crecimiento interanual del 5,4%, apoyados en la favorable evolución de los ingresos de servicio (+4,5%), que se ven beneficiados por el buen comportamiento de los ingresos de clientes (+8,0%).

Telefónica Latinoamérica (35,6% de los ingresos consolidados) registra unos ingresos de 20.078 millones de euros en 2007, un 11,0% más que en 2006 en euros corrientes (+14,5% en euros constantes). A nivel orgánico³, los ingresos presentarían un crecimiento del 13,0%. Dentro de los países que más han contribuido a este crecimiento en moneda constante, destacan México y Venezuela, con 3,2 p.p. y 3,1 p.p. respectivamente. En términos de contribución a los ingresos de Telefónica Latinoamérica en moneda corriente, Brasil continúa siendo el mayor contribuidor con un 38,2%, seguido de Venezuela (11,9%) y de Argentina (11,3%). Entre las operadoras fijas de la región, TASA es la que mejor se comporta, con un crecimiento del 9,9% en moneda local, ya que a los mayores ingresos procedentes de la banda ancha (+45,7% en moneda local) se une la fortaleza del negocio tradicional (+5,4% en moneda local). En Brasil destaca Vivo (ingresos +16,5% en moneda local), cuyos resultados reflejan las distintas medidas de gestión puestas en marcha a lo largo de 2006 y 2007 para lograr un crecimiento con rentabilidad y una mayor satisfacción de los clientes.

La contribución de Telefónica Europa (14.458 millones de euros) a los ingresos totales del Grupo Telefónica en el periodo enero-diciembre 2007 es del 25,6%. Conviene recordar que los ingresos de Telefónica Europa en 2006 incluían los activos del Grupo O2 en el periodo febrero-diciembre 2006 y los de Telefónica Deutschland y Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2006. En Reino Unido, la continua expansión de la base de clientes y del

ARPU explican el sólido crecimiento de los ingresos, +9,5% en moneda local en términos comparables frente a 2006, en un mercado de fuerte presión competitiva. En Telefónica O2 República Checa los ingresos acumulados a diciembre de 2007 crecen un 2,9% en moneda local frente al mismo periodo del año anterior, ya que al mantenimiento del negocio fijo se une el crecimiento del móvil (+4,4% en moneda local). En O2 Alemania, en términos comparables, los ingresos registran una caída del 1,9% respecto a 2006, dado que el crecimiento del tráfico no ha podido compensar los fuertes recortes de precios llevados a cabo durante el año en un entorno de mercado altamente competitivo.

En 2007 los gastos por operaciones del Grupo Telefónica totalizan 37.431 millones de euros, un 7,0% por encima de los obtenidos en 2006. Este mayor nivel de costes se explica fundamentalmente por los cambios en el perímetro de consolidación, el mayor esfuerzo comercial en Latinoamérica y Europa y el impacto de los planes de adecuación de plantilla y de operaciones anunciados por la compañía, que se traducirán en mejoras de eficiencia en los próximos ejercicios.

Los aprovisionamientos acumulados en el ejercicio 2007 crecen un 7,7% en términos interanuales hasta alcanzar los 17.907 millones de euros (9,0% eliminando el efecto del tipo de cambio). Excluyendo también los cambios en el perímetro de consolidación, el crecimiento sería de un 9,2%, explicado fundamentalmente por los mayores gastos de interconexión de Telefónica Latinoamérica y O2 Reino Unido.

Los gastos de personal se sitúan en 7.893 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual de un 3,6% (+4,6% en euros constantes). La plantilla promedio del periodo alcanza los 244.052 empleados, con un incremento neto de 16.915 personas por la mayor plantilla del Grupo Atento y la incorporación de nuevas empresas al perímetro de consolidación. Sin considerar la plantilla del Grupo Atento, la plantilla promedio del Grupo Telefónica prácticamente se mantiene respecto al ejercicio 2006, situándose en 127.102 empleados. Los gastos por adecuación de plantilla del Grupo Telefónica se han situado en 2007 en 1.199 millones de euros (1.084 millones de euros en 2006), procedentes fundamentalmente de:

- Telefónica España: 667 millones de euros, incluyendo ERE 2003-2007 y un nuevo plan de adecuación de plantilla para 2008 iniciado en 2007;
- Telefónica Latinoamérica: 318 millones de euros de provisiones contabilizadas por programas de adecuación de plantilla llevados a cabo en distintas compañías del Grupo, correspondientes a planes iniciados en 2007 y con vigencia a lo largo de 2008;
- Telefónica Europa: 158 millones de euros procedentes de programas de adecuación de plantilla llevados a cabo en Alemania, Reino Unido e Irlanda.

² Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006.

³ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica Telecom en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007.

Los gastos por servicios exteriores (9.991 millones de euros) presentan un crecimiento interanual del 8,2% (+9,5% en moneda constante), explicado en parte por la cancelación anticipada del acuerdo de roaming en Alemania con T-Mobile producida en el cuarto trimestre del ejercicio. A nivel orgánico, Telefónica Latinoamérica y el Negocio Fijo de Telefónica España son los que explican principalmente este comportamiento, por el incremento de la actividad comercial.

Por otra parte, el resultado por enajenación de activos asciende en el ejercicio 2007 a 2.766 millones de euros, tras contabilizarse en el segundo trimestre la plusvalía por la venta de Airwave, por importe de 1.296 millones de euros y en el tercer trimestre la plusvalía por la venta de Endemol, por importe de 1.368 millones de euros. En cuanto a minusvalías, únicamente cabe recordar la registrada en el segundo trimestre del ejercicio por la desinversión de la participación del 6,9% en CANTV por valor de 45 millones de euros.

A cierre de diciembre, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza 22.825 millones de euros, un 19,3% por encima del registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior. Excluyendo las plusvalías generadas por las ventas de Airwave y Endemol, el crecimiento del OIBDA en ejercicio 2007 hubiera sido de un 5,4% interanual. En términos orgánicos⁴ acumulados, el crecimiento del OIBDA ascendería al 20,8% (+6,8%, eliminando ambas plusvalías). En cuanto a la rentabilidad, el margen OIBDA acumulado en el ejercicio 2007 se ha situado en el 40,4% (35,7% sin considerar las plusvalías de Airwave y Endemol frente al 36,2% del año anterior).

Telefónica España (46,9%⁵ del OIBDA consolidado) presenta a cierre de 2007 un OIBDA de 9.448 millones de euros, un 9,3% superior al registrado en el periodo enero-diciembre de 2006. El margen sobre ingresos se sitúa en el 45,7%, 1,9 p.p. superior al obtenido hace un año.

En Telefónica Latinoamérica, el OIBDA (7.121 millones de euros) representa un 35,3% del OIBDA del Grupo en el ejercicio 2007, mostrando un crecimiento interanual del 8,4%. En términos orgánicos⁶, el crecimiento interanual del OIBDA se sitúa en el 10,6%. En euros constantes el crecimiento del OIBDA de Telefónica Latinoamérica se incrementa un 11,5%. Por países, Venezuela es el mayor contribuidor al crecimiento del OIBDA con 5,2 p.p., seguido de México (3,1 p.p.) En términos absolutos, Brasil es el mayor contribuidor al OIBDA de Telefónica Latinoamérica con el 43,1%,

seguido por Venezuela (14,9%) y Argentina (11,1%). El margen de OIBDA de Telefónica Latinoamérica en el ejercicio 2007 asciende al 35,5%, 0,9 p.p. inferior al de 2006, afectado por las provisiones de adecuación de plantilla señaladas anteriormente. Excluyendo estas provisiones, el margen se habría situado en el 37,1% (0,3 p.p. superior al del ejercicio 2006).

Telefónica Europa contribuye con un 18,3% al OIBDA⁷ total del Grupo Telefónica, totalizando un OIBDA de 4.977 millones de euros a cierre de 2007, cifra que incluye la plusvalía por la venta de Airwave por importe de 1.296 millones de euros, registrada en el segundo trimestre del ejercicio. El OIBDA de Telefónica Europa reportado en 2006, incluyendo los activos del Grupo O2 en el periodo febrero-diciembre y los de Telefónica O2 República Checa y Telefónica Deutschland en enero-diciembre, totaliza 3.708 millones de euros. El margen OIBDA excluyendo la plusvalía de Airwave se sitúa en el 25,5% frente al 28,2% registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior.

En el cuarto trimestre aislado, el OIBDA de O2 Reino Unido presenta un descenso interanual del 4,9% en moneda local, explicado por el registro de un gasto de adecuación de plantilla de 20,5 millones en el área de IT y Tecnología con el objetivo de capturar eficiencias en el futuro. Excluyendo este gasto, el OIBDA se hubiera mantenido prácticamente plano respecto al ejercicio anterior. En O2 Alemania, el OIBDA del cuarto trimestre del ejercicio 2007 presenta un recorte interanual del 77,9%, explicado fundamentalmente por el registro de gastos no recurrentes por importe de 151 millones de euros, en su mayor parte procedentes de la cancelación anticipada del contrato de roaming nacional con T-Mobile mencionado anteriormente, y de los gastos derivados del plan de adecuación de plantilla iniciado en el segundo trimestre del ejercicio. Por su parte, a diciembre de 2007, Telefónica O2 República Checa reduce su margen OIBDA en 1,1 p.p. afectado por la contribución negativa de la operación en Eslovaquia.

En el acumulado del año 2007, la amortización del inmovilizado presenta un descenso del 2,8% interanual hasta alcanzar 9.437 millones de euros. Telefónica España y Telefónica Latinoamérica, con reducciones en sus dotaciones a la amortización del 6,0% y del 3,0%, respectivamente, son las líneas de actividad que contribuyen en mayor medida a esta caída de las amortizaciones del Grupo. Telefónica Europa, con un descenso interanual del 0,4%, incluye la amortización del valor atribuido a los activos en el proceso de asignación del precio de compra del Grupo O2 por importe de 802

⁴ Asumiendo tipos de cambios constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006.

⁵ Considerando que el OIBDA consolidado del Grupo Telefónica de enero-diciembre 2007 excluye la plusvalía de Airwave por importe de 1.296 millones de euros y la plusvalía de Endemol por importe de 1.368 millones de euros.

⁶ Asumiendo tipos de cambios constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006.

⁷ Excluyendo de Telefónica Europa la plusvalía de Airwave (1.296 millones de euros) y del OIBDA acumulado del Grupo la plusvalía de Airwave por importe de 1.296 millones de euros y la plusvalía de Endemol por importe de 1.368 millones de euros.

¹ Las cifras base de 2006 incluyen once meses del Grupo O2 (consolidado desde febrero 2006), ocho meses de Telefónica Telecom (consolidado desde mayo de 2006),

millones de euros y de Telefónica O2 República Checa por valor de 158 millones de euros. La variación orgánica⁸ acumulada de la amortización del inmovilizado del Grupo Telefónica caería un 3,7%, siendo Telefónica España y Telefónica Europa las líneas de actividad que contribuyen en mayor medida a esa caída.

El fuerte crecimiento del OIBDA unido al descenso de las amortizaciones llevan al resultado operativo (OI) del periodo enero-diciembre 2007 a crecer un 42,1% interanual, alcanzando un valor absoluto de 13.388 millones de euros. Sin considerar las plusvalías procedentes de las ventas de Airwave y Endemol, el resultado operativo habría crecido un 13,8%. El crecimiento orgánico⁹ del resultado operativo se situaría en un 47,0% (+18,1% excluyendo las plusvalías generadas por la venta de Airwave y Endemol).

A cierre de diciembre 2007, el resultado de las participaciones por puesta en equivalencia se incrementa un 83,3% hasta alcanzar 140 millones de euros. Esta mejora viene explicada fundamentalmente por Portugal Telecom y por Lycos Europe tras la venta en abril de su inversión en el proveedor de portal a Internet basado en la República Checa Seznam, c.z. Por otra parte, Sogecable y The Link también contribuyen a esta mejora, al haberse dejado de consolidar por este método durante el cuarto trimestre de 2006.

Los costes financieros acumulados anuales de 2007 han ascendido a 2.844 millones de euros, un 4,0% superiores a los del mismo periodo de 2006. Este incremento resulta fundamentalmente del mayor coste medio de la deuda del Grupo debido a la subida de tipos en Europa y a la mayor proporción de deuda en Latinoamérica, lo que supone un incremento de los gastos financieros de 207 millones de euros. Este efecto se compensa por una reducción de 200 millones de euros producido por el descenso de la deuda media total en 2007. La gestión del valor actual de los compromisos derivados de los EREs y de otras posiciones igualmente contabilizadas a valor de mercado ha rendido unos beneficios de 84 millones de euros, cifra 42 millones de euros inferior a la acumulada a diciembre de 2006. La cifra de gastos financieros acumulada en 2007 supone un coste medio del 5,59% sobre la deuda neta media total y un 5,61% si se excluyen los resultados por tipo de cambio.

El flujo de caja libre generado por el Grupo Telefónica acumulado en 2007 asciende a 8.847 millones de euros, de los cuales 2.113 y 3.076 millones de euros han sido dedicados a compra de autocartera y reparto de dividendo de Telefónica S.A, respectivamente y 781 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el Grupo, fundamentalmente derivados de programas de reducción de plantilla. Dado que las desinversiones financieras netas en el periodo han ascendido a

2.512 millones de euros debido fundamentalmente a la venta de Airwave, Endemol y a la participación adquirida de TELCO, la deuda financiera neta se ha reducido en 5.389 millones de euros. Adicionalmente, hay que añadir 1.472 millones de euros de reducción de la deuda por variaciones del tipo de cambio y variaciones de perímetro y otros efectos sobre cuentas financieras. Esto arroja una reducción total de 6.861 millones de euros con respecto a la deuda consolidada a finales del ejercicio 2006 (52.145 millones de euros), situando la deuda financiera neta del Grupo Telefónica al cierre de 2007 en 45.284 millones de euros.

La provisión de impuestos devengada en el ejercicio 2007 totaliza 1.565 millones de euros, lo que implica una tasa impositiva del 14,65% en el año, si bien la salida de caja para el Grupo Telefónica será más reducida en la medida que se compensen bases imponibles negativas generadas en ejercicios pasados y que todavía están pendientes de utilizar.

En este ejercicio 2007 la tasa impositiva se ha visto afectada por varias cuestiones que han supuesto que la misma sea significativamente reducida, fundamentalmente la operación de venta de Endemol, que ha supuesto una minusvalía fiscal, la reforma fiscal en Inglaterra que ha supuesto una disminución de los pasivos diferidos y la venta de Airwave, que no ha tenido impacto fiscal.

Los resultados atribuidos a socios externos restan 213 millones de euros al beneficio neto acumulado a diciembre 2007, presentando una caída interanual del 38,5% debido principalmente a la fusión por absorción de Telefónica Móviles por parte de Telefónica S.A. en julio de 2006. La participación de los minoritarios en Telesp y Telefónica O2 República Checa son los principales contribuidores en términos absolutos al total de los resultados atribuidos a socios externos.

Consecuencia de todas las partidas explicadas anteriormente, el beneficio neto consolidado acumulado a diciembre asciende a 8.906 millones de euros, un 42,9% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. El beneficio neto básico por acción crece un 43,5% hasta 1,872 euros por acción. En el cuarto trimestre aislado, el resultado neto se sitúa en 1.058 millones de euros, un 2,3% por encima del registrado en el cuarto trimestre de 2006, mientras que el beneficio neto por acción asciende a 0,224 euros por acción, frente a los 0,213 euros por acción obtenidos en el cuarto trimestre de 2006.

En el ejercicio 2007, la inversión (CapEx) crece un 0,3% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los 8.027 millones de euros. El efecto de los tipos de cambio resta 1,4 p.p. de crecimiento.

⁸ Asumiendo tipos de cambios constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006. gastos excepcionales no previsibles en 2007.

⁹ Asumiendo tipos de cambios constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-diciembre 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-diciembre 2007, la consolidación de TVA en el periodo octubre-diciembre 2007, la consolidación de Airwave en el periodo abril-diciembre 2006 y la consolidación de Endemol en el periodo julio-diciembre 2006.

Objetivos Financieros 2008

De acuerdo a los criterios utilizados para la fijación de los objetivos financieros para 2008¹⁰, el Grupo Telefónica prevé que a nivel consolidado:

- El crecimiento anual del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2008 se sitúa en el rango de 6,0%-8,0% (Bases 2007 para Objetivos Financieros: 55.550 millones de euros).

Por regiones:

- Telefónica España : +2,0%/+3,5%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 20.536 millones de euros);
 - Telefónica Latinoamérica: +11,0%/+14,0%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 20.078 millones de euros);
 - Telefónica Europa: +4,0%/+7,0%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 14.358 millones de euros);
- El crecimiento anual del Resultado Operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2008 se sitúa en el rango del 7,5%-11,0% (Bases 2007 para Objetivos Financieros: 20.863 millones de euros).

Por regiones:

- Telefónica España : +6,0%/+8,0%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 9.635 millones de euros);
 - Telefónica Latinoamérica: +12,0%/+16,0%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 7.408 millones de euros);
 - Telefónica Europa: +2,0%/+6,0%
(Base 2007 para Objetivos Financieros: 3.974 millones de euros);
- El crecimiento anual del Resultado Operativo (OI) en 2008 se sitúa en el rango del 13,0%-19,0% (Bases 2007 para Objetivos Financieros: 11.467 millones de euros).
- La inversión (CapEx) en 2008 en torno a 8.600 millones de euros (Bases 2007 para Objetivos Financieros: 7.975 millones de euros).

¹⁰ Las cifras base de 2007 excluyen Airwave y Endemol e incluyen 3 meses de consolidación de TVA en 2007. Los ingresos de T. España se encuentran ajustados por el nuevo modelo de negocio de los servicios de Telefonía de Uso Público. Como consecuencia, los ingresos del Grupo se encuentran ajustados siguiendo este nuevo modelo. Las cifras de 2008 incluyen TVA, Deltax y Telemig (desde abril de 2008). El CapEx de Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria. Los crecimientos facilitados para los objetivos 2008 asumen tipos de cambio constantes de 2007. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007.

Datos Financieros

GRUPO TELEFÓNICA

DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios (Ingresos)	56.441	52.901	6,7
Resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)	22.825	19.126	19,3
Resultado operativo (OI)	13.388	9.421	42,1
Resultado antes de impuestos	10.684	6.764	58,0
Resultado neto	8.906	6.233	42,9
Resultado neto básico por acción	1.872	1.304	43,5
Número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (Millones)	4.758,7	4.799,0	(0,4)

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

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.

GRUPO TELEFÓNICA

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

	enero-diciembre								
	IMPORTE NETO CIFRA DE NEGOCIO			OIBDA			RESULTADO OPERATIVO		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Telefónica España	20.683	19.750	4,7	9.448	8.647	9,3	7.067	6.113	15,6
Telefónica Latinoamérica	20.078	18.089	11,0	7.121	6.571	8,4	3.562	2.900	22,8
Telefónica Europa ¹	14.458	13.159	9,9	4.977	3.708	34,2	1.591	309	n.s.
Otras sociedades y eliminaciones ²	1.221	1.903	(35,8)	1.278	200	n.s.	1.168	99	n.s.
Total Grupo	56.441	52.901	6,7	22.825	19.126	19,3	13.388	9.421	41,1

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

Nota: OIBDA de los negocios de telefonía fija en Latinoamérica se presentan después de gastos de gerenciamiento.

¹ Telefónica Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre), Grupo O2 (febrero-diciembre) y (febrero-diciembre). Cifras de OIBDA excluyendo brand fee.

² Para el OIBDA y el Resultado Operativo, estos datos no incluyen el importe de la "provisión de cartera de control" registrados por Telefónica, S.A.

CAPEX POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre		
	2007	2006	% Var
Telefónica España	2.381	2.304	3,4
Telefónica Latinoamérica	3.343	2.811	18,9
Telefónica Europa ¹	2.125	2.552	(16,7)
Otras sociedades y eliminaciones	178	336	(47,1)
Total Grupo	8.027	8.003	0,3

Nota: CapEx del Grupo Telefónica a tipos de cambio promedio acumulado.

¹ Telefónica Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre), Grupo O2 (febrero-diciembre) y O2 Alemania (febrero-diciembre).

GRUPO TELEFÓNICA
RESULTADOS CONSOLIDADOS

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocio	56.441	52.901	6,7	14.426	14.196	1,6
Trabajos para inmovilizado ¹	708	719	(1,5)	211	195	8,3
Gastos por operaciones	(37.431)	(34.995)	7,0	(10.381)	(9.992)	3,9
Aprovisionamientos	(17.907)	(16.629)	7,7	(4.653)	(4.645)	0,2
Gastos de personal	(7.893)	(7.622)	3,6	(2.578)	(2.421)	6,5
Servicios de exteriores	(9.991)	(9.230)	8,2	(2.771)	(2.578)	7,5
Variación de provisiones de tráfico	(666)	(609)	9,4	(130)	(125)	3,5
Tributos	(974)	(905)	7,7	(249)	(224)	11,4
Otros ingresos (gastos) netos	358	346	3,3	192	127	51,2
Resultado de enajenación de activos	2.766	236	n.s.	132	12	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(17)	(81)	(79,2)	(4)	(66)	(94,5)
Resultado operativo antes de amort. (OIDBDA)	22.825	19.126	19,3	4.577	4.472	2,3
Amortizaciones de inmovilizado	(9.437)	(9.704)	(2,8)	(2.452)	(2.510)	(2,3)
Resultado operativo (OI)	13.388	9.421	42,1	2.125	1.962	8,3
Resultado particip. puestas en equivalencia	140	77	83,3	34	16	n.s.
Resultados financieros	(2.844)	(2.734)	4,0	(749)	(805)	(7,0)
Resultado antes de impuestos	10.684	6.764	58,0	1.409	1.172	20,2
Impuesto de Sociedades	(1.565)	(1.781)	(12,1)	(294)	(64)	n.s.
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	9.119	4.983	83,0	1.115	1.108	0,6
Resultado operaciones en discontinuación	0	1.596	n.s.	0	0	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(213)	(346)	(38,5)	(57)	(73)	(22,5)
Resultado neto	8.906	6.233	42,9	1.058	1.035	2,3
Número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.758,7	4.779,0	(0,4)	4.718,5	4.853,6	(2,8)
Resultado neto básico por acción	1,872	1,304	43,5	0,224	0,213	5,2

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

"Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

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.

GRUPO TELEFÓNICA
BALANCE CONSOLIDADO

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre		
	2007	2006	% Var
Activos no corrientes	87.395	91.269	(4,2)
Intangibles	18.320	20.758	(11,7)
Fondo de comercio	19.770	21.739	(9,1)
Propiedad, planta y equipo y Propiedades de inversión	32.469	33.888	(4,2)
Inmovilizaciones Financieras y otros activos a largo plazo	9.007	6.183	45,7
Activos por impuestos diferidos	7.829	8.702	(10,0)
Activos corrientes	18.478	17.713	4,3
Existencias	987	1.012	(2,4)
Deudores	9.662	9.666	(0,0)
Administraciones Públicas deudoras por impuestos corrientes	1.010	1.555	(35,0)
Inversiones financieras temporales	1.622	1.679	(3,4)
Efectivo y equivalentes de efectivo	5.065	3.792	33,6
Activos no corrientes destinados para la venta	132	9	n.s.
Total Activo = Total Pasivo	105.873	108.982	(2,9)
Fondos propios	22.855	20.001	14,3
Fondos propios atribuibles a los accionistas de la sociedad dominante	20.125	17.178	17,2
Socios externos	2.730	2.823	(3,3)
Pasivos no corrientes	58.044	62.644	(7,3)
Deuda financiera a largo plazo	46.942	50.675	(7,4)
Pasivos por impuestos diferidos	3.926	4.700	(16,5)
Provisiones a largo plazo	6.161	6.287	(2,0)
Otros acreedores a largo plazo	1.015	982	3,4
Pasivos corrientes	24.974	26.337	(5,2)
Deuda financiera a corto plazo	6.986	8.382	(16,7)
Acreedores comerciales	8.729	8.533	2,3
Administraciones Públicas acreedoras por impuestos corrientes	2.157	2.841	(24,1)
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	7.102	6.580	7,9
Datos financieros			
Deuda financiera neta	45.284	52.145	(13,2)

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

¹ Deuda Financiera Neta = Deuda Financiera 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		
		2007	2006	% Var
I	Flujo de caja operacional	20.132	18.824	6,9
II	Pagos de intereses financieros netos ¹	(3.097)	(2.296)	
III	Pago de impuesto sobre sociedades	(1.457)	(1.100)	
A=I+II+III	Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	15.578	15.428	1,0
B	Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales	(7.205)	(6.828)	
C=A+B	Flujo de caja operativo retenido	8.373	8.600	(2,6)
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	129	24	
E	Pagos netos por inversión financiera	2.383	(21.574)	
F	Pagos netos por dividendos y operaciones con acc. propias ²	(5.496)	(5.542)	
G=C+D+E+F	Flujo de caja libre después de dividendos	5.389	(18.492)	c.s.
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	(819)	(511)	
I	Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	(653)	4.097	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	52.145	30.067	
K=J-G+H+I	Deuda financiera neta al final del periodo	45.284	52.145	(13,2)

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.

RECONCILIACIONES DEL FLUJO DE CAJA
CON OIBDA MENOS CAPEX

Datos no auditados (Millones de euros)		enero-diciembre		
		2007	2006	% Var
OIBDA		22.825	19.126	19,3
- CAPEX devengado en el periodo		(8.027)	(8.003)	
- Pagos por compromisos		(781)	(830)	
- Pago de intereses financieros netos		(3.097)	(2.296)	
- Pago de Impuesto sobre Sociedades		(1.457)	(1.100)	
- Resultado por enajenación de inmovilizado		(2.766)	(236)	
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos		1.676	1.939	
= Flujo de caja operativo retenido		8.373	8.600	(2,6)
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria		129	24	
- Pagos netos por inversión financiera		2.383	(21.574)	
- Pagos netos por dividendos y operaciones con acciones propias		(5.496)	(5.542)	
= Flujo de caja libre después de dividendos		5.389	(18.492)	c.s.

Nota: Se utiliza el concepto de "Flujo de caja libre", el cual refleja el cash flow disponible para remuneración al accionista de la matriz Telefónica S.A., protección de los niveles de solvencia (deuda financiera y compromisos) y flexibilidad estratégica.

Las diferencias con el "Flujo de caja operativo" 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.

	enero-diciembre	
	2007	2006
Flujo de caja operativo retenido	8.373	8.600
+ Pagos por amortización de compromisos	781	830
- Pago de dividendos ordinarios a minoritarios	(307)	(514)
= Flujo de caja libre	8.847	8.916
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.758,7	4.779,0
= Flujo de caja libre por acción	1,859	1,866

DEUDA FINANCIERA NETA MÁS COMPROMISOS

Datos no auditados (Millones de euros)

diciembre 2007

	Acreeedores a LP	47.269
	Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP	6.986
	Tesorería	(5.065)
	Inversiones financieras a CP y LP ¹	(3.906)
A	Deuda financiera neta	45.284
	Garantías otorgadas a IPSE 2000	365
B	Compromisos por garantías	365
	Compromisos brutos por reducción de plantilla ²	5.437
	Valor de activos a largo plazo asociados ³	(676)
	Impuestos deducibles ⁴	(1.472)
C	Compromisos netos por reducción de plantilla	3.289
A+B+C	Deuda total + Compromisos	48.938
	Deuda financiera neta / OIBDA ⁵	2,3x
	Deuda total + Compromisos / OIBDA ⁵	2,4x

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. 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 Dic 07 excluyendo el resultado por enajenación de inmovilizado.

**GRUPO TELEFÓNICA
TIPOS DE CAMBIO APLICADOS**

	Cuenta de Resultados y CapEx ¹		Balance ²	
	ene - dic 2007	ene-dic 2006	diciembre 2007	diciembre 2006
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,368	1,255	1,472	1,317
Reino Unido (Libra/Euro)	0,685	0,682	0,733	0,672
Argentina (Peso Argentino/Euro)	4,263	3,857	4,636	4,033
Brasil (Real Brasileño/Euro)	2,661	2,728	2,608	2,816
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	27,756	28,338	26,620	27,495
Chile (Peso Chileno/Euro)	714,637	665,336	731,472	701,262
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2.837,126	2.949,853	2.965,928	2.949,853
El Salvador (Colon/Euro)	11,974	10,977	12,881	11,524
Guatemala (Quetzal/Euro)	10,502	9,548	11,234	10,004
México (Peso Mexicano/Euro)	14,953	13,664	15,996	14,330
Nicaragua (Córdoba/Euro)	25,229	22,031	27,827	23,703
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	4,282	4,108	4,409	4,205
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	32,101	30,183	31,724	32,201
Venezuela (Bolívar/Euro)	2.942,254	2.695,418	3.165,015	2.832,861

¹ Estos tipos de cambio se utilizan para convertir las cuentas de pérdidas y ganancias y el CapEx de las sociedades extranjeras del Grupo de moneda local a euros.

² Tipos de cambio a 31/12/07 y 31/12/06.

Resultados
Enero -
Diciembre
2007

Resultados
por unidades
de negocio

Telefónica España

En un entorno de fuerte actividad y competencia, Telefónica España consolida su fortaleza competitiva y cumple todos los objetivos financieros anunciados para el ejercicio 2007.

El importe neto de la cifra de negocio (ingresos) creció un 4,7% en el año alcanzando los 20.683 millones de euros y superando así el objetivo anunciado de crecimiento de entre el 3,5% y el 4,5%. El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) creció un 9,3% hasta los 9.448 millones de euros, lo que sitúa el margen en el 45,7%. A efectos de comparación con el objetivo comunicado de crecimiento del OIBDA en 2007 de entre el 9% y el 11%, una vez incluidos los efectos considerados en su fijación, el crecimiento del OIBDA se sitúa en el 11,6%, cumpliéndose así el objetivo revisado al alza en julio de 2007.

La inversión (CapEx) alcanza 2.381 millones de euros en 2007, presentando un crecimiento del 3,4% respecto al año 2006. El objetivo de CapEx para 2007, que no incluye la inversión asociada al plan de eficiencia inmobiliario, era de acometer inversiones inferiores a 2.400 millones de euros. El esfuerzo inversor se ha dedicado principalmente al crecimiento de los negocios de Internet y Banda Ancha, con importantes inversiones en ADSL y Servicios IP (Imagenio). Destaca especialmente el lanzamiento del proceso de transformación de las redes fija y móvil.

En 2007 Telefónica España ha generado un flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) de 7.067 millones de euros, con un crecimiento del 11,4%.

En referencia al Expediente de Regulación de Empleo (E.R.E 2003-2007) del Negocio Fijo de Telefónica España, cabe destacar su finalización con una adhesión de 1.102 empleados en el último año de vigencia del mismo, con un coste asociado de 345 millones de euros en 2007.

Telefónica adoptó durante el último trimestre del ejercicio 2007 decisiones de carácter organizativo encaminadas a favorecer un esquema que facilite la convergencia tecnológica y de prestación de servicios en los negocios en los que opera. En este sentido y en el marco de integración propuesto, se siguen acometiendo esfuerzos de adecuación de plantilla que se han plasmado en la aprobación de los correspondientes planes ya iniciados al 31 de diciembre de 2007. El coste estimado de estos planes asciende a 322 millones de euros (168 millones en el Negocio Fijo y 154 millones en el Negocio Móvil), habiéndose registrado la correspondiente provisión en los resultados del ejercicio 2007.

El importe total de los costes por estos conceptos durante el ejercicio 2007 en Telefónica España asciende así a 667 millones de euros (551 millones de euros en el cuarto trimestre del año).

En el Negocio Fijo de Telefónica España cabe destacar:

- Sostenido crecimiento de ingresos (+3,7% en términos acumulados) sustentado en el buen comportamiento de los servicios de Internet y Banda Ancha y, en menor medida, de los servicios de Datos y TI.
- Fortaleza competitiva en el mercado de Banda Ancha, con mantenimiento de la cuota de mercado estimada por encima del 56%. A finales de diciembre la planta de accesos minoristas de banda ancha de Telefónica alcanza los 4,6 millones.
- Contención en la pérdida de líneas fijas, con una caída interanual que se reduce hasta el 0,3% (diciembre 2007 frente a diciembre 2006) y una ganancia neta en el cuarto trimestre de 2007 de 32.801 accesos. La pérdida acumulada de accesos en el año 2007 alcanza las 51.901 líneas, resultando el mejor dato anual desde 2001.
- Crecimiento del 5,1% del OIBDA subyacente en 2007 (excluye efectos puntuales como son los derivados del plan de adecuación de plantilla, programa Inmobiliario o subvenciones).
- Finalización del Expediente de Regulación de Empleo (2003/2007), con una adhesión durante los cinco años de vigencia del mismo de un total de 13.870 empleados.

En el Negocio Móvil de Telefónica España destaca:

- Sólido crecimiento de los ingresos del servicio del 4,5% en 2007 destacando la buena evolución de los ingresos de clientes (+8,0%).
- Incremento del parque del 6,4% frente a cierre de 2006, superando 22,8 millones de líneas y destacando especialmente la progresión del parque de contrato (+12,4%), que representa ya casi el 60% del total.
- Mantenimiento del churn en un entorno de mayor presión competitiva en el 1,8%, nivel similar al de 2006, consiguiendo una ligera reducción del churn de contrato hasta el 1,0%.
- Creciente contribución de los ingresos de datos (+12,4% en 2007 vs. 2006), presentando los ingresos de conectividad, con un crecimiento superior al 70% en 2007, la mejor evolución.
- Aumento del OIBDA a un ritmo del 6,5% bajo el criterio de objetivos financieros comunicados (excluyendo plan de adecuación de plantilla). El OIBDA alcanza los 4.395 millones de euros en 2007, presentando un margen sobre ingresos del 45,3%.

Negocio fijo

El importe neto de la cifra de negocio (ingresos) se sitúa en 12.401 millones de euros en el año 2007, tras registrarse en el cuarto trimestre del año un fuerte incremento de ingresos, 3,7%, frente al mismo periodo del año anterior. El crecimiento acumulado a diciembre se sitúa en el 3,7%, superando ligeramente el objetivo anunciado de alcanzar un incremento entre el 2,5% y el 3,5%.

Este crecimiento se sustenta en el buen comportamiento de los servicios de Internet y Banda Ancha y de los servicios de Datos y TI, sin olvidar la favorable evolución de los ingresos de Voz y Acceso Tradicional, que disminuyen ligeramente en el primer caso y se mantienen planos en el segundo.

Los ingresos por acceso tradicional alcanzan los 2.772 millones de euros, con un incremento del 0,1% en el año, apoyándose en la subida del 2,0% de la cuota mensual de abono de la línea telefónica básica y en la ralentización de la pérdida de líneas frente a 2006.

- El mercado de acceso de telefonía fija en España experimenta a lo largo del año un crecimiento estimado del 1,9%. La planta de accesos de telefonía fija de la Compañía se sitúa en 15.897.966 al finalizar 2007, tras ganar en el trimestre 32.801 accesos y reducir así el ritmo de caída interanual hasta el 0,3% (-0,7% a septiembre de 2007). La positiva evolución de los accesos en el trimestre, que representa el mejor dato desde el primer trimestre de 2001, permite situar la pérdida acumulada de accesos en año 2007 en 51.901, mejorando los resultados obtenidos en 2006 (- 185.696 accesos). Estas cifras convierten al 2007 en el mejor año desde el 2001 en cuanto a la evolución de accesos.
- La cuota de mercado de acceso de telefonía fija estimada de Telefónica se mantiene estable frente a septiembre de 2007, en el 81%.

Los ingresos por servicios de voz han mantenido la tendencia positiva de trimestres anteriores, y presentan una caída del 1,6% en 2007 (-2,1% en el periodo enero-septiembre 2007). En el cuarto trimestre de 2007 los ingresos por servicios de voz se mantienen planos frente al cuarto trimestre de 2006, al compensar el crecimiento de los ingresos de interconexión del 12,5%, asociado al mayor tráfico internacional de entrada y carrier cursado, las caídas de los ingresos por tráfico de salida (-1,4%), y de comercialización de terminales (-6,1%).

- Las líneas preseleccionadas mantienen su tendencia decreciente, con una reducción de 110.859 líneas en 2007, situándose al cierre de diciembre en 1.795.660 líneas
- En línea con la positiva evolución de los ingresos, la cuota de mercado estimada de tráfico del Negocio Fijo de Telefónica España se mantiene estable en el entorno del 65%.

Los ingresos de Internet y Banda Ancha crecieron en el cuarto trimestre un 11,9% impulsados por la Banda Ancha minorista, que presenta un crecimiento trimestral del 17,4%. En el ejercicio 2007 los ingresos de Internet y Banda Ancha se incrementan un 15,5% interanualmente.

Los servicios de Banda Ancha minorista mantienen un fuerte ritmo de crecimiento en el año, +24,2% en el acumulado a diciembre, aportando 3,8 p.p. al incremento de los ingresos del Negocio Fijo de Telefónica España. La desaceleración en el crecimiento de estos ingresos a lo largo del año hasta +17,4% en el último trimestre de 2007 está asociada a la menor ganancia neta de accesos de Banda Ancha minorista registrada en 2007 frente a 2006 (-19,0%).

En paralelo, los ingresos de Banda Ancha Mayorista disminuyen un 11,3% en el acumulado a causa, principalmente, de la migración del ADSL mayorista al alquiler del bucle.

- La ganancia neta estimada del mercado de accesos fijos a Internet de Banda Ancha fue de 0,4 millones de accesos en el cuarto trimestre del año, resultando en una ganancia neta estimada en todo 2007 de en torno a 1,4 millones de accesos, un 18,9% inferior a la del mismo período de 2006. A finales de diciembre de 2007, el mercado total estimado en España alcanzaba los 8,1 millones de accesos.
- Telefónica, con una ganancia neta de accesos minoristas a Internet de Banda Ancha en el cuarto trimestre de 227.480 conexiones, alcanza una planta total a finales de diciembre de 4.571.599 accesos, manteniendo el liderazgo del mercado con una cuota estimada por encima del 56%, ligeramente superior a la de 2006.
- Los bucles alquilados aumentaron su participación estimada del mercado de accesos fijo a Internet de Banda Ancha hasta casi un 17% (14% en 2006). La ganancia neta trimestral ha sido de 116.088 bucles, un 29,3% inferior a la del mismo período del año anterior, situándose la planta total en 1.353.940 bucles, de los que el 57,3% corresponden a la modalidad de bucle compartido.
- El servicio ADSL mayorista sigue suavizando su ritmo de caída en el cuarto trimestre de 2007 por la menor migración a bucles alquilados. La planta total a finales de diciembre era de 499.263 accesos, tras haber registrado una ganancia neta negativa en el cuarto trimestre de 13.658 accesos.
- Telefónica continúa liderando el desarrollo del mercado de la televisión de pago en España alcanzando una cuota estimada de mercado por debajo del 13% (10% a cierre de diciembre de 2006) tras incorporar en el cuarto trimestre 42.020 nuevos clientes, ascendiendo así la planta a 511.087 a finales de diciembre de 2007.
- La planta total de Dúos y Tríos se sitúa al final de diciembre de 2007 en 3.792.002 unidades. Cabe destacar que más del 80% de los accesos de banda ancha minorista de la compañía están incluidos dentro de algún paquete de doble o triple oferta a cierre de 2007 (más del 70% a diciembre de 2006).

Los ingresos de servicios de datos en el cuarto trimestre del año incrementaron sensiblemente su ritmo de avance, 14,1% frente a una tasa acumulada a septiembre de 2007 del 5,6%. La aceleración es atribuible al buen comportamiento de los ingresos derivados del servicio Red Privada Virtual, que experimentan un crecimiento del 12,0% en el cuarto trimestre de 2007 por el empuje que están teniendo las RPV's de Fibra y ADSL. Los servicios mayoristas también

repuntan un significativo 22,8% en el cuarto trimestre, frente a una tasa acumulada a septiembre de 2007 del 6,8%.

Los ingresos por servicios TI registran un crecimiento del 11,6% en el conjunto de 2007 frente a 2006.

Los gastos por operaciones del Negocio Fijo de Telefónica España ascienden a 7.337 millones de euros en el año y registran una caída del 4,0% respecto al año anterior. Esta reducción se debe a los menores gastos de adecuación de plantilla (513 millones de euros en 2007 frente a los 980 millones de 2006), que experimentan un descenso del 47,7%. Estos gastos se dividen en 345 millones de euros asociados a la adhesión al E.R.E. 2003-2007 de 1.102 empleados en 2007, último año de vigencia del plan, más 168 millones de euros del nuevo programa iniciado en 2007 y para 2008.

Excluyendo la totalidad de los gastos asociados por este efecto en 2006 y 2007 y la revisión actuarial, los gastos por operaciones crecen un 2,5% en el acumulado a diciembre de 2007. Este crecimiento viene determinado por: i) el crecimiento del 8,5% de los gastos por servicios exteriores hasta 1.413 millones de euros, por el mayor nivel de actividad comercial y gastos TUP (Telefonía Uso Público); ii) el crecimiento del 1,2% de los gastos por aprovisionamientos, que se sitúan en 3.008 millones de euros, especialmente debido a los asociados a Internet e Imagenio; y iii) el crecimiento del 0,2% del resto de gastos de personal (sin incluir la totalidad de los gastos de adecuación de plantilla) hasta los 2.129 millones de euros. Los gastos de personal caen un 14,9% en el conjunto del año, por el efecto ya mencionado de la menor provisión, y alcanzan los 2.642 millones de euros.

El crecimiento de los ingresos por encima del de los gastos excluyendo el efecto de la totalidad de los gastos de adecuación de plantilla, junto con los menores gastos por este concepto, determina la evolución del resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que alcanza 5.249 millones de euros y presenta un crecimiento interanual del 14,8%.

En el trimestre octubre-diciembre 2007 el OIBDA alcanza 1.181 millones de euros, muy superior al registrado en el mismo período de 2006 (+47,1%) debido, fundamentalmente a los mayores gastos por adecuación de plantilla registrados en el último trimestre de 2006 (588 millones de euros frente a los 397 del cuarto trimestre de 2007).

Eliminando del OIBDA efectos puntuales como son los derivados del E.R.E. y del nuevo plan mencionado anteriormente, programa Inmobiliario, subvenciones, la multa impuesta por la Unión Europea registrada en el segundo trimestre y otros, el OIBDA subyacente en el acumulado a diciembre 2007 sitúa su crecimiento en el 5,1%, tras crecer un 3,5% en el trimestre. A efectos de comparación con los objetivos financieros comunicados, incluyéndose una provisión de 630 millones de euros por adecuación de plantilla, (frente a la provisión real de 513 millones de euros), y plusvalías por venta de inmuebles y otros por importe de 162 millones de euros (frente a los 163 millones de

euros registrados), el OIBDA habría presentado un crecimiento del 15,8%, situándose en la parte superior del rango del objetivo crecimiento del 13,5% al 16% anunciado (la multa de 151,9 millones de euros impuesta por la Unión Europea se considera un gasto no previsible y en consecuencia no está incluido como parte de los objetivos financieros).

El margen de OIBDA en el acumulado a diciembre de 2007 alcanza el 42,3%, y excluyendo el efecto de los gastos de adecuación de plantilla y la revisión actuarial en ambos años, así como la multa de la Unión Europea registrada en el segundo trimestre de 2007, el margen habría experimentado una mejora interanual de 1,3 p.p. hasta el 47,7%.

Negocio móvil

El mercado de telefonía móvil español cierra el año 2007 con 50,7 millones de líneas, con una penetración estimada del 111% (superando en más de 6 p.p. el nivel de 2006).

En relación con el Negocio Móvil de Telefónica España, la ganancia neta de clientes alcanza en el cuarto trimestre de 2007 406.837 líneas (426.235 en el cuarto trimestre de 2006) superando las cifras registradas en los últimos tres trimestres. En términos acumulados en el año 2007, la ganancia neta se sitúa en 1.380.596 líneas (1.556.027 en el año 2006), siendo relevante la mejora experimentada en el segmento contrato con 1.501.800 líneas (un 4,3% más que en el acumulado en 2006). Así, Telefónica España ha liderado claramente la captación de líneas de contrato en el mercado español, mejorando su cuota de ganancia neta en este segmento en un contexto de mayor agresividad comercial.

Durante el último trimestre del año la actividad comercial se incrementa frente al mismo periodo del 2006 en un 4,4%, alcanzando en el conjunto del año más de 11,9 millones de acciones, un 2,9% más que durante el año 2006. Así, el parque supera los 22,8 millones de clientes (+6,4% vs. diciembre de 2006), apoyado fundamentalmente en el ritmo de crecimiento del parque de contrato (+12,4% vs. diciembre de 2006), que representa al cierre de 2007 prácticamente el 60% del parque total (más de 3 p.p. que en diciembre de 2006).

En lo que respecta a la portabilidad del cuarto trimestre de 2007, se obtiene un saldo positivo, apoyado en el buen comportamiento en términos de valor, al alcanzar una ganancia neta de 36.593 líneas de contrato. En el acumulado del año, la ganancia neta de portabilidad es ligeramente positiva (494 líneas), con una ganancia neta en el segmento contrato de 238.320 líneas. El buen comportamiento de las altas (+3% en 2007 vs. 2006) y la contención del churn favorecen los positivos resultados de la estrategia comercial de la compañía. Destaca el crecimiento de las altas de contrato, con un crecimiento interanual del 12,0% en términos acumulados. Por otro lado, el churn del año 2007 se sitúa en el 1,8%, manteniéndose en los niveles del 2006 a pesar de la mayor presión competitiva, y consiguiendo incluso una ligera reducción del churn de contrato (-0,03 p.p.), que se sitúa en el 1,0%.

Destaca el buen comportamiento del churn de prepago en el último trimestre, inferior al del tercer trimestre de 2007 (-0,3 p.p.) y al del cuarto trimestre del año anterior (-0,1 p.p.). Una vez más los canjes vuelven a ser clave en la evolución del churn, que apoyándose en campañas de fidelización, muestran un crecimiento del 7,8% vs. el cuarto trimestre de 2006 y una variación interanual del 7,4% en el conjunto del 2007.

Respecto al consumo, el volumen de tráfico gestionado durante el trimestre presenta un crecimiento del 6,2% respecto al cuarto trimestre de 2006 (más de 15,500 millones de minutos) y del 11,5% en el acumulado del año (más de 63,300 millones de minutos). El tráfico on-net registra a su vez un crecimiento del 7,4% en el cuarto trimestre y de un 14,0% en el acumulado del año. Por su parte, el MoU alcanza los 161 minutos en el acumulado de 2007 (+3,0% respecto al año 2006). El menor MoU en el cuarto trimestre de 2007 vs. el mismo trimestre del año anterior viene afectado por las distintas modalidades de promociones realizadas durante ambos periodos.

El ARPU de voz se sitúa en el último trimestre en 26,7 euros, un 4,5% inferior al del mismo trimestre de 2006 impactado fuertemente por la rebaja en las tarifas de interconexión de abril y octubre (14,9% en términos acumulados) así como por la regulación de las tarifas de roaming en la Unión Europea, limitándose en términos anuales la caída al 2,8% hasta los 27,6 euros. El ARPU de voz de salida del año 2007 presenta un ligero descenso en el acumulado hasta los 22,9 euros (-1,0%), mientras que en el cuarto trimestre de 2007 registra una caída del 2,9% y se sitúa en 22,3 euros.

Por otro lado, el ARPU de datos en el cuarto trimestre del año alcanza un crecimiento interanual del 1,8% (+2,6% en salida), situándose en 5,0 euros, con un crecimiento para el conjunto del año del 4,8% (+5,2% en salida) hasta alcanzar los 4,8 euros. El menor crecimiento del ARPU de datos en el cuarto trimestre del año se ve afectado por la ralentización que se viene observando en los servicios de contenidos, favorecido por un proceso puntual de reestructuración en el sector y por la incertidumbre regulatoria, factor último recientemente despejado. Así, el ARPU de datos excluyendo los ingresos de contenidos tanto en el cuarto trimestre de 2007 como en el conjunto del año 2007 crecería a un ritmo superior al 6%, impulsado por los ingresos por conectividad (con crecimientos superiores al 70% vs. el cuarto trimestre de 2006).

Al cierre de diciembre los dispositivos UMTS/HSDPA en manos de los clientes de Telefónica España superan los 3,5 millones, lo que supone una penetración del 16% del parque excluyendo máquina a máquina, 10 p.p. más que al cierre de 2006.

Con todo ello, el ARPU total en el cuarto trimestre se sitúa en 31,8 euros, mostrando una reducción del 3,6% frente al cuarto trimestre de 2006 y del 1,8% en el acumulado del año hasta los 32,3 euros. Por su parte, el ARPU de salida del año 2007 se mantiene en niveles similares a los de 2006 (27,1 euros).

Con respecto al roaming de datos, el Negocio Móvil de Telefónica España y los de Telefónica Europa anunciaron el pasado 14 de enero, una gama de nuevas tarifas de Internet en roaming pensadas para los usuarios que viajan por Europa, que supondrán importantes descuentos de entre el 42% y el 61% respecto al coste actual.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del año 2007 asciende a 9.693 millones de euros (+5,4% frente al acumulado de 2006), alcanzando en el cuarto trimestre de 2007 los 2.407 millones de euros (+3,2% vs. el cuarto trimestre de 2006).

Conviene recordar que desde el 1 de enero de 2007 se ha realizado una modificación en el criterio de contabilización de las comisiones de venta y recarga de prepago, que pasan de contabilizarse como menores ingresos a gasto, y la contabilización de los ingresos/gastos por enrutamiento de tránsito de portabilidad, que pasa a contabilizarse por el neto. El efecto neto de este cambio es neutro en el OIBDA, si bien los ingresos en este trimestre hubieran crecido a un ritmo interanual del 2,9% excluyendo el impacto de los citados cambios de criterio y un 5,1% en el acumulado del año. Por componentes de ingresos se puede resaltar:

- Los ingresos de servicio crecen en el cuarto trimestre del año 2007 un 2,6% y en el año un 4,5%, hasta los 8.509 millones de euros, dentro del rango del objetivo anunciado de alcanzar un crecimiento entre el 4,0% y el 5,0%. Este crecimiento se explica fundamentalmente por la buena evolución de los ingresos de clientes, que registran un crecimiento del 8,0% en el 2007 (+5,8% en el trimestre, impactado por la regulación de las tarifas de roaming en la UE desde septiembre de 2007) hasta los 6.861 millones de euros.
- Los ingresos de interconexión caen un 8,6% en el acumulado de 2007 y un 10,8% en el cuarto trimestre de 2007 motivado por el impacto del recorte de las tarifas de interconexión. Por su parte, los ingresos de roaming-in se reducen un 12,4% en el acumulado del año (-6,3% en el trimestre), como consecuencia de la tendencia a la baja en los precios mayoristas.
- Los ingresos por venta de terminales alcanzan en el año 2007 1.184 millones de euros, con un incremento interanual del 11,9% y del 7,6% en el cuarto trimestre.
- Telefónica adoptó durante el último trimestre del ejercicio 2007 decisiones de carácter organizativo encaminadas a favorecer un esquema que facilite la convergencia tecnológica y de prestación de servicios en los negocios en los que opera. En este sentido y en el marco de integración propuesto, se siguen acometiendo esfuerzos de adecuación de plantilla que se han plasmado en la aprobación de los correspondientes planes ya iniciados al 31 de diciembre de 2007. El coste estimado de estos planes asciende a 154 millones de euros, habiéndose registrado la correspondiente provisión en los resultados del último trimestre del ejercicio 2007.

- Los gastos por operaciones ascienden en el acumulado del año a 5.541 millones de euros, un 7,6% superiores a los del año 2006, favorecidos por una mayor eficiencia en costes y afectados por la provisión mencionada. En el cuarto trimestre de 2007 alcanzan 1.531 millones de euros creciendo un 13,1% respecto al último trimestre de 2006. Excluyendo esta provisión, los gastos se sitúan en 5.387 millones de euros en 2007 (1.378 millones de euros en el cuarto trimestre), con un crecimiento del 4,6% frente a 2006 (+1,8% en el trimestre).

Así, para el conjunto del año 2007 el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) crece un 2,8% frente al año 2006 alcanzando los 4.241 millones de euros. El cuarto trimestre presenta un OIBDA de 902 millones de euros, una reducción interanual del 10,0%.

Excluyendo la dotación anteriormente mencionada el OIBDA hubiera crecido un 6,5% frente al año 2006, alcanzando los 4.395 millones de euros, superando ampliamente el objetivo anunciado de alcanzar un crecimiento entre 4,0% y 5,0%. En el cuarto trimestre, el OIBDA excluyendo la dotación mencionada alcanza 1.056 millones de euros y presenta un crecimiento interanual del 5,3%, situándose el margen OIBDA del cuarto trimestre, en el 43,9% (43,0% en el mismo periodo de 2006), alcanzando en términos acumulados un 45,3% frente a 44,9% en 2006, a pesar de la mayor actividad comercial en un entorno de fuerte competencia.

TELEFÓNICA ESPAÑA
ACCESOS

Datos no auditados (Miles)	2006				2007		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Accesos Clientes Finales	42.620,8	43.115,8	43.508,2	43.885,2	44.514,9	4,4	
Accesos de telefonía fija ¹	15.949,9	15.920,3	15.906,2	15.865,2	15.898,0	(0,3)	
Accesos de datos e internet	4.842,0	4.963,2	5.048,4	5.131,3	5.279,3	9,0	
Banda estrecha	1.040,5	916,0	798,1	736,5	660,8	(36,5)	
Banda ancha ²	3.742,7	3.992,7	4.198,4	4.344,1	4.571,6	22,1	
Otros ³	58,8	54,4	52,0	50,7	47,0	(20,1)	
Accesos móviles	21.446,0	21.813,7	22.102,7	22.419,7	22.826,6	6,4	
Prepago	9.303,0	9.283,8	9.182,9	9.158,0	9.181,8	(1,3)	
Contrato	12.142,9	12.529,9	12.919,8	13.261,7	13.644,7	12,4	
TV de Pago	383,0	418,6	450,9	469,1	511,1	33,4	
Accesos Mayoristas	1.531,8	1.640,8	1.707,8	1.757,2	1.859,2	21,4	
Bucle Alquilado	939,0	1.071,2	1.170,0	1.237,9	1.353,9	44,2	
Bucle Compartido	527,7	605,2	664,5	713,5	776,4	47,1	
Bucle Desagregado	411,3	466,0	505,5	524,4	577,6	40,4	
Mayorista ADSL	586,4	561,7	530,5	512,9	499,3	(14,9)	
Otros ⁴	6,4	7,8	7,4	6,5	6,0	(5,4)	
Total Accesos	44.152,6	44.756,6	45.216,0	45.642,5	46.374,2	5,0	

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

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

³ Circuitos punto a punto.

⁴ Circuitos mayoristas.

Nota: No incluye los accesos de Iberbanda.

TELEFÓNICA ESPAÑA
RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	20.683	19.750	4,7	5.222	5.030	3,8
Trabajos para inmovilizado ¹	220	215	2,5	59	65	(9,3)
Gastos por operaciones	(11.505)	(11.429)	0,7	(3.366)	(3.328)	1,2
Otros ingresos (gastos) netos	(71)	48	c.s.	8	25	n.s.
Resultado de enajenación de activos	137	80	72,6	145	(3)	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(17)	(17)	1,1	(3)	(5)	(41,7)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	9.448	8.647	9,3	2.064	1.783	15,7
Amortizaciones de inmovilizado	(2.382)	(2.533)	(6,0)	(587)	(619)	(5,1)
Resultado operativo (OI)	7.067	6.113	15,6	1.476	1.164	26,8

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

¹ Incluye obra en curso.

TELEFÓNICA ESPAÑA
NEGOCIO FIJO: DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	12.401	11.964	3,7	3.183	3.070	3,7
OIBDA	5.249	4.572	14,8	1.181	803	47,1
Margen OIBDA	42,3%	38,2%	4,1p.p	37,1%	26,1%	11,0p.p.
CapEx	1.614	1.555	3,8	552	506	9,1

TELEFÓNICA ESPAÑA
NEGOCIO FIJO: DETALLE INGRESOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Acceso Tradicional ¹	2.772	2.768	0,1	688	689	(0,2)
Servicios de Voz Tradicional	4.792	4.868	(1,6)	1.203	1.203	0,0
Tráfico ²	2.921	3.014	(3,1)	729	740	(1,4)
Interconexión ³	952	907	5,0	237	211	12,5
Comercialización de terminales y otros ⁴	918	947	(3,1)	237	252	(6,1)
Servicios Internet y Banda Ancha	2.775	2.403	15,5	716	640	11,9
Band Estrecha	95	143	(33,4)	18	26	(30,2)
Banda Ancha	2.679	2.260	18,6	698	615	13,6
Minorista ⁵	2.361	1.901	24,2	624	532	17,4
Mayorista ⁶	318	359	(11,3)	74	83	(10,2)
Servicios datos	1.160	1.076	7,8	309	270	14,1
Servicios TI	437	392	11,6	133	136	(2,0)

Nota: Los resultados de Telefónica de España incluyen los resultados de Terra España desde el primer trimestre de 2006.

¹ Ingresos por cuotas de abono y conexión (RTB, TUP, RDSI y Servicios Corporativos) y Recargos en cabinas.

² Tráfico metropolitano, larga distancia (provincial, interprovincial e internacional), fijo-móvil, servicios IRIS, Servicios Especiales Tasados, Servicios de Información (118xy), bonificaciones y otros.

³ Incluye ingresos por tráfico de entrada fijo-fijo y móvil-fijo así como por carrier y tránsito.

⁴ Incluye Servicios Gestionados de voz y otras líneas de negocio.

⁵ Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

⁶ Incluye Megabase, Megavía, GigADSL y alquiler del bucle.

TELEFÓNICA ESPAÑA
NEGOCIO MÓVIL: DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	9.693	9.199	5,4	2.407	2.333	3,2
OIBDA	4.241	4.128	2,8	902	1.002	(10,0)
Margen OIBDA	43,8%	44,9%	(1,1p.p.)	37,5%	43,0%	(5,5p.p.)
CapEx	767	750	2,4	257	341	(24,6)

TELEFÓNICA ESPAÑA
NEGOCIO MÓVIL: DETALLE INGRESOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Ingreso de servicio	8.509	8.142	4,5	2.111	2.058	2,6
Ingresos de clientes	6.861	6.353	8,0	1.718	1.623	5,8
Interconexión	1.372	1.500	(8,6)	333	373	(10,8)
Roaming-in	220	251	(12,4)	44	47	(6,3)
Otros	57	38	49,5	17	15	13,2
Terminales	1.184	1.058	11,9	296	275	7,6

TELEFÓNICA ESPAÑA
NEGOCIO MÓVIL: DATOS OPERATIVOS

Datos no auditados	2006	2007				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Clientes móviles (miles)	21.446,0	21.813,7	22.102,7	22.419,7	22.826,6	6,4
Prepago	9.303,0	9.283,8	9.182,9	9.158,0	9.181,8	(1,3)
Contrato	12.142,9	12.529,9	12.919,8	13.261,7	13.644,7	12,4
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var Anual
MoU (minutos)	157	160	159	168	156	(0,8)
Prepago	66	74	67	89	64	(2,8)
Contrato	228	224	225	223	218	(4,4)
ARPU (EUR)	33,0	31,7	32,8	33,1	31,8	(3,6)
Prepago	15,9	14,9	15,7	16,5	15,0	(5,7)
Contrato	45,7	44,3	45,1	44,8	43,2	(5,6)
ARPU de datos	5,0	4,6	4,6	4,9	5,0	1,8
% ingresos no-P2P SMS s/ing datos	45,3%	48,1%	49,5%	48,4%	47,7%	2,4p.p.

Nota: MoU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

Telefónica Latinoamérica

De acuerdo a la nueva estructura del Grupo, los resultados de Telefónica Latinoamérica recogen los resultados de las operadoras fijas y móviles del Grupo Telefónica en la región latinoamericana. Por otro lado, las cifras del Grupo Telefónica Latinoamérica incluyen los resultados de Telefónica Telecom desde el 1 de mayo de 2006.

En diciembre de 2007, el Grupo Telefónica Latinoamérica gestiona 134,1 millones de accesos, un 16,9% más que en diciembre de 2006, gracias al crecimiento registrado por los clientes de telefonía móvil que, con un incremento interanual del 22,4%, se sitúan en casi 102 millones, tras haber registrado en el cuarto trimestre su mayor ganancia neta trimestral, con 7,3 millones de nuevos clientes.

Destacan las elevadas tasas de crecimiento registradas en prácticamente todos los países en el negocio móvil, siendo significativo el crecimiento de los clientes en México (+46,6% interanual), que ya superan los 12,5 millones de clientes, Argentina (+22,6%), con más de 13,7 millones de clientes, y Perú (+58,5%), con 8,1 millones de clientes.

Los accesos de telefonía fija se sitúan en 23,9 millones, manteniéndose en línea con los gestionados a cierre de 2006, destacando la notable evolución de Telefónica del Perú (+11,3%) que permite compensar la menor planta en servicio en otros países.

Los accesos minoristas a Internet de banda ancha del grupo continúan con un fuerte ritmo de crecimiento superando los 5,0 millones, lo que supone un crecimiento interanual del 33,2% gracias al esfuerzo comercial que se viene realizando en todas las operadoras. Respecto a los accesos de TV de pago, Telefónica Latinoamérica ya cuenta con casi 1,2 millones de clientes, con operaciones en Perú, Chile, Colombia y desde el tercer trimestre de 2007 en Brasil, inicialmente con la licencia de TV satelital de Telesp, que se complementa con la incorporación de TVA en el cuarto trimestre de 2007.

En términos interanuales, las monedas de los países en los que opera Telefónica Latinoamérica se han depreciado frente al euro, excepto el real brasileño y el peso colombiano, cuyos tipos de cambio promedio muestran una apreciación del 2,5% y del 3,7%, respectivamente. Ello se ha traducido en un impacto negativo en el crecimiento de ingresos y de OIBDA de 3,5 p.p. y 3,2 p.p. respectivamente, si bien la tendencia a lo largo de los trimestres ha sido decreciente (-3,7 p.p. en ingresos y -3,5 p.p. de OIBDA en los nueve primeros meses del año, y -5,0 p.p. en ingresos y -4,9 p.p. en OIBDA en el primer semestre de 2007).

En 2007 Telefónica Latinoamérica ha registrado un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 20.078 millones de euros, un 11,0% más que en el mismo periodo de 2006 en euros corrientes. En euros constantes el crecimiento de ingresos se eleva al 14,5%, dentro del rango de crecimiento comunicado al mercado de +13% a +16%¹. Los cambios de perímetro de consolidación aportan 1,5 p.p. al crecimiento en moneda constante de los ingresos de Telefónica Latinoamérica. Dentro de los países que más han contribuido a este crecimiento en moneda constante destacan México y Venezuela, con 3,2 p.p. y 3,1 p.p. respectivamente. En términos de contribución a los ingresos de Telefónica Latinoamérica en moneda corriente, Brasil continúa siendo el mayor contribuidor con un 38,2%, seguido de Venezuela (11,9%) y de Argentina (11,3%).

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) se sitúa en 7.121 millones de euros en 2007, con un crecimiento del 8,4% en euros corrientes. En euros constantes el crecimiento del OIBDA de Telefónica Latinoamérica se incrementa hasta el 11,5%. Los cambios de perímetro de consolidación aportan 1,0 p.p. al crecimiento en moneda constante del OIBDA de Telefónica Latinoamérica. Por países, Venezuela es el mayor contribuidor al crecimiento del OIBDA con 5,2 p.p., seguido de México (3,1 p.p.) En términos absolutos, Brasil es el mayor contribuidor al OIBDA de Telefónica Latinoamérica con el 43,1%, seguido por Venezuela (14,9%) y Argentina (11,1%).

El crecimiento del OIBDA de Telefónica Latinoamérica se ha ralentizado en el cuarto trimestre del año (+13,8% en euros constantes hasta septiembre) como consecuencia del registro de 258 millones de euros en el trimestre en concepto de provisión de planes de adecuación de plantilla en distintas compañías del Grupo, al haberse acelerado la ejecución de planes ya vigentes, y haberse anticipado el lanzamiento de planes adicionales. En el conjunto de 2007, el gasto registrado para adecuación de plantilla asciende a 318 millones de euros, de los que 105 millones de euros corresponden a la salida de 1.684 personas en 2007, mientras que 213 millones de euros corresponden a planes que tendrán vigencia a lo largo de 2008 y afectan principalmente a la plantilla de Telesp, Telefónica del Perú, Telefónica de Argentina, Telefónica Telecom y Telefónica Móviles Colombia. En cuanto a los objetivos comunicados al mercado, el OIBDA de Telefónica Latinoamérica registra un crecimiento del 15,5%, dentro del rango del 14% al 17%¹ previsto por la compañía, en el que no se contemplaban los gastos de adecuación de plantilla recogidos en el cuarto trimestre de 2007.

El margen OIBDA de Telefónica Latinoamérica en el ejercicio 2007 asciende al 35,5%, 0,9 p.p. inferior al de 2006, afectado por las provisiones de adecuación de plantilla señaladas anteriormente. Excluyendo estas provisiones, el margen se habría situado en el 37,1% (0,3 p.p. superior al del ejercicio 2006).

¹ Las cifras base de 2006 incluyen ocho meses de Telefónica Telecom (consolidada desde mayo 2006). Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes y no incluyen cambios en el perímetro de consolidación. A efectos del cálculo de objetivos, el OIBDA no incluye ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los planes de adecuación de plantilla, así como los planes inmobiliarios están incluidos como ingresos/gastos operativos, a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año. A efectos comparativos los ingresos/gastos no previsibles equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de la base de 2006.

La inversión (CapEx) del grupo Telefónica Latinoamérica al cierre del mes de diciembre se eleva a 3.343 millones de euros, con un crecimiento interanual del 18,9% (+23,0% en euros constantes). Este incremento se produce fundamentalmente por una mayor actividad comercial en el negocio fijo, tanto en Banda Ancha como en TV, así como por la expansión de la cobertura y capacidad de las redes GSM en el negocio móvil y adquisición de espectro en Venezuela, Brasil y Panamá para dar una mayor cobertura y asegurar la calidad de servicio en las áreas de mayor tráfico.

En 2007 Telefónica Latinoamérica ha generado un flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) de 3.778 millones de euros, con un crecimiento del 0,5% en euros corrientes (+3,0% en euros constantes).

Brasil

Telefónica Latinoamérica cuenta al cierre de 2007 con cerca de 49 millones de accesos en Brasil, 9,5% más que a diciembre de 2006 gracias al crecimiento registrado en el parque de Vivo (+15,2% interanual), y en menor medida por la expansión de la banda ancha de Telesp y la incorporación de los clientes de televisión de pago MMDS de TVA, contrarrestados por la menor planta de accesos de telefonía fija de Telesp y el ajuste en el criterio de contabilización de accesos a Internet de banda estrecha realizado en el segundo trimestre de 2007.

En 2007, Telefónica Latinoamérica en Brasil ha registrado un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 7.662 millones de euros, un 3,2% superior en moneda local a la cifra alcanzada el año anterior, gracias al significativo aumento de las ventas de Vivo, que compensan los menores ingresos de Telesp. El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) se sitúa en 3.026 millones de euros, 3,8% inferior al de 2006 en moneda local debido a los menores resultados registrados por Telesp, en parte explicados por el registro en 2006 de recuperaciones en la partida de impuestos, así como por las mayores provisiones por adecuación de plantilla en 2007 (que explican 0,8 p.p. de esta reducción), que no logran ser compensados por la notable mejora en los resultados de Vivo. Por su parte, la inversión (CapEx) registrada el presente ejercicio asciende a 1.087 millones de euros, superior en un 3,1% en moneda local al volumen de 2006, debido fundamentalmente a las mayores inversiones realizadas por Telesp para los negocios de crecimiento (banda ancha y televisión).

TELESP

Al cierre del ejercicio, Telesp gestiona 15,5 millones de accesos de telefonía, banda ancha y TV, un 1,2% inferior a la cifra de 2006, debido tanto al menor número de accesos de telefonía fija, dado el fuerte crecimiento de la telefonía móvil registrado en el país, como al establecimiento de un criterio más restrictivo (basado en actividad) para la contabilización de los accesos a Internet de banda estrecha. Los accesos de telefonía fija se sitúan ligeramente por debajo de los 12 millones (-1,2% interanual), de los que en torno al 22% son líneas prepago o con límite de consumo. Asimismo en diciembre 2007 se han incorporado 196.300 accesos MMDS de TV de la empresa TVA (recientemente adquirida), que se suman a los 34.600 accesos de TV DTH lanzada en agosto de 2007.

En 2007, el mercado de banda ancha ha mantenido un fuerte ritmo de crecimiento (+36% respecto a 2006). Telesp ha captado aproximadamente el 56% de este crecimiento, incrementándose su base de clientes de banda ancha minorista en un 28,7% interanual hasta superar los 2 millones de accesos. A lo largo del año se han producido importantes hitos, de los cuales destacan: el lanzamiento del Trío Telefónica el 12 de agosto, con diferentes opciones en cuanto a velocidad y elección de contenidos de televisión; el 1 de octubre la compañía incluyó en su oferta de TV los contenidos de GloboSat; y en el cuarto trimestre se produjo la compra de las operaciones de MMDS de la compañía TVA.

El tráfico de voz cursado por Telesp en el año (71.140 millones de minutos) ha registrado un aumento interanual del 1,5%, principalmente por el crecimiento del tráfico de larga distancia entre accesos móviles SMP (+36,2%) como reflejo de la estrategia de promoción conjunta con Vivo. El tráfico local finalizó el año en valores similares a los de 2006 a pesar de la reducción de la planta de accesos de telefonía fija. Es especialmente relevante la evolución del tráfico Fijo-Móvil (-4,4% interanual), reflejo de la fuerte migración que se está produciendo hacia las redes móviles.

Telesp ha seguido impulsando la venta de paquetes de tráfico, tanto de líneas paquetizadas (abono y tráfico local fijo), como de paquetes de tráfico de Larga Distancia, Fijo-Móvil y Banda Estrecha.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de Telesp en 2007 ha alcanzado 5.619 millones de euros, con una disminución del 1,5% en moneda local respecto a 2006. Esta evolución se explica fundamentalmente por los menores ingresos del negocio tradicional (-3,1% interanual en moneda local), influido por la pérdida de planta facturable de telefonía básica, el cambio en la composición de la planta, con una mayor penetración de líneas con control de consumo, el reajuste negativo de tarifas de julio 2006 y la reducción del 20% en las tarifas de interconexión local en el mes de enero.

El crecimiento de los ingresos de banda ancha (+16,2% en moneda local) ha sido inferior al incremento de planta por la mayor competencia en el mercado, no pudiendo compensar totalmente la evolución del negocio tradicional. A mediados de octubre la operadora realizó un reajuste de tarifas en el servicio de ADSL al mismo tiempo que se lanzaba una mejora del portafolio de velocidades para los nuevos ADSL. Los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha+ TV) ya aportan el 9,9% de los ingresos de la compañía (8,5% en 2006) y aceleran su crecimiento (+14,1% interanual en moneda local, vs. +10,3% hasta septiembre), por el mayor incremento de los ingresos de banda ancha, y por la incorporación de los ingresos de TVA correspondientes al cuarto trimestre.

Los gastos por operaciones muestran un crecimiento interanual acumulado del 5,9% en moneda local, afectado por el mayor nivel de morosidad, con un aumento en la provisión para deudores morosos del 65,5% en moneda local respecto a 2006. El nivel de incobrables sobre ingresos se sitúa en el 3,6%, inferior al 3,9%

registrado hasta septiembre, producto de las medidas puestas en marcha para contener este ratio, relacionadas tanto con filtros de entrada más rígidos y con un mayor nivel de acciones de cobranza. También influyen en el crecimiento de los costes los mayores gastos por servicios exteriores (+5,4% en moneda local, por la mayor actividad comercial registrada en la compañía). Los gastos de aprovisionamientos aumentan un 3,2% en moneda local, a pesar de la reducción del 20% en la tarifa de interconexión local, producto principalmente de mayores tráficos con interconexión asociada (especialmente SMP). Los gastos de personal aumentan un 5,0% en moneda local por las provisiones asociadas a los programas de adecuación de plantilla, que en 2007 han afectado a 800 empleados. El importe total de las provisiones asciende a 54 millones de euros, de los que cerca de 22 millones de euros corresponden a planes que se llevarán a cabo en los primeros meses de 2008. Los gastos de personal excluyendo estas provisiones caen un 1,0% interanual en moneda local.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Telesp en 2007 alcanza 2.438 millones de euros, un 9,7% inferior al registrado el año anterior en moneda local, debido a los menores ingresos del negocio tradicional, las mayores provisiones por morosidad y los mayores gastos por adecuación de plantilla. A lo anterior se añade el hecho de que en septiembre de 2006 se contabilizaron recuperaciones de impuestos (Pis/Cofins). El margen de OIBDA se sitúa en el 43,4%, 3,9 p.p. inferior al de 2006, afectado por los dos factores mencionados anteriormente. Excluyendo los gastos por adecuación de plantilla el OIBDA de Telesp habría caído un 8,7% en moneda local, y el margen se habría situado en el 44,3%.

El CapEx del ejercicio asciende a 729 millones de euros, un 11,2% mayor al registrado en 2006 en moneda local, explicado por las mayores inversiones en banda ancha y TV de pago, así como por el aumento en el robo de cables reflejado en los últimos tres trimestres.

VIVO

Los buenos resultados de Vivo en el año 2007 reflejan las distintas medidas de gestión puestas en marcha a lo largo de 2006 y 2007 para lograr un crecimiento con rentabilidad y una mayor satisfacción de los clientes, resultando en un significativo incremento de la base de clientes y del ARPU.

En términos trimestrales, el cuarto trimestre mantiene la buena evolución observada durante todo el año, caracterizada por una fuerte competencia en el mercado producto de la campaña de navidad iniciada en noviembre. Adicionalmente, y desde octubre, Vivo viene ofreciendo campañas convergentes con combos de minutos para llamadas móviles, fijas e Internet y dos paquetes móvil – fijo. Vivo sigue manteniendo en el trimestre el liderazgo tanto a nivel de cuota de mercado como de altas en su área de actuación.

En este último trimestre Vivo ha alcanzado un volumen de 4,2 millones de altas, 1,7 millones por encima del mismo trimestre

2006 (+66,5%), representando así uno de los mayores niveles de los últimos ejercicios. Este buen desempeño está impactado por la mayor variedad de terminales, el liderazgo en capilaridad comercial, así como por la continuidad de promociones de incentivo al tráfico en prepago y la mejor capacidad de captación de contrato, derivada de los planes “Vivo Escolha”. Es importante destacar la ganancia neta de Vivo en el cuarto trimestre, cercana a los 2,2 millones de nuevos clientes, tras haber sido el líder del mercado en cuanto a captación de clientes en el mes de diciembre (1,4 millones de clientes, con una cuota de ganancia neta superior al 38% en su área de actuación), lo que le lleva a la compañía a acumular una ganancia neta en el año superior a los 4,4 millones de clientes.

A finales de 2007 el 42% del parque de contrato se encuentra adherido a los planes Vivo Escolha, que han conseguido mejorar sustancialmente la percepción de la oferta comercial por parte del mercado. Las altas en contrato aumentan un 39,7% respecto al cuarto trimestre del ejercicio anterior y en el conjunto del año crecen en 47,2% interanual. Estos planes, además, han ayudado a aumentar el grado de permanencia de los clientes, con lo que el churn total del cuarto trimestre se sitúa en el 2,1% (0,4 p.p. inferior al del mismo trimestre de 2006) y a nivel anual asciende a 2,3% (frente al 2,9% del ejercicio 2006).

Hay que destacar la buena acogida por parte del mercado de la red GSM de Vivo, consiguiendo en el trimestre un 85% de las altas en esta tecnología. Este hecho ha supuesto alcanzar en el año 11,3 millones de clientes en GSM, un 34% del parque total.

El parque de Vivo se sitúa en 33,5 millones de clientes (+15,2% vs. diciembre de 2006) en un mercado que alcanza una penetración del 65,6%, que supone un crecimiento respecto a diciembre de 2006 de más de 10 p.p., dentro del área de actuación de la compañía. Esto es reflejo de los altos niveles de actividad comercial, acentuados aún más en este último cuarto trimestre.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del año asciende a 2.396 millones de euros (+16,5% interanual en moneda local), habiéndose acelerado aún más el crecimiento en el cuarto trimestre (+15,8% interanual en moneda local en los nueve primeros meses del ejercicio). Los ingresos de servicio en moneda local crecen un 18,4% vs. 2006, afectados en gran medida por los mayores ingresos de interconexión, consecuencia de la supresión de la regla Bill&Keep en julio de 2006. Descontando este efecto, el crecimiento de los ingresos del servicio se situaría en el 10,2% (frente al +8,1% en los nueve primeros meses del año). En el segmento de clientes de contrato, es importante seguir destacando los planes Vivo Escolha como la herramienta a través de la cual se ha instrumentalizado el foco continuo en la captación y mantenimiento de la base de clientes de valor, lográndose un crecimiento del ARPU salida del 8,9%.

Asimismo, continúa la buena evolución de los resultados en el segmento de prepago, con un incremento del ARPU de salida acumulado del 22,9%, producto principalmente de la buena

acogida de las promociones de incentivo al tráfico, lo que ha generado un crecimiento del MoU de salida prepago del 22,7%.

El MoU acumulado total se incrementa un 3,9% frente al mismo periodo del año anterior, mejorando el ARPU acumulado total en un 14,5% interanual en moneda local hasta los 11,9 euros.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) acumulado de Vivo a diciembre alcanza los 588 millones de euros, un 30,8% superior al mismo periodo de 2006 en moneda local. Esta evolución refleja el buen desempeño de los ingresos, que viene acompañado por las mejoras en los gastos de gestión de clientes, especialmente por la reducción de la morosidad (-49,3% interanual en moneda local), demostrando el mejor control realizado sobre los nuevos clientes captados en las campañas, que compensa en gran medida el incremento en los gastos comerciales.

El margen de OIBDA del año se sitúa en el 24,5%, con una mejora de 2,7 p.p. frente al registrado en 2006, siendo la mejora interanual del margen de 5,6 p.p. en el cuarto trimestre hasta alcanzar 25,6%. Sin tener en cuenta el impacto de la eliminación de la regla de Bill & Keep, el crecimiento del OIBDA del año 2007 habría sido del 30,6%, y el margen se habría situado en el 27,4%.

En 2007 la compañía ha conseguido alcanzar cobertura nacional, con la adquisición de trece de los quince lotes de licencias 1900 subastados en septiembre, y con la adjudicación de la totalidad de la banda J en la subasta de licencias 3G realizada por Anatel el pasado mes de diciembre, lo que permite además, asegurar la calidad de servicio en las áreas de mayor tráfico. Por otra parte, sigue pendiente la aprobación final por parte de Anatel para la adquisición de Telemig, si bien Vivo ya acordó en el mes de diciembre la venta a Telemar de las acciones de Amazonía Celular.

Argentina

Telefónica cierra el año 2007 en Argentina liderando el mercado en su zona de influencia, al alcanzar 19,5 millones de accesos, un crecimiento del 15,8% respecto a diciembre de 2006. Este incremento viene empujado por la fuerte captación de clientes móviles, que aumentan un 22,6% vs. diciembre 2006 y ya superan los 13,7 millones, y por los accesos de banda ancha, que alcanzan los 819.000, un 58,3% más que en 2006. Esta buena evolución operativa se traslada a los datos financieros, permitiendo que el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) crezca un 15,7% en moneda local respecto a 2006 hasta situarse en los 2.264 millones de euros. El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del ejercicio 2007 alcanza los 773 millones de euros, un crecimiento interanual del 8,0% en moneda local, situándose el margen OIBDA en el 32,9%. La inversión (CapEx) asciende a 289 millones de euros frente a 243 millones de euros en 2006. Estas mayores inversiones se deben al desarrollo de la banda ancha y nuevos negocios, así como al incremento de capacidad en la red móvil.

Telefónica de Argentina

Telefónica de Argentina gestiona a cierre de 2007 5,7 millones de accesos, un 2,1% más que a diciembre de 2006, apoyado en la buena evolución de los accesos minoristas de banda ancha, que crecen un 58,3% hasta alcanzar los 819.000 y permiten compensar la ligera pérdida de accesos de telefonía fija (-1,3%).

En cuanto al tráfico total voz, destaca su estabilidad frente al año 2006 a pesar de la fuerte expansión del negocio móvil en el país. Los descensos del tráfico fijo-fijo, tanto local (-5,6% vs. 2006) como de interconexión (-4,8% vs. 2006) se ven compensados por la buena evolución del tráfico de interconexión móvil-fijo (+27,4% vs. 2006). El tráfico de red inteligente muestra una mejoría a lo largo de todo el año 2007 (+51,1% vs. 2006) mientras que el tráfico de telefonía pública registra caídas en el acumulado de 2007 (-20,8% vs. 2006).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 2007 se sitúa en 984 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 9,9% en moneda local respecto a 2006, aportando el negocio tradicional el 45% de este crecimiento, el negocio de Internet el 40% y el resto los negocios de datos y tecnologías de la información.

Los ingresos del negocio tradicional en 2007 (+5,4% en moneda local vs. 2006) reflejan la buena evolución de los paquetes de minutos, del tráfico (principalmente de interconexión móvil-fijo), de los servicios de valor añadido y de la comercialización de equipos. Los ingresos de paquetes crecen apoyados en los paquetes locales fijo-fijo debido a la gran aceptación de la tarifa plana por llamada, lanzada a mediados de 2006, cuyo comportamiento en 2007 ha superado las expectativas. La mejora de los ingresos de interconexión proviene fundamentalmente del tráfico generado por las operadoras móviles y por la entrada internacional.

Los ingresos del negocio de Internet y Banda Ancha muestran un crecimiento en 2007 del 34,8% respecto a 2006, representando el 14% de los ingresos totales. La fuente principal de este crecimiento en 2007 es el negocio de Banda Ancha (+45,7% en moneda local vs. 2006), con 819.000 usuarios a cierre de año, 1,6 veces los de diciembre de 2006, que permite compensar la caída del negocio de banda estrecha. La buena evolución del negocio de Banda Ancha se apalanca en el lanzamiento en el último trimestre de 2006 del paquete DUO (minutos de voz y banda ancha), que ya representa el 34% de la planta de banda ancha.

Los negocios de datos y tecnologías de la información de 2007 muestran un incremento del 20,8% en moneda local vs. 2006, como consecuencia principalmente de los mayores ingresos de redes privadas virtuales, de proyectos llave en mano y servicios satelitales.

Los gastos por operaciones presentan durante 2007 un crecimiento del 30,6% en moneda local respecto a 2006 debido principalmente al aumento de los gastos de personal (+68,5% en moneda local vs. 2006) por los aumentos salariales y las provisiones asociadas a los programas de adecuación de plantilla iniciados en la segunda mitad de 2006 y que se han acelerado

significativamente en la segunda mitad de 2007. En el conjunto de 2007, el gasto registrado para adecuación de plantilla asciende a 90 millones de euros (67 millones de euros en el cuarto trimestre de 2007), de los que 50 millones de euros corresponden a la salida de 741 personas en 2007, mientras que 40 millones de euros corresponden a planes que tendrán vigencia en los próximos meses. De excluirse estas provisiones, los gastos por operaciones hubieran crecido un 14,3% vs. 2006 y los de personal un 18,7%. Los gastos por aprovisionamientos en 2007 aumentan un 22,3% en moneda local, impactados por los mayores costes de alquiler de medios y de compra de equipos para su venta. Los servicios exteriores, con un crecimiento del 7,7% en moneda local respecto a 2006, reflejan los mayores costes comerciales asociados a la mayor actividad (servicios de atención a clientes, publicidad, comisiones y logística y distribución) y los aumentos de precios de servicios tales como alquileres, energía o suministros, que no consiguen compensar los ahorros alcanzados en otras partidas (gastos generales y trabajos temporales).

La provisión de incobrables representa el 0,9% de los ingresos del año, 0,4 p.p. por encima del nivel de 2006 debido a los menores cobros durante los días de huelga en el periodo de crisis sindical. Sin embargo, la buena gestión realizada durante estos últimos meses ha permitido reducir la tasa desde el 1,1% registrado en el acumulado a septiembre de 2007. La planta prepago o con límite de consumo representa el 25% del total, disminuyendo ligeramente su peso frente a trimestres anteriores.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Telefónica de Argentina del año 2007 alcanza 356 millones de euros, un 13,3% menos en moneda local respecto al año anterior, debido principalmente a los mayores gastos de personal explicados anteriormente. Excluyendo los gastos de adecuación de plantilla registrados, el OIBDA hubiera crecido un 6,2% vs. 2006 en moneda local. El margen OIBDA de 2007 se sitúa en 30,9% (39,0% en 2006). De excluirse el impacto de los gastos de adecuación de plantilla, el margen OIBDA de 2007 se hubiera situado en un 38,7% (39,9% en 2006).

La inversión (CapEx) se sitúa en 165 millones de euros, un 30,3% en moneda local superior a la realizada en 2006, destinándose fundamentalmente al crecimiento de la banda ancha y nuevos negocios.

TEM Argentina

Durante el año 2007 el mercado móvil argentino mantiene un alto ritmo de crecimiento hasta superar el 97% de penetración estimada a diciembre de 2007 (+20 p.p. vs. diciembre de 2006), cerrando el año con la mayor penetración de la región.

La ganancia neta de TEM Argentina en el cuarto trimestre de 2007 asciende a 656.269 nuevos clientes. En el conjunto del año cabe destacar la buena evolución del churn, que se sitúa en niveles inferiores al año anterior (1,7%, -0,3 puntos porcentuales vs. el año 2006), lo que permite superar los 2,5 millones de ganancia neta (casi 2,9 millones en 2006). Conviene destacar a

lo largo del 2007 y con especial énfasis en el cuarto trimestre del año, el foco en la captación de clientes de contrato, alcanzando en el conjunto del año una ganancia neta de 1,1 millones de clientes (+68,5% vs. 2006), representando la ganancia neta de contrato en el cuarto trimestre de 2007 más del 58% del total. Así, la compañía cierra el año con cerca de 13,7 millones de clientes, un incremento del parque del 22,6% frente al año anterior. El peso del parque GSM sobre el total de la base de clientes alcanza ya el 86,5% (+13,3 p.p. respecto a diciembre 2006).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) asciende 1.353 millones de euros en el año 2007 presentando un incremento en moneda local del 18,7% frente a 2006, apoyado en el buen comportamiento de los ingresos del servicio, que crecen un 21,4% en moneda local frente al 2006.

El crecimiento de los ingresos, unido a los menores costes comerciales unitarios, menores gastos de gestión de clientes y de red, permiten incrementar el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en el año un 36,5% en moneda local, lo que supone alcanzar 418 millones de euros y situar el margen OIBDA en el 30,9% en 2007, mejorando 4,1 p.p. frente al año anterior.

La inversión (CapEx) del año asciende a 123 millones de euros, un 33,2% superior en moneda local a la inversión del año anterior, motivado por el incremento de capacidad de la red llevado a cabo a lo largo del año.

Chile

Telefónica Latinoamérica gestiona en Chile, a cierre del año 2007, 9,4 millones de accesos, un 9,6% más que en diciembre 2006, impulsado por el crecimiento de los accesos móviles (+10,6% hasta 6,3 millones), y, en menor medida, por el incremento de los accesos a Internet de Banda Ancha minorista (+30,6% hasta 646.000) y de TV de pago (+133,4% hasta 220.000), mientras que los de telefonía fija caen un 1,5% hasta 2,2 millones.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) acumulado en el año de Telefónica Latinoamérica en Chile alcanza los 1.814 millones de euros, con un crecimiento interanual del 14,3% en moneda local. Los ingresos continúan impulsados por los fuertes crecimientos en los negocios de telefonía móvil, Banda Ancha y TV, que compensan la caída del negocio de telefonía fija tradicional. El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 2007 alcanza los 716 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 8,2% en moneda local respecto al año anterior, por el crecimiento del OIBDA del negocio móvil, que compensa los menores resultados del negocio fijo.

Telefónica Latinoamérica continúa llevando a cabo una fuerte actividad inversora en el país. Así, la inversión (CapEx) en 2007 alcanza 418 millones de euros, con un crecimiento interanual del 32,3% en moneda local. Las principales inversiones continúan produciéndose en las áreas con mayores crecimientos: telefonía móvil, ADSL y Televisión de Pago.

Telefónica Chile

A cierre de 2007, Telefónica Chile gestiona un total de 3,1 millones de accesos, lo que supone un crecimiento del 7,5% respecto a 2006. Los accesos de telefonía fija de Telefónica Chile caen un 1,5% respecto al año anterior, si bien se observa una reducción en la pérdida trimestral de accesos de telefonía fija (tan sólo 300 accesos en el cuarto trimestre, frente a casi 29.000 en el primero, 3.000 en el segundo, y 1.700 en el tercero). La compañía se mantiene como líder del mercado de líneas en el país, con una cuota estimada del 65%.

La operadora continúa creciendo en términos de accesos de Banda Ancha y Televisión de Pago, con foco en la fidelización de clientes finales en torno a la oferta de paquetes DUO y TRIO, que aumentan el ARPU del cliente final. Al cierre de 2007 Telefónica Chile gestiona 646.000 accesos a Internet de Banda Ancha minorista, manteniéndose así como líder del mercado de Banda Ancha en Chile, con una cuota de mercado estimada del 50%.

Telefónica Chile continúa impulsando el crecimiento del negocio de Televisión de Pago y alcanza 220.000 clientes a cierre de 2007. Tras año y medio de operaciones, Telefónica Chile se consolida como el segundo operador de TV de Pago del país, con una cuota de mercado estimada del 17%. En junio de 2007 la compañía anunció la disponibilidad, en determinadas zonas de Santiago, de su servicio de Televisión sobre IP, convirtiéndose en la primera empresa en ofrecerlo en Latinoamérica. Además, durante los últimos meses del año se han lanzado nuevos servicios para la plataforma de televisión

DTH, basados en nuevos descodificadores con funcionalidades de grabación (PVR: Personal Video Recorder).

El escenario competitivo de la telefonía en Chile refleja una fuerte sustitución de los servicios de telefonía tradicional por el tráfico móvil. Telefónica Chile, con una estrategia centrada en el despliegue de Triple Play para incrementar el número de servicios contratados por los clientes así como su ARPU, continúa compensando la caída del negocio fijo tradicional con un incremento de los ingresos por servicios de Banda Ancha y Televisión de Pago. De esta forma, el importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 2007 alcanza los 974 millones de euros, con un crecimiento del 4,0% interanual en moneda local. El lanzamiento de los servicios de TV en junio de 2006 y el crecimiento en la penetración de la Banda Ancha permiten un crecimiento de los ingresos de Internet y Banda Ancha del 79,7% en moneda local respecto a 2006, compensando los menores ingresos del negocio tradicional (-5,8% en moneda local). Los ingresos de Internet y Banda Ancha representan en 2007 el 18,5% de total de los ingresos de la operadora, 7,8 p.p. más que en 2006, mientras que los ingresos del negocio tradicional reducen su peso hasta el 75% (-7,8 p.p vs año anterior).

Los gastos por operaciones muestran un crecimiento en moneda local del 8,9% frente al mismo periodo del año anterior. Los principales incrementos se producen en servicios exteriores (+19,3%), asociados a la mayor actividad comercial y a las mejoras en la calidad de servicio y en la atención al cliente. Los gastos de personal aumentan un 4,4% en moneda local, principalmente por la entrada en vigor de la nueva Ley de Subcontratación. Excluyendo gastos por adecuación de plantilla, que caen un 65,1% en moneda local, los gastos de personal crecen un 13,8%, por la mencionada ley. Los aprovisionamientos crecen un 2,1% en moneda local, ya que pese al crecimiento asociado a los costes por contenidos para TV y espacio satelital, se reduce el coste por interconexión, especialmente el ligado al tráfico fijo-móvil. El gasto por la provisión de incobrables alcanza un 2,9% sobre ingresos.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 2007 asciende a 368 millones de euros, 5,3% inferior al de 2006 en moneda local.

La inversión (CapEx) acumulada ascendió a 198 millones de euros, lo que representa un crecimiento en moneda local del 30,1% frente al año anterior. El fuerte crecimiento de los servicios de TV Satelital (DTH), el lanzamiento de IPTV, el crecimiento de la planta ADSL y las acciones dirigidas a la mejora de la calidad de la red continúan siendo los principales impulsores de la mayor actividad inversora.

TEM Chile

El mercado móvil chileno ha continuado con un crecimiento agresivo durante 2007, periodo en el que la penetración estimada se ha incrementado en 8 p.p. hasta el 90%.

Telefónica Móviles Chile mantiene el liderazgo del mercado, alcanzando 6,3 millones de clientes a finales de 2007, tras registrar

una ganancia neta de 602.457 clientes en el año. Las altas en GSM impulsan el crecimiento del parque móvil, alcanzando los clientes en esta tecnología el 89% del parque total, 17 p.p. más que en diciembre 2006. Los clientes de contrato ascienden a 1,5 millones (+31,4% interanual), y aportan más del 60% de la ganancia neta del ejercicio, si bien en el último trimestre se ha acelerado el crecimiento de la base de clientes prepago (+5,2% interanual, frente al +2,2% hasta septiembre). De esta manera, el crecimiento interanual de la base de clientes se incrementa hasta el 10,6% (+7,7% hasta septiembre). Destaca en diciembre de 2007 el lanzamiento de la red 3G.

El importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 2007 muestra un crecimiento interanual en moneda local del 25,5%, alcanzando 930 millones de euros. Por su parte, los ingresos de servicio crecen un 23,0% en moneda local frente a 2006, lo que refleja la evolución positiva del ARPU en moneda local (+12,7%), que continúa acelerando su ritmo de crecimiento trimestre tras trimestre (+8,4% interanual en el primer trimestre, +10,5% en el segundo y +11,6% en el tercero), apoyado principalmente en el proceso migratorio a GSM, el incremento de la base de clientes de contrato (24,5% de la base de clientes total a diciembre de 2007 frente al 20,6% en diciembre de 2006), y al "upgrade" de planes y venta de paquetes de minutos y SVAs.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), con un crecimiento interanual en 2007 del 27,3% en moneda local, alcanza los 348 millones de euros, recogiendo el buen comportamiento de los ingresos. El margen OIBDA en 2007 alcanza el 37,5%, 0,5 p.p. superior al de 2006, gracias a la mayor eficiencia y a pesar del mayor esfuerzo comercial realizado por la agresividad del mercado y por las acciones derivadas de la migración tecnológica y de segmento. La inversión (CapEx) de 2007 alcanza los 220 millones de euros, con un crecimiento del 34,5% frente al año anterior en moneda local.

Perú

El total de accesos de Telefónica en Perú se sitúa en 12,2 millones en diciembre 2007, presentando un crecimiento interanual del 39,8%, impulsado por el incremento del 58,5% registrado por los accesos móviles, hasta 8,1 millones de accesos, especialmente en la modalidad de prepago. Adicionalmente, destaca el crecimiento de los accesos del proyecto común Fijo-Móvil (IRIS), lanzado en el mes de marzo de con la finalidad de aumentar la penetración de la telefonía fija, así como los crecimientos registrados en los accesos de Banda Ancha y TV.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de Telefónica en Perú en 2007 se sitúa en 1.513 millones de euros, un 10,5% superior al registrado en 2006 en moneda local. Los principales motores del comportamiento registrado en los ingresos han sido los ingresos de salida de prepago en el negocio móvil y los correspondientes a los servicios de Banda Ancha y Televisión en el negocio fijo.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) se sitúa en 469 millones de euros a cierre del ejercicio, un 15,6% inferior al del

año 2006 en moneda local, por el descenso del OIBDA en la operadora fija (-28,6%), como consecuencia del registro 104 millones de euros en el trimestre en concepto de provisión del plan de adecuación de plantilla iniciado en 2007 y con vigencia a lo largo de 2008. En el conjunto de 2007, el gasto registrado por adecuación de plantilla asciende a 105 millones de euros. El margen del OIBDA se sitúa en 2007 en el 31,0% frente al 40,6% en 2006. Excluyendo el efecto de los gastos de adecuación de plantilla, el OIBDA mostraría un crecimiento interanual del 3,2% en moneda local y el margen se situaría en 37,9%, 2,7 p.p. inferior al registrado el año anterior.

La inversión (CapEx) alcanza los 281 millones de euros con un crecimiento interanual en moneda local del 35,8%. Cabe destacar el importante esfuerzo inversor realizado para incrementar la capacidad de la red móvil debido al mayor nivel de tráfico cursado, lo que ha supuesto que el 55% de la inversión se haya concentrado en el negocio celular.

Telefónica del Perú

Telefónica de Perú alcanza una planta total de accesos de 4,0 millones al finalizar el año, con un crecimiento interanual del 13,0%, gracias al impulso de los accesos de telefonía fija inalámbrica y de banda ancha. Los accesos de telefonía fija, que alcanzan los 2,8 millones a finales de diciembre (+11,3%), han registrado una positiva evolución a lo largo del año debido fundamentalmente al buen comportamiento mostrado por los accesos de Telefonía Fija Inalámbrica, cuya planta se sitúa en 228.584 líneas. Los accesos de Banda Ancha crecen un 22,1%, situándose en 572.088 usuarios. Adicionalmente, la planta de TV alcanza 640.045 usuarios logrando un crecimiento del 14,9%, principalmente por los clientes de DTH.

El tráfico de voz crece en el acumulado a diciembre un 7,2%, ligeramente por debajo del acumulado al mes de septiembre (+8,7%). Este menor avance viene explicado por la ligera caída del tráfico fijo-fijo (-0,4%), compensado en parte por el aumento del tráfico fijo-móvil, fruto de la mayor penetración de la telefonía móvil; la caída del tráfico de larga distancia nacional (-7,4%) como consecuencia de la eliminación de la preselección por defecto en el mes de octubre, y del menor tráfico de Telefonía de Uso Público, que acentúa su caída (-34,5%) debido a la competencia de la telefonía móvil y los locutorios móviles informales. En sentido contrario, destaca el fuerte crecimiento registrado por el tráfico de entrada (+39,2%), tanto de origen móvil como internacional.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanza los 1.031 millones de euros, reflejando un descenso del 2,0% en moneda local con respecto al ejercicio anterior, explicado fundamentalmente por la reducción de los ingresos de Telefonía de Uso Público (-28,6%) y por los menores ingresos de telefonía básica, afectados por la reducción de las tarifas acordada con el gobierno en 2006 y por la caída de los ingresos de larga distancia debida a la eliminación de la preselección por defecto en octubre. Por el contrario, es destacable el fuerte crecimiento que mantienen los negocios de Banda Ancha (+24,9% en moneda local) y

Televisión (+24,0% en moneda local). Los ingresos de Internet y Banda Ancha (Banda Ancha + Banda Estrecha + TV) aportan en el acumulado del año el 25,2% al total de ingresos (20,2% en 2006). Los gastos por operaciones en 2007 crecen en moneda local un 19,9% debido al aumento de los gastos de personal, que recogen 105 millones de euros en concepto de provisión asociada a la adecuación de plantilla iniciada en 2007 y con vigencia a lo largo de 2008. Excluyendo el impacto de este programa, el total de gastos por operaciones mostraría un crecimiento interanual acumulado del 2,5% en moneda local. Los incrementos de los gastos directamente relacionados con la mayor actividad comercial han sido compensados por los menores crecimientos registrados en los gastos de personal sin incluir los relativos a la adecuación de plantilla y por los gastos de aprovisionamientos de interconexión y alquiler de medios. No obstante, cabe destacar también el incremento de la provisión para insolvencias de tráfico (1,8% de los ingresos) consecuencia de la comercialización a grupos socioeconómicos con rentas más bajas.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza los 311 millones de euros en 2007 presentando un descenso interanual del 28,6% en moneda local, consecuencia del mayor gasto de adecuación de plantilla y del mayor gasto comercial y del relacionado con contingencias de tipo laboral y tributario. El margen OIBDA se sitúa en 2007 en el 30,2%. Excluyendo el efecto de los gastos de adecuación de plantilla, el OIBDA mostraría un descenso interanual del 4,7% en moneda local y el margen se situaría en 40,3%, 1,1 p.p. inferior al registrado el año anterior. La inversión (CapEx) se sitúa en 126 millones de euros con un descenso del 0,2% interanual en moneda local.

TEM Perú

El mercado de telecomunicaciones móviles en Perú en el año 2007 se ha caracterizado por la aceleración del crecimiento, alcanzando una penetración estimada a final de 2007 del 48% (+16 p.p. vs. diciembre de 2006).

A finales del periodo el parque de Telefónica Móviles Perú se sitúa en 8,1 millones de clientes, con un crecimiento interanual del 58,5%, siendo destacable el avance del segmento prepago, que crece internualmente por encima del 66%. El proceso de migración de clientes hacia GSM continúa, representando los clientes GSM el 77% del parque total a finales de diciembre frente al 42% de diciembre 2006. La intensa actividad comercial llevada a cabo por Telefónica Móviles Perú ha permitido un fuerte ritmo de crecimiento en el nivel de altas registrado en 2007, las cuales han mostrado un incremento interanual del 74,5%. Adicionalmente, las altas y la ganancia neta del cuarto trimestre se sitúan en máximos históricos, alcanzando 1,6 millones y 908.230 accesos, respectivamente.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del ejercicio 2007 asciende a 603 millones de euros (+40,5% en moneda local). Cabe destacar los mayores ingresos de servicio, que, impulsados por el excelente comportamiento que han tenido durante todo el

ejercicio los ingresos de salida de clientes de prepago (+129,9% en moneda local en el acumulado a 2007), crecen muy por encima del parque medio, mostrando una elevada elasticidad ante las promociones realizadas en las recargas de tarjetas prepago con las campañas "Duplica" y "Triplica". Los ingresos de salida de clientes de contrato crecen, aunque en menor medida (+14,6%).

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza los 158 millones de euros, creciendo un 27,3% interanual en moneda local a pesar de los mayores gastos comerciales derivados de la fuerte actividad comercial que ha impulsado el incremento de la planta. El margen OIBDA se sitúa en el 26,2%, lo que representa un descenso de 2,7 p.p. sobre el del ejercicio anterior.

La inversión (CapEx) a cierre del ejercicio 2007 se sitúa en 155 millones de euros, creciendo un 92,3% en moneda local respecto al año anterior y siendo destinada principalmente al incremento de capacidad de red.

Colombia

A cierre de diciembre de 2007, Telefónica ha alcanzado los 11,0 millones de accesos en Colombia con un crecimiento del 7,7% frente al año anterior.

En el acumulado a diciembre 2007, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de los negocios fijo y móvil ha alcanzado los 1.569 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 27,9% en moneda constante frente al año anterior, como resultado de la consolidación de Telefónica Telecom a partir de mayo de 2006 y del fuerte crecimiento tanto de los ingresos de Internet y Banda Ancha como de los ingresos de servicio del negocio móvil.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2007 ha ascendido a 485 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 42,5% respecto a 2006 en moneda local, tras recoger la consolidación de Telefónica Telecom a partir de mayo de 2006. De esta manera, el margen OIBDA a diciembre de 2007 se sitúa en el 30,9% (+3,2 p.p. frente a diciembre de 2006).

Telefónica Telecom²

Los accesos totales de Telefónica Telecom se han situado en 2,6 millones a cierre de diciembre 2007, un 7,1% por encima del año anterior, destacando el fuerte desarrollo de la banda ancha, cuya planta se ha prácticamente triplicado frente al cierre de diciembre de 2006 (alcanzando un total de 200.271 accesos a cierre de diciembre de 2007), y que ha compensado los menores accesos de telefonía fija (-1,3% interanualmente).

El producto de TV Satelital lanzado a inicios de año, un producto clave que permite a Telefónica Telecom lanzar ofertas "Trio" (Voz, Banda Ancha y Televisión), cuenta con 72.930 clientes de TV a cierre de diciembre de 2007.

² T. Telecom se consolida en el Grupo Telefónica a partir de mayo de 2006. Las variaciones publicadas se calculan frente a un 2006 proforma.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del negocio de telefonía fija ha ascendido a 739 millones de euros en 2007, mostrando un crecimiento de 8,1% en moneda local, producto, principalmente, del crecimiento de los ingresos del negocio de Internet y Banda Ancha (+100,3% en moneda local interanualmente), incrementando la aportación respecto al total de ingresos del 4,7% a diciembre de 2006 al 8,8% a diciembre de 2007. El fuerte crecimiento de los ingresos del negocio de banda ancha (+165,4% interanual en moneda local) compensa los menores ingresos del negocio de banda estrecha (-22,8% en moneda local) por la migración a la banda ancha. A diciembre 2007, la compañía ha ampliado la cobertura de la banda ancha a nuevas ciudades y municipios, al mismo tiempo que ha reforzado su posición en las zonas donde tiene una posición de liderazgo. Adicionalmente, se ha ampliado la oferta, comercializando aumentos de velocidad en el segmento empresas.

Los gastos por operaciones acumulados a diciembre de 2007 presentan un crecimiento interanual del 16,0% en moneda local, explicado fundamentalmente por el crecimiento de los aprovisionamientos y de las provisiones de incobrables. Los gastos de personal han presentado un crecimiento del 17,4% en moneda local como resultado del registro de una provisión de 3,2 millones de euros en el cuarto trimestre de 2007 en concepto de plan de adecuación de plantilla, iniciado en 2007 y con vigencia a lo largo de 2008. Excluyendo el impacto de esta provisión, los gastos de personal hubieran presentado un crecimiento del 13,4%.

Telefónica Telecom ha alcanzado un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2007 de 299 millones de euros, equivalente a un crecimiento interanual del 16,0% en moneda local, apalancado principalmente en una fuerte apuesta por la banda ancha. Excluyendo el impacto del plan de adecuación de plantilla, el OIBDA crecería un 16,9%.

La inversión (CapEx) a diciembre de 2007 ha ascendido a 180 millones de euros, destinada principalmente al despliegue de la banda ancha y a proyectos regionales de sistemas.

TEM Colombia

En Colombia el mercado de telefonía móvil, aunque ralentiza su crecimiento, ha alcanzado 32,3 millones de clientes en 2007 y sigue mostrando un fuerte incremento, alcanzando una penetración estimada del 75% a diciembre de 2007, lo que supone un incremento de 8 p.p. frente a diciembre de 2006.

Durante 2007 las actividades de la compañía se han centrado en la reestructuración comercial, con un incremento de la capilaridad y una considerable mejora de productividad, en la depuración y reactivación de la base de clientes inactiva, y en la ampliación del nivel de cobertura en GSM. Asimismo, se ha seguido trabajando en una oferta comercial que equipare los precios independientemente del destino de la llamada.

Durante el cuarto trimestre de 2007, las altas se han incrementado un 61,1% en comparación con el mismo trimestre de 2006, mientras que en el acumulado del año 2007, las altas totales disminuyen un 8,4% como consecuencia de los menores subsidios aplicados desde el último trimestre de 2006 después de las agresivas campañas comerciales lanzadas hasta ese momento. El churn acumulado a diciembre ha sido del 3,7%, 0,6 p.p. por encima del dato de 2006, como resultado del impacto de las bajas de clientes de bajo valor captados en las agresivas campañas de 2006, que se han reflejado durante este año. El churn del cuarto trimestre se ha reducido 1,0 p.p. interanual hasta el 2,5%. De este modo, durante el cuarto trimestre de 2007 se ha registrado una ganancia neta de 820.532 clientes, con lo que el parque a diciembre de 2007 se sitúa en 8,4 millones de clientes (+7,9% frente al cierre de diciembre de 2006), con un 81,4% del mismo en GSM (+21,8 p.p. frente al cierre de 2006).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) ha alcanzado los 869 millones de euros en 2007, reflejando un crecimiento en moneda local del 7,4% respecto a 2006. Los ingresos de servicio han mostrado un crecimiento del 13,4% en moneda local frente a 2006, creciendo por encima de la base de clientes promedio, y pese a reflejar el impacto de la bajada de las tarifas de interconexión a partir del mes de diciembre de 2007.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) ha alcanzado los 186 millones de euros en 2007, lo que supone un crecimiento interanual del 30,0% en moneda local. El margen OIBDA se ha situado en el 21,4% en el acumulado a diciembre, registrando un incremento respecto al mismo periodo de 2006 de 3,7 p.p.. Telefónica Móviles Colombia ha registrado una provisión de 2,5 millones de euros en el cuarto trimestre de 2007 en concepto de plan de adecuación de plantilla, iniciado en 2007 y con vigencia a lo largo de 2008. Excluyendo el impacto del plan de adecuación de plantilla, el OIBDA presentaría un crecimiento del 31,7% y el margen OIBDA se habría situado en el 21,7%.

La inversión (CapEx) acumulada a diciembre 2007 ha ascendido a 180 millones de euros.

México

A diciembre de 2007 la penetración estimada en el mercado mexicano alcanza el 64% (+11 p.p. vs. diciembre 2006), lo que supone de nuevo un mayor ritmo de crecimiento interanual del mercado.

La actividad comercial de Telefónica Móviles México durante el cuarto trimestre de 2007 ha estado marcada por el desarrollo de la Campaña de Navidad, donde la compañía ha vuelto a destacar en el lanzamiento de productos innovadores, orientados a la consolidación de una oferta comercial competitiva, acorde con las expectativas de sus clientes. Esto unido al desarrollo de su red comercial y a las continuas mejoras en la calidad de la red han permitido sostener el fuerte crecimiento de su actividad comercial.

De este modo, la base de clientes de Telefónica Móviles México alcanza a final de diciembre de 2007 los 12,5 millones de clientes (de los que 700.000 corresponden a clientes contrato), lo que supone un crecimiento del 46,6% respecto a diciembre de 2006. Esta buena evolución del parque está apoyada en la introducción durante el cuarto trimestre de 2007 de una oferta comercial en prepago competitiva y flexible, "Movistar Pagamemos", que en el marco de la Campaña de Navidad ha permitido superar 2,3 millones de altas en el cuarto trimestre de 2007, un 30,8% superiores a las registradas en el mismo periodo del año anterior, alcanzando prácticamente en el conjunto del año 2007 7,3 millones, un 42,7% más que en el año 2006.

Por el lado del churn, la notable mejora en la calidad de las altas captadas en el ejercicio 2007, así como la introducción de recargas de menor importe, permiten que éste continúe su tendencia positiva, situándose en el cuarto trimestre de 2007 en 2,5%, (-0,4 p.p. vs. el cuarto trimestre de 2006) y se mantenga estable frente al tercer trimestre de 2007.

Como resultado de la fuerte captación y de la mejora de churn, la ganancia neta en el cuarto trimestre de 2007 se sitúa casi en los 1,5 millones de clientes, lo que supone un incremento del 32,0% respecto al mismo periodo del año anterior. En el acumulado del año 2007, la ganancia neta alcanza casi los 4,0 millones, 1,8 veces la ganancia neta acumulada en el ejercicio 2006.

En cuanto al consumo, conviene resaltar que a pesar de cumplirse ya más de un año desde el lanzamiento de la oferta comercial que introdujo en el mercado mexicano el concepto de "cobro por llamada", el tráfico, especialmente de salida y on-net sigue mostrando incrementos muy importantes con respecto al cuarto trimestre de 2006, aunque ligeramente menores a los de trimestres anteriores. Así, el MoU en el cuarto trimestre de 2007 asciende a 164 minutos, lo que supone un incremento del 56,6% respecto al mismo periodo del año anterior, y el ARPU del cuarto trimestre de 2007 crece interanualmente en moneda local un 5,4% hasta 9,2 euros, alcanzando en el conjunto del año un crecimiento del 15,8% en moneda local.

Estos positivos resultados operativos permiten que el importe de la cifra de negocios (ingresos) del cuarto trimestre de 2007 ascienda a 420 millones de euros y muestre un crecimiento del 56,4% en moneda local respecto al mismo periodo de 2006 y del 58,5% a nivel acumulado hasta totalizar 1.431 millones de euros. Este crecimiento está apoyado en la buena evolución de los ingresos de servicio, tanto del cuarto trimestre de 2007 (+55,9% vs. el mismo periodo de 2006) como del conjunto del año 2007 (+65,4% vs. 2006), manteniéndose en ambos periodos por encima del crecimiento del parque (+46,6%) y reflejando de este modo la mayor calidad y consumo de la base de clientes.

La favorable evolución de los ingresos de servicio se sustenta fundamentalmente en la evolución de los ingresos de salida aunque también en los de entrada, apoyados ambos en el efecto positivo de la entrada en vigor del sistema "El que llama paga nacional" en noviembre de 2006. Los ingresos de salida del cuarto trimestre de 2007 moderan su crecimiento hasta el 67,7% en moneda local con respecto al cuarto trimestre de 2006, mientras que el crecimiento acumulado a diciembre de 2007 asciende al 82,1%, apoyado en un sostenido incremento interanual del tráfico on-net. Los ingresos de entrada, tras la puesta en servicio del sistema "El que llama paga nacional", registran un avance interanual del 31,4% en el cuarto trimestre de 2007 vs. el cuarto trimestre de 2006 y del 42,9% vs. el año 2006.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del cuarto trimestre de 2007 refleja la buena evolución de los ingresos y de las mejoras de eficiencia alcanzadas por la mayor escala conseguida. A pesar de la intensa actividad comercial de este cuarto trimestre, el OIBDA alcanza los 66 millones de euros, frente a los 22 millones de euros registrados en el cuarto trimestre de 2006, lo que supone una expansión de márgenes de 8,3 p.p. hasta situarse en el cuarto trimestre de 2007 en 15,7%. Así, el OIBDA de 2007 se sitúa en 179 millones de euros, lo que representa un margen del 12,5%, frente a una pérdida operativa del ejercicio 2006 de 11 millones de euros.

La inversión (CapEx) acumulada en el ejercicio 2007 asciende a 230 millones de euros frente a los 180 millones registrados en el ejercicio 2006, como resultado del incremento de capacidad llevado a cabo para gestionar los aumentos de tráfico alcanzados.

De este modo, el flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se sitúa en -51 millones de euros lo que supone una significativa mejora respecto al flujo de caja operativo registrado en el ejercicio 2006 de -191 millones de euros.

Venezuela

En diciembre de 2007, el mercado móvil venezolano alcanza una penetración estimada de aproximadamente el 85%, 15 p.p. más que en diciembre de 2006.

Durante el cuarto trimestre del año Telefónica Móviles Venezuela basa su estrategia comercial en ofrecer una mayor gama de terminales que sus competidores, ofertando terminales en exclusiva, así como en la promoción de unos nuevos planes para prepago, denominados "A tu medida". Estos permiten al cliente adaptar el plan conforme a sus necesidades, pudiendo añadir al paquete de segundos on-net, paquetes adicionales con mayor tráfico on-net, tráfico a otras operadoras, SMS, o descargas de datos en función de sus preferencias.

De este modo, a cierre del ejercicio el parque de Telefónica Móviles Venezuela supera los 10,4 millones de clientes (+18,2% vs. diciembre de 2006), registrando una ganancia neta de más de 1,6 millones de nuevas líneas en el año. Desde el lanzamiento de la red GSM a principios del año 2007, el 61% de las altas se han realizado en esta tecnología, representando el parque en GSM a diciembre de 2007 el 35% del total de líneas móviles.

La rápida migración de la base de clientes a GSM está detrás del incremento de churn en 0,6 p.p. vs. el cuarto trimestre de 2006 hasta situarse en el 2,6% en el cuarto trimestre de 2007.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) acumulado a diciembre de 2007 alcanza los 2.392 millones de euros (+27,8% vs. 2006 en moneda local), apoyado en el crecimiento de los ingresos de servicio (+27,1% vs. los registrados en 2006), que siguen creciendo por encima del parque. Destaca el buen comportamiento del ARPU en términos acumulados (+1,4%), soportado en el crecimiento del 4,1% del ARPU de salida, que consigue compensar el recorte de las tarifas de interconexión introducido el pasado mes de julio del 34%.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) para el conjunto del ejercicio alcanza los 1.060 millones de euros, un 42,0% por encima del obtenido en el mismo periodo del año anterior en moneda local, gracias al crecimiento de ingresos y a los menores costes unitarios de los terminales GSM, permitiendo que el margen OIBDA del año 2007 se sitúe en el 44,3%, una expansión de márgenes de 4,4 p.p. vs. el ejercicio anterior.

La inversión (CapEx) del año 2007 asciende a 370 millones de euros (232 millones de euros en 2006), derivado del importante esfuerzo inversor realizado tanto en el despliegue de la red GSM como en la adquisición de una licencia para prestar servicio en la banda de 1900MHz por 88 millones de euros.

Centroamérica

Durante el año 2007, Telefónica Móviles de Centroamérica (Panamá, Guatemala, El Salvador y Nicaragua) ha mantenido el fuerte incremento de su actividad comercial respecto al ejercicio anterior, destacando nuevamente Guatemala.

A diciembre de 2007, la penetración estimada en el mercado centroamericano ha alcanzado el 69% (+23 p.p. frente a 2006). En este contexto, la base de clientes de Telefónica Móviles de Centroamérica se ha situado a final del año 2007 en los 5,3 millones de clientes (de los que 268,186 corresponden a fixed wireless y 381,230 a clientes contrato), lo que ha supuesto un crecimiento del 37,8% respecto a diciembre de 2006. Esta buena evolución del parque se ha apoyado en la efectividad de las campañas comerciales realizadas a lo largo del año, sustentado en las promociones de minutos y en la aplicación de tarifas únicas (planes con tarifa única cuyo precio medio por minuto es muy competitivo) que incrementan el consumo. Adicionalmente, las campañas de navidad y la campaña del día de la madre, en el caso de Panamá, han permitido alcanzar en el cuarto trimestre de 2007 un nivel de altas en la región un 25,0% superior a las registradas en 2006. De esta forma, la ganancia neta en el cuarto trimestre ha alcanzado los 400,681 clientes, un 51,4% más frente al mismo trimestre del año anterior, situándose la ganancia neta durante 2007 en los 1.448.530 clientes.

A nivel operativo ha destacado, de nuevo, el fuerte crecimiento del tráfico, especialmente de salida, sustentado en el esquema promocional que incentiva el consumo del prepago, y en la aplicación de una única tarifa muy económica para los clientes. De este modo, el MoU de salida acumulado a final de 2007 ha aumentado un 18,5% frente a 2006, situándose en los 86 minutos.

Como resultado de la buena evolución comercial de la compañía, a diciembre de 2007 el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) ha ascendido a 585 millones de euros, mostrando un crecimiento del 15,9% en términos constantes respecto a 2006. Los ingresos de servicio (+10,3% frente al cuarto trimestre de 2006) han mantenido la tendencia positiva de trimestres anteriores, presentando un crecimiento del 16,9% en términos anuales en moneda constante. Este buen comportamiento de los ingresos de servicio durante el ejercicio 2007 se ha apoyado principalmente en la favorable evolución de los ingresos de salida (+28,9% en términos constantes frente a 2006), que se ha visto impulsado por el fuerte crecimiento del tráfico on-net (+76,3% frente al mismo periodo de 2006).

A pesar del incremento de la actividad comercial, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) ha alcanzado los 236 millones de euros en el periodo enero-diciembre de 2007, un 26,7% superior a 2006 en términos constantes. El margen OIBDA se ha situado en el 40,3% en 2007, lo que supone una mejora de 3,5 p.p. respecto a 2006.

La inversión (CapEx) acumulada a final de 2007 ha alcanzado los 133 millones de euros, equivalente a un crecimiento del 35,0% en moneda constante frente a 2006, explicado principalmente por el aumento de la capacidad y la cobertura de la red móvil en la región.

Ecuador

El mercado ecuatoriano ha experimentado un fuerte crecimiento en 2007 hasta alcanzar una penetración estimada del 70% a final de año, lo que supone un crecimiento de 9 p.p. respecto al cierre de diciembre de 2006.

El parque de Telefónica Móviles Ecuador se ha situado en 2,6 millones a diciembre de 2007, con el 70,3% de los clientes en GSM (+18,8 p.p. frente a 2006). Cabe destacar el fuerte crecimiento en el número de clientes apuntados en la "tarifa movistar" y "multicolor" (tarifas preferenciales para llamadas on-net y off-net, respectivamente) alcanzando cerca de un millón de clientes a diciembre 2007, 10 veces más que a inicio de año.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) a diciembre de 2007 ha ascendido a 291 millones de euros, lo que representa un incremento del 9,5% en moneda local respecto a 2006. Los ingresos del servicio se han incrementado durante 2007 un 0,2% en moneda local respecto al ejercicio anterior, mostrándose un cambio de tendencia en su comportamiento (crecimiento del 14,1% en el cuarto trimestre de 2007 frente a la caída interanual del 3,9% a septiembre de 2007) debido principalmente a la mejora en los ingresos de salida de contrato (+8,8% frente a 2006).

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) a diciembre de 2007 ha alcanzado los 73 millones de euros, registrando un crecimiento interanual en moneda local del 24,8%. El margen OIBDA se ha situado a diciembre de 2007 en 25,1% (+3,1p.p. frente a diciembre de 2006).

La inversión (CapEx) a diciembre de 2007 ha ascendido a 60 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 36,8% en moneda local respecto al ejercicio anterior para hacer frente al fuerte crecimiento del tráfico que ha experimentado la operadora.

Telefónica internacional Wholesale Services

Tal como viene sucediendo a lo largo de todo el ejercicio 2007, Telefónica International Wholesale Services (TIWS) presenta, en términos acumulados a diciembre, importantes crecimientos en los principales parámetros operativos y financieros. El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) acumulado a diciembre alcanzó los 275 millones de euros, lo cual representa un crecimiento del 22,4% respecto al ejercicio 2006, en euros constantes.

Dentro de las principales líneas de negocio de la compañía destacan, a cierre del mes de diciembre, las ventas de capacidad IP Internacional, que crecen un 18,0% respecto al año anterior en euros constantes, apalancadas en los crecimientos en Banda Ancha del Grupo Telefónica en la región, alcanzando los 137 millones de euros (un 50% del total de ingresos de TIWS). También crecieron fuertemente los ingresos acumulados por venta de Capacidad de Ancho de Banda Internacional (+46,5% en euros constantes), redes privadas virtuales internacionales (+32,1% en euros constantes) y servicios satelitales (VSAT) (+27,3% en euros constantes).

El crecimiento de los ingresos determina una mejora en el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que asciende a 88 millones de euros (+13,9% en euros constantes), alcanzando un margen OIBDA del 31,9%.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

ACCESOS

Datos no auditados (Miles)	2006				2007	% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	114.604,4	116.905,7	121.773,0	126.423,0	134.041,8	17,0
Accesos de telefonía fija ¹	23.916,9	23.810,9	23.894,7	24.027,4	23.946,3	0,1
Accesos de datos e internet	6.723,7	6.757,6	6.467,8	6.803,4	6.954,8	3,4
Banda estrecha ²	2.813,5	2.615,3	1.989,8	2.000,6	1.815,6	(35,5)
Banda ancha ^{3,4}	3.780,3	4.045,6	4.380,4	4.703,5	5.035,9	33,2
Otros	130,0	96,7	97,6	99,3	103,4	(20,4)
Accesos móviles	83.298,4	85.637,0	90.610,9	94.712,1	101.976,9	22,4
Prepago	67.329,9	69.112,7	73.654,3	77.117,4	83.162,9	23,5
Contrato	14.705,4	15.208,7	15.582,9	16.210,8	17.379,3	18,2
Fixed wireless	1.263,1	1.315,5	1.373,7	1.384,0	1.434,7	13,6
TV de Pago	665,3	700,1	799,6	880,0	1.163,8	74,9
Accesos Mayoristas	65,9	64,6	64,5	64,1	62,6	(5,1)
Total Accesos Grupo	114.670,3	116.970,3	121.837,5	126.487,1	134.104,4	16,9

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² Incluye ISP de banda estrecha de Terra Brasil y Terra Colombia.

³ Incluye ISP de banda ancha de Terra Brasil, Telefónica de Argentina, Terra Guatemala y Terra México.

⁴ Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem, circuitos de banda e ISP de TASA que presta servicios en la zona del país.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	20.078	18.089	11,0	5.402	4.847	11,4
Trabajos para inmovilizado ¹	105	109	(4,3)	36	37	(4,1)
Gastos por operaciones	(13.422)	(11.814)	13,6	(3.783)	(3.128)	20,9
Otros ingresos (gastos) netos	363	227	59,9	163	42	n.s.
Resultado de enajenación de activos	(3)	13	c.s.	(6)	14	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	(53)	n.s.	0	(52)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	7.121	6.571	8,4	1.812	1.761	2,9
Amortizaciones de inmovilizado	(3.559)	(3.671)	(3,0)	(1.010)	(919)	9,8
Resultado operativo (OI)	3.562	2.900	22,8	802	841	(4,7)

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

¹ Incluye obra en curso.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

ACCESOS POR PAÍSES (I)

Datos no auditados (Miles)	2006					2007	% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
BRASIL							
Accesos Clientes Finales	44.716,9	44.599,1	45.344,4	46.607,3	48.963,1	9,5	
Accesos de telefonía fija ¹	12.107,1	12.033,6	12.031,3	12.019,0	11.960,0	(1,2)	
Accesos de datos e internet	3.556,8	3.535,2	3.072,6	3.259,5	3.288,6	(7,5)	
Banda estrecha	1.856,6	1.786,3	1.201,1	1.262,3	1.155,9	(37,7)	
Banda ancha ²	1.608,2	1.690,8	1.813,0	1.973,3	2.069,6	28,7	
Otros	92,0	58,1	58,6	59,9	63,1	(31,4)	
Accesos móviles	29.053,1	29.030,3	30.240,5	31.320,2	33.483,5	15,2	
Prepago	23.543,4	23.377,0	24.549,4	25.456,8	27.236,4	15,7	
Contrato	5.509,6	5.653,2	5.691,1	5.863,5	6.247,1	13,4	
TV de pago	0,0	0,0	0,0	8,5	230,9	n.s.	
Accesos Mayoristas	38,4	38,9	38,1	37,4	37,4	(2,6)	
Total Accesos	44.755,3	44.638,0	45.382,5	46.644,7	49.000,5	9,5	

ARGENTINA

Accesos Clientes Finales	16.809,4	17.464,1	18.112,1	18.812,2	19.462,1	15,8
Accesos de telefonía fija ¹	4.636,3	4.627,9	4.633,5	4.633,1	4.578,2	(1,3)
Accesos de datos e internet	973,7	1.023,2	1.069,5	1.101,3	1.149,9	18,1
Banda estrecha	439,2	418,0	392,9	363,6	312,2	(28,9)
Banda ancha ²	517,7	588,1	659,0	719,7	819,3	58,3
Otros	16,8	17,1	17,7	18,1	18,4	9,4
Accesos móviles	11.199,4	11.813,0	12.409,1	13.077,8	13.734,0	22,6
Prepago	7.315,8	7.753,1	8.112,8	8.553,1	8.836,0	20,8
Contrato	3.742,9	3.925,8	4.169,9	4.410,4	4.793,7	28,1
Fixed wireless	140,7	134,2	126,3	114,3	104,3	(25,9)
Accesos Mayoristas	7,3	7,6	8,7	8,9	9,3	27,4
Total Accesos	16.816,6	17.471,7	18.120,8	18.821,2	19.471,4	15,8

CHILE

Accesos Clientes Finales	8.538,4	8.670,5	8.909,3	9.077,8	9.361,7	9,6
Accesos de telefonía fija ¹	2.206,2	2.177,4	2.174,4	2.172,7	2.172,4	(1,5)
Accesos de datos e internet	557,7	597,3	636,0	656,0	686,8	23,1
Banda estrecha	53,3	59,0	52,5	40,1	31,8	(40,2)
Banda ancha ²	494,5	528,2	574,1	606,9	646,0	30,6
Otros	10,0	10,0	9,5	9,0	8,9	(10,8)
Accesos móviles	5.680,2	5.766,8	5.927,5	6.051,9	6.282,7	10,6
Prepago	4.507,6	4.515,7	4.557,9	4.591,4	4.742,2	5,2
Contrato	1.172,7	1.251,1	1.369,6	1.460,5	1.540,5	31,4
TV de pago	94,2	129,1	171,4	197,3	219,9	n.s.
Accesos Mayoristas	19,9	17,6	17,2	17,3	15,4	(22,3)
Total Accesos	8.558,3	8.688,1	8.926,5	9.095,1	9.377,2	9,6

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x 1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x 30. Incluye autoconsumo.

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

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

ACCESOS POR PAÍSES (II)

Datos no auditados (Miles)	2006				2007		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
PERÚ							
Accesos Clientes Finales	8.710,9	9.303,2	10.152,5	11.199,0	12.173,8	39,8	
Accesos de telefonía fija ¹	2.498,5	2.531,2	2.605,7	2.742,1	2.781,9	11,3	
Accesos de datos e internet	525,5	547,4	581,8	608,4	623,1	18,6	
Banda estrecha	47,8	40,3	44,2	42,4	40,3	(15,7)	
Banda ancha ²	468,5	497,7	527,8	555,9	572,1	22,1	
Otros	9,2	9,4	9,7	10,2	10,7	16,0	
Accesos móviles	5.129,8	5.663,5	6.365,0	7.220,5	8.128,7	58,5	
Prepago	4.353,3	4.882,3	5.570,7	6.389,7	7.238,1	66,3	
Contrato	705,2	711,0	724,4	763,2	829,2	17,6	
Fixed wireless	71,3	70,2	70,0	67,7	61,5	(13,8)	
TV de pago	557,2	561,1	600,0	628,0	640,0	14,9	
Accesos Mayoristas	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	7,2	
Total Accesos	8.711,4	9.303,6	10.153,0	11.199,5	12.174,3	39,8	

COLOMBIA

Accesos Clientes Finales	10.190,0	9.995,9	10.095,6	10.105,5	10.973,8	7,7
Accesos de telefonía fija ¹	2.359,4	2.346,5	2.330,5	2.340,3	2.328,5	(1,3)
Accesos de datos e internet	70,9	94,3	125,0	167,5	200,3	n.s.
Banda estrecha	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Banda ancha ²	68,0	94,3	125,0	167,5	200,3	n.s.
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Accesos móviles	7.759,7	7.545,2	7.611,8	7.551,5	8.372,1	7,9
Prepago	5.960,5	5.734,6	5.887,0	5.867,4	6.612,9	10,9
Contrato	1.799,2	1.810,6	1.724,8	1.684,1	1.759,2	(2,2)
TV de pago	0,0	10,0	28,3	46,2	72,9	n.s.
Accesos Mayoristas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Total Accesos	10.190,0	9.995,9	10.095,7	10.105,5	10.973,8	7,7

MÉXICO

Accesos móviles	8.553,2	9.319,6	10.232,8	11.072,7	12.537,6	46,6
Prepago	8.017,8	8.775,0	9.655,2	10.446,9	11.833,7	47,6
Contrato	533,4	542,4	574,8	622,6	700,4	31,3
Fixed wireless	2,0	2,2	2,8	3,2	3,6	79,4
Total Accesos	8.553,2	9.319,6	10.232,8	11.072,7	12.537,6	46,6

VENEZUELA

Accesos móviles	8.826,2	9.100,3	9.746,6	9.840,0	10.429,9	18,2
Prepago	7.520,2	7.724,2	8.345,1	8.392,2	8.900,3	18,4
Contrato	469,4	495,4	474,7	510,3	533,7	13,7
Fixed wireless	836,6	880,7	926,8	937,5	995,9	19,0
Total Accesos	8.826,2	9.100,3	9.746,6	9.840,0	10.429,9	18,2

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x 30. Incluye autoconsumo.

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

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

ACCESOS POR PAÍSES (III)

Datos no auditados (Miles)	2006	2007				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	

CENTROAMÉRICA³

Accesos de telefonía fija ¹	109,4	94,4	119,4	120,3	125,3	14,5
Accesos de datos e internet	26,0	26,0	22,3	22,2	22,0	(15,4)
Banda ancha ²	24,1	24,0	20,2	20,0	19,8	(17,9)
Otros	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2	15,9
Accesos móviles	3.829,5	4.042,1	4.469,4	4.877,4	5.278,1	37,8
Prepago	3.303,1	3.472,5	3.856,6	4.240,8	4.628,6	40,1
Contrato	315,6	342,8	366,6	376,7	381,2	20,8
Fixed wireless	210,9	226,7	246,2	259,8	268,2	27,2
TV de pago	14,0	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Total Accesos	3.978,9	4.162,5	4.604,1	5.019,8	5.425,3	36,4

ECUADOR

Accesos móviles	2.490,0	2.481,7	2.645,0	2.653,2	2.582,4	3,7
Prepago	2.133,0	2.116,8	2.275,2	2.272,1	2.177,5	2,1
Contrato	355,3	363,3	368,2	379,6	403,6	13,6
Fixed wireless	1,7	1,6	1,5	1,5	1,3	(21,5)
Total Accesos	2.490,0	2.481,7	2.645,0	2.653,2	2.582,4	3,7

URUGUAY

Accesos móviles	777,3	874,6	963,1	1.047,0	1.147,8	47,7
Prepago	675,3	761,4	844,3	907,0	957,0	41,7
Contrato	102,0	113,2	118,8	140,0	190,8	86,9
Total Accesos	777,3	874,6	963,1	1.047,0	1.147,8	47,7

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x 1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x 30. Incluye autoconsumo.

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

³ Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA
DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (I)

	enero-diciembre			
Datos no auditados (Millones de euros)	2007	2006	% Var	% Var M. Local
BRASIL				
Importe neto de la cifra de negocios	7.662	7.238	5,9	3,2
OIBDA	3.026	3.068	(1,4)	(3,8)
Margen OIBDA	39,5%	42,4%	(2,9p.p.)	
CapEx	1.087	1.028	5,7	3,1
Telesp				
Importe neto de la cifra de negocios	5.619	5.565	1,0	(1,5)
OIBDA	2.438	2.632	(7,4)	(9,7)
Margen OIBDA	43,4%	47,3%	(3,9p.p.)	
CapEx	729	639	14,0	11,2
Vivo				
Importe neto de la cifra de negocios	2.396	2.005	19,5	16,5
OIBDA	588	438	34,1	30,8
Margen OIBDA	24,5%	21,9%	2,7p.p.	
CapEx	358	389	(8,0)	(10,2)
ARGENTINA				
Importe neto de la cifra de negocios	2.264	2.163	4,7	15,7
OIBDA	773	792	(2,3)	8,0
Margen OIBDA	32,9%	35,1%	(2,2p.p.)	
CapEx	289	243	19,0	31,5
Telefónica de Argentina				
Importe neto de la cifra de negocios	984	989	(0,6)	9,9
OIBDA	356	453	(21,5)	(13,3)
Margen OIBDA ¹	30,9%	39,0%	(8,1p.p.)	
CapEx	165	140	17,9	30,3
TEM Argentina				
Importe neto de la cifra de negocios	1.353	1.260	7,4	18,7
OIBDA	418	339	23,5	36,5
Margen OIBDA	30,9%	26,9%	4,1p.p.	
CapEx	123	102	20,5	33,2
CHILE				
Importe neto de la cifra de negocios	1.814	1.706	6,4	14,3
OIBDA	716	711	0,7	8,2
Margen OIBDA	39,5%	41,7%	(2,2p.p.)	
CapEx	418	339	23,2	32,3
Telefónica Chile				
Importe neto de la cifra de negocios	974	1.006	(3,2)	4,0
OIBDA	368	417	(11,8)	(5,3)
Margen OIBDA	37,7%	41,4%	(3,7p.p.)	
CapEx	198	163	21,1	30,1
TEM Chile				
Importe neto de la cifra de negocios	930	796	16,8	25,5
OIBDA	348	294	18,5	27,3
Margen OIBDA	37,5%	36,9%	0,5p.p.	
CapEx	220	176	25,1	34,5

El OIBDA se muestra después de gastos de gerenciamento.

¹ Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

TELFÓNICA LATINOAMÉRICA
DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (II)

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			
	2007	2006	% Var	% Var M. Local
PERÚ				
Importe neto de la cifra de negocios	1.513	1.428	6,0	10,5
OIBDA	469	579	(19,0)	(15,6)
Margen OIBDA	31,0%	40,6%	(9,6p.p.)	
CapEx	281	216	30,3	35,8
Telefónica del Perú ¹	1.031	1.097	(6,0)	(2,0)
Importe neto de la cifra de negocios	311	454	(31,5)	(28,6)
OIBDA	30,2%	41,4%	(11,2p.p.)	
Margen OIBDA	126	132	(4,3)	(0,2)
CapEx				
TEM Perú	603	447	34,8	40,5
Importe neto de la cifra de negocios	158	129	22,1	27,3
OIBDA	26,2%	28,9%	(2,7p.p.)	
Margen OIBDA	155	84	84,5	92,3
CapEx				
COLOMBIA				
Importe neto de la cifra de negocios	1.569	1.182	32,8	27,9
OIBDA	485	328	47,9	42,5
Margen OIBDA	30,9%	27,7%	3,2p.p.	
CapEx	360	333	8,3	4,3
Telefónica Telecom ²	739	417	n.c.	n.c.
Importe neto de la cifra de negocios	299	189	n.c.	n.c.
OIBDA	40,4%	45,4%	(5,0p.p.)	
Margen OIBDA	180	140	n.c.	n.c.
CapEx				
TEM Colombia	869	779	11,5	7,4
Importe neto de la cifra de negocios	186	138	34,9	30,0
OIBDA	21,4%	17,7%	3,7p.p.	
Margen OIBDA	180	192	(6,4)	(9,9)
CapEx				
MÉXICO				
TEM México	1.431	988	44,8	58,5
Importe neto de la cifra de negocios	179	(11)	c.s.	c.s.
OIBDA	12,5%	(1,1%)	13,7p.p.	
Margen OIBDA	230	180	27,8	39,9
CapEx				
VENEZUELA				
TEM Venezuela	2.392	2.041	17,2	27,8
Importe neto de la cifra de negocios	1.060	815	30,1	42,0
OIBDA	44,3%	39,9%	4,4p.p.	
Margen OIBDA	370	232	59,1	73,6
CapEx				

El OIBDA se muestra después de gastos de gerenciamento.

¹ Telefónica del Perú incluye Cable Mágico.

² Telefónica Telecom (antes Colombia Telecom) comenzó a consolidarse a partir del mes de mayo de 2006, incluyendo Telefónica Data Colombia.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA
DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (II)

Datos no auditados (Millones de euros) enero-diciembre

CENTROAMÉRICA¹

	2007	2006	% Var	% Var M. Local
Importe neto de la cifra de negocios	585	556	5,3	n.c.
OIBDA	236	205	15,3	n.c.
Margen OIBDA	40,3%	36,8%	3,5p.p.	
CapEx	133	108	22,5	n.c.

ECUADOR

TEM Ecuador

Importe neto de la cifra de negocios	291	290	0,4	9,5
OIBDA	73	64	14,4	24,8
Margen OIBDA	25,1%	22,0%	3,1p.p.	
CapEx	60	48	25,4	36,8

URUGUAY

TEM Uruguay

Importe neto de la cifra de negocios	104	77	34,4	42,9
OIBDA	28	18	51,9	61,6
Margen OIBDA	26,6%	23,5%	3,1p.p.	
CapEx	15	13	12,6	19,7

TIWS

Importe neto de la cifra de negocios	275	232	18,4	22,4
OIBDA	88	79	10,9	13,9
Margen OIBDA	31,9%	34,0%	(2,1p.p.)	
CapEx	54	45	21,4	21,4

¹ Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua.
El OIBDA se muestra después de gastos de gerenciamiento.

Telefónica Europa

A finales de diciembre de 2007, la base de clientes de Telefónica Europa alcanza los 41,9 millones de accesos, frente a los 38,6 millones contabilizados al cierre de 2006 (+8,7%).

En 2007 el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de Telefónica Europa asciende a 14.458 millones de euros (un 9,9% superior al del año anterior), mientras que los ingresos del cuarto trimestre caen interanualmente un 1,1%, debido principalmente a la evolución del tipo de cambio euro/libra y a la salida de Airwave del perímetro.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza los 4.977 millones de euros, un 34,2% más que en 2006¹. El OIBDA de 2007 incluye los costes de adecuación de plantilla y otros gastos no recurrentes, que suman 338 millones de euros, en relación con los negocios del Reino Unido, Irlanda y Alemania, así como la plusvalía por la venta de Airwave (1.296 millones de euros), ya contabilizada en el segundo trimestre.

El resultado operativo (OI) del periodo enero-diciembre se eleva a 1.591 millones de euros, afectado principalmente por el impacto de las mayores amortizaciones de activos derivadas del proceso de Asignación del Precio de Adquisición (PPA), que también ha impactado negativamente en la cifra de OI de 309 millones de euros registrada en 2006.

La inversión (CapEx) de Telefónica Europa correspondiente al ejercicio completo de 2007 asciende a 2.125 millones de euros (2.552 millones de euros en el período de febrero a diciembre de 2006). O2 Alemania, con descenso interanual del 30,6% de su cifra de inversiones, ha sido el principal responsable de dicho descenso, al adelantar a 2006 inversiones inicialmente previstas para 2007 como parte del despliegue de la red 3G. El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) para el conjunto del ejercicio ha sido de 2.852 millones de euros (1.156 millones de euros en el período de febrero a diciembre de 2006).

Telefónica Europa ha cumplido con los objetivos financieros fijados para el ejercicio 2007²:

- Crecimiento de los ingresos del 11,7% con respecto al año anterior (frente al objetivo del 11% - 14%).
- Crecimiento del OIBDA del 10,1% con respecto al año anterior (frente al objetivo del 7% - 10%).
- CapEx de 2.095 millones de euros (frente al objetivo de alcanzar una cifra inferior a 2.200 millones de euros).

Cabe destacar los siguientes aspectos estratégicos y operativos:

- Éxito del iPhone. El iPhone es el terminal que más rápidamente se ha vendido hasta el momento en O2 Reino Unido. El ARPU de un cliente de iPhone es un 30% superior al de un usuario regular de contrato, lo que demuestra la calidad de captación de clientes, con aproximadamente el 60% de los usuarios de iPhone procediendo de otras redes. Los niveles de satisfacción del cliente son los más elevados de todos los dispositivos que ha vendido O2 Reino Unido hasta la fecha con el menor índice de devoluciones. A partir del 1 febrero de 2008 se aplican tres nuevas tarifas de iPhone conforme a la nueva y mejorada estructura de tarifas para clientes de contrato en O2 Reino Unido.
- Lanzamiento de iPhone en Irlanda. O2 Irlanda será el socio de red exclusivo del iPhone en Irlanda partir del 14 de marzo.
- O2 Alemania sienta las bases de su futuro crecimiento. Dentro del programa de inversión de 3.500 millones de euros para el período 2007-2010 que se anunció en octubre de 2007, O2 Alemania ha seleccionado a sus proveedores para la ampliación de la cobertura de sus redes de tecnología GSM y UMTS. La compañía contará con una plataforma sólida para aprovechar las grandes oportunidades de crecimiento en Alemania, incluyendo el segmento corporativo, apoyándose en el alcance global de Telefónica para ofrecer nuevas propuestas a empresas multinacionales y en áreas del país que aún no están cubiertas por la red de O2. Asimismo, la compañía ha cancelado su acuerdo de roaming nacional con T-Mobile en Alemania, que ofrecía servicios de roaming a los clientes de O2 en sus redes de telefonía móvil 2G y 3G. Los minutos de roaming disponibles como parte de dicho acuerdo podrán seguir utilizándose hasta finales de 2009. O2 Alemania también ampliará su red de distribución, doblando su número de tiendas en los próximos dos años, hasta alcanzar los 1.000 establecimientos.
- Buena recepción de O2 Broadband en el Reino Unido. El servicio de banda ancha de O2 en el Reino Unido recibió la puntuación más alta de entre los principales ISPs en cada una de las principales áreas de satisfacción para los clientes, incluidas velocidad, fiabilidad y servicio al cliente en la comparativa mensual realizada por "thinkbroadband.com" en noviembre y diciembre de 2007, tan sólo dos meses después del lanzamiento del servicio.
- Nuevas ofertas empaquetadas en la República Checa. Telefónica O2 República Checa ha lanzado una nueva oferta TRIO que incluye DSL, llamadas y televisión digital O2 TV.
- Anuncio de nuevas tarifas de roaming de datos. O2 y el negocio de telefonía móvil de Telefónica en España lanzarán una nueva gama de tarifas de roaming de datos antes del verano de 2008 (en España, Telefónica ya lo aplica a partir de febrero), dirigidas a los clientes que viajan dentro de Europa, suponiendo importantes ahorros para los mismos.

¹ Las cifras de Telefónica Europa de 2006 incluyen a Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T.Deutschland (enero-diciembre) y el Grupo O2 (febrero-diciembre)

² Las cifras base de 2006 incluyen once meses del Grupo O2 (consolidado desde febrero 2006), tres meses de pérdidas por inicio de operaciones en Eslovaquia y excluyen los resultados de Airwave. Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Adecuación de Plantilla, así como Planes Inmobiliarios, están incluidos como ingresos/gastos operativos a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año. A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas. El CapEx no incluye el asociado a los Planes inmobiliarios.

O2 Reino Unido

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en el último trimestre de 2007 ha sido de 1.877 millones de euros, lo que representa un aumento del 7,8% en moneda local con respecto al mismo período del año anterior. Los ingresos correspondientes al ejercicio ascienden a 7.403 millones de euros, lo que supone un aumento del 18,7% en moneda local si se compara con el período de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006. En términos comparables, el crecimiento de los ingresos ha sido del 9,5% en moneda local.

Los ingresos de servicio del trimestre alcanzan los 1.702 millones de euros, con un incremento interanual en moneda local del 9,7% debido al fuerte y continuado crecimiento de la base de clientes y del ARPU. Los ingresos de servicio para el conjunto del año alcanzan los 6.790 millones de euros, lo que representa un crecimiento en moneda local del 10,3%, en términos comparables.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) correspondiente al cuarto trimestre ha sido de 503 millones de euros, lo que supone un descenso del 4,9% en moneda local en comparación con el mismo período de 2006. El OIBDA del trimestre incluye costes adicionales por adecuación de plantilla y otros gastos no recurrentes, principalmente en las áreas de TI y Tecnología por un importe de 20,5 millones de euros con el fin de generar eficiencias en el futuro. El OIBDA del trimestre antes de los mencionados gastos habría permanecido sin cambios con respecto al ejercicio anterior en moneda local.

El OIBDA en 2007 asciende a 1.923 millones de euros, lo que representa un aumento del 8,7% en moneda local si se compara con el período de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006. En términos comparables, el OIBDA ha crecido un 1,0% en moneda local. Excluyendo los costes de adecuación de plantilla correspondientes al ejercicio, el OIBDA habría crecido el 10,7% en moneda local con respecto al período de febrero-diciembre de 2006. En términos comparables, este crecimiento habría sido del 2,8% en moneda local.

En el Reino Unido se han cumplido los objetivos marcados para el ejercicio 2007³, habiéndose registrado un crecimiento de los ingresos de 18,6% con respecto al año anterior (frente al objetivo del 15% - 18%), y un crecimiento del OIBDA del 10,6% en comparación con 2006 (frente al objetivo del 9% - 12%).

El margen OIBDA para el cuarto trimestre ha sido del 26,8% (27,8% sin incluir costes de adecuación de plantilla), frente al 30,3% registrado en el mismo período de 2006. Esta dilución del margen ha sido debida a los costes asociados al lanzamiento de O2 Broadband, al incremento de costes de retención y a la reducción

de ingresos de roaming nacional provenientes de clientes de "3". El margen OIBDA en 2007 asciende al 26,0%, y al 26,4% si se excluyen los costes de adecuación de plantilla del ejercicio.

O2 Reino Unido ha vuelto a registrar unos resultados comerciales superiores a los del mercado, y en el trimestre se han incrementado las altas brutas en, aproximadamente, un 22% con respecto al mismo período de 2006. El mercado sigue siendo muy competitivo, especialmente en el segmento de prepago, si continúan incrementándose las migraciones a contrato, principalmente gracias al éxito de la tarifa "Simplicity" de O2, consistente en un contrato sólo SIM con un período de aviso de cancelación del mismo de 30 días.

La ganancia neta de clientes móviles de O2 Reino Unido en el trimestre ha sido de 483.000 (la más alta del mercado), lo que supone un incremento del 63,8% con respecto al año anterior, y de 749.000 clientes en todo el ejercicio (-54,7% en comparación con 2006 dada la alta penetración del mercado). La base de clientes alcanza los 18,4 millones (sin incluir la base de clientes de Tesco Mobile), lo que representa un incremento del 4,2% con respecto al año anterior.

En el trimestre, la ganancia neta de clientes de contrato ha sido de 276.000, lo que supone más del doble de la registrada en el cuarto trimestre de 2006 y constituye un record absoluto de la operadora. Esta cifra no sólo refleja el éxito del iPhone, sino también un fuerte crecimiento de las ventas del resto de terminales tradicionales. En 2007 la ganancia neta de clientes de contrato ha sido de 591.000, alcanzando un total de 6,8 millones (+9,5% con respecto al año anterior). Al final del período, los clientes de contrato representan el 37,0% del total frente al 35,3% del mismo período del año anterior.

El ARPU de contrato en el trimestre, de 61,0 euros, registra un incremento interanual del 1,2% en moneda local debido al incremento del MoU y al mayor uso de servicios distintos de la voz, mientras que el ARPU del ejercicio, de 63,2 euros, es un 1,1% superior al del año anterior en moneda local. El churn de contrato ha descendido al 1,5% en el trimestre, frente al 1,9% del cuarto trimestre del año anterior, mientras que el churn de contrato para el conjunto del ejercicio se sitúa en el 1,7%, frente al 1,9% de 2006.

El cuarto trimestre ha registrado una ganancia neta positiva de clientes de prepago (207.000), situándose en el conjunto del año en 158.000 hasta alcanzar los 11,6 millones de clientes. El ARPU de prepago del trimestre, que se sitúa en 18,0 euros, ha sido un 4,1% superior en moneda local al del cuarto trimestre del año anterior, mientras que el ARPU del ejercicio ha sido de 18,2 euros (+4,0% con respecto al año anterior en moneda local).

³ Las cifras base de 2006 incluyen once meses del O2 Reino Unido (consolidado desde febrero 2006). Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Adecuación de Plantilla, así como Planes Inmobiliarios, están incluidos como ingresos/gastos operativos a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año (adecuación de plantilla en O2 Reino Unido). A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas.

El ARPU total de O2 Reino Unido en el cuarto trimestre, de 33,9 euros, ha sido un 4,4% superior al del cuarto trimestre del año anterior en moneda local, y en 2007 se sitúa en 34,4 euros (+3,6% con respecto al año anterior en moneda local), lo que refleja el mayor peso del segmento contrato en la base, así como la adopción por parte de éstos de nuevos productos y servicios y el continuo crecimiento tanto en ARPU de datos como de voz. Desde el punto de vista de los clientes, la elasticidad al precio continúa estando por encima de la unidad.

El MoU del trimestre ha aumentado interanualmente un 9,8%, situándose en los 197 minutos. El incremento del uso se ha debido a propuestas como "Call Freedom". El MoU del ejercicio ha sido de 190 minutos (+10,6% con respecto al año anterior).

El ARPU de datos del trimestre, situado en 11,1 euros, ha tenido un crecimiento interanual en moneda local del 9,1%. Este incremento se ha debido al mayor volumen de mensajes de texto (+21% en el trimestre), así como al mayor uso de servicios de datos no-SMS. El ARPU del ejercicio ha sido de 11,0 euros (+8,2% con respecto al año anterior). El nuevo paquete de datos de uso "ilimitado" ha tenido gran aceptación, habiéndose registrado 59.000 clientes a final de año desde su lanzamiento en octubre.

O2 Reino Unido ha desplegado cobertura ULL hasta alcanzar 833 centrales al cierre del trimestre, por lo que red de banda ancha ya alcanza al 52% de la población. A cierre del ejercicio, O2 Reino Unido registra 71.000 clientes de banda ancha, y 100.000 en la actualidad.

O2 Alemania

O2 Alemania incluye Telefónica Deutschland, por lo que las cifras comparables con 2006 se han reformulado sobre esta base. El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del cuarto trimestre asciende a 929 millones de euros, lo que supone un descenso interanual del 0,3%. En 2007, los ingresos alcanzan los 3.541 millones de euros, 6,7% superiores a los registrados en el período de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006. En términos comparables, los ingresos se han reducido un 1,9%.

Los ingresos de servicio en el trimestre ascienden a 725 millones de euros, lo que supone un descenso interanual del 6,5%. Ello refleja, por un lado, el mantenimiento de la debilidad del ARPU en el mercado alemán, y por otro, el impacto del recorte de, aproximadamente, el 10% en las tarifas de terminación en noviembre de 2007, que en parte queda compensado con el crecimiento de la base de clientes. La bajada en la tarifa de terminación redujo la cifra de ingresos de servicio en el cuarto trimestre en, aproximadamente, un 0,6%. Los ingresos de servicio para el conjunto del ejercicio han sido 2.901 millones de euros, lo que supone un descenso del 5,1% con respecto al año anterior.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) correspondiente al último trimestre de 2007 ha sido de 17 millones de euros, lo que supone un descenso del 77,9% con respecto al mismo período de 2006. Esta cifra incluye gastos no recurrentes por un total de 151 millones de euros que, en su mayor parte, reflejan la cancelación anticipada del contrato nacional de roaming con T-Mobile, junto con otros gastos de adecuación de plantilla para lograr mayores eficiencias en el futuro.

El OIBDA para ejercicio completo asciende a un total de 473 millones de euros, lo que supone un descenso del 18,9% en comparación con el período de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006. En términos comparables, la reducción habría sido 24,2%. Sin incluir los costes no recurrentes registrados durante el ejercicio (247 millones de euros), el OIBDA para 2007 habría crecido interanualmente un 15,4% en términos comparables y un 23,5% frente al período de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006.

Los objetivos financieros de O2 Alemania⁴ para el ejercicio completo de 2007 se han cumplido parcialmente, habiéndose registrado un crecimiento de los ingresos del 6,7% (frente al objetivo del 7% - 10%) y del 23,8% en el OIBDA (frente al objetivo del 21% - 25%) con respecto al ejercicio anterior.

El margen OIBDA en el cuarto trimestre ha sido del 1,8%, y el correspondiente al ejercicio completo se ha situado en el 13,3%. Excluyendo los gastos no recurrentes anteriormente mencionados, éstos márgenes habrían sido del 18,1% y del 20,3%, respectivamente.

En el cuarto trimestre la actividad comercial ha sido buena, con un volumen de altas un 63,3% superior a la del mismo período del ejercicio anterior. Así, la ganancia neta del trimestre ha sido de 303.000 clientes de telefonía móvil, y de 1,4 millones en el conjunto del año, elevando la base hasta los 12,5 millones de clientes, (+13,1% con respecto al año anterior). La base de clientes de Tchibo Mobile ha aumentado en 81.000 clientes hasta alcanzar 1,18 millones al cierre del año, mientras que la marca Fonic ha sumado 129.000 clientes más al cierre del ejercicio, situando su base en 200.000 clientes.

La ganancia neta de contrato en O2 Alemania ha sido de 244.000 clientes en el trimestre, y de 756.000 para el conjunto del ejercicio. El ARPU de contrato del trimestre se sitúa en 32,3 euros, un 17,6% inferior al del mismo período del año anterior. El ARPU de 2007 ha sido de 34,1 euros (13,7% inferior al del año anterior). Esto refleja el impacto del recorte en la tarifa de terminación de aproximadamente el 10% en noviembre de 2007, el alto nivel de competencia en el mercado alemán y la migración de la base actual de clientes a nuevas ofertas. El servicio Genion S/M/L cuenta con 2,14 millones de clientes a cierre del ejercicio.

⁴ Las cifras base de 2006 incluyen once meses de O2 Alemania (consolidado desde febrero 2006). Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constantes de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Adecuación de Plantilla, así como Planes Inmobiliarios, están incluidos como ingresos/gastos operativos a excepción de los decididos con posterioridad a la comunicación de los objetivos financieros a principios de año. A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas.

En el trimestre se han producido un total de 369.000 altas brutas de clientes prepago, y tras dejar de contabilizar 310.000 clientes en el periodo tras un análisis de la contribución de estos clientes a la generación de ingresos, la ganancia neta del trimestre ha sido de 59.000. En el conjunto del año se ha contabilizado una ganancia neta de 691.000 clientes prepago siguiendo los criterios más exigentes del mercado en cuanto a definición de clientes activos. El ejercicio ha finalizado con un parque de clientes prepago de 6,23 millones.

El ARPU prepago del trimestre, de 6,4 euros, ha sido un 22,8% inferior al del mismo trimestre del año anterior, reflejando los factores mencionados anteriormente. El ARPU de prepago en 2007 ha sido 6,7 euros, un 23,5% inferior al registrado en 2006.

El ARPU total del cuarto trimestre se ha situado en 19,4 euros, un 17,9% inferior al del mismo trimestre del año anterior. El ARPU total del ejercicio ha sido de 20,4 euros (15,7% inferior al del año anterior).

El MoU del trimestre ha crecido un 3,7% con respecto al año anterior, hasta 134 minutos, impulsado por nuevas promociones, como el servicio Genion S/M/L/XL y nuevas tarifas de prepago. El MoU para el conjunto del año asciende a 131 minutos, un 3,0% superior al del ejercicio anterior.

El ARPU de datos del trimestre ha sido de 5,1 euros, un 12,8% inferior al del cuarto trimestre del año anterior, debido al mayor número de usuarios prepago con menor gasto en la base total de clientes, y al aumento del tráfico de voz frente al de SMS como consecuencia de la introducción de tarifas planas de voz. El ARPU de datos para el conjunto del ejercicio ha sido de 5,1 euros, un 10,9% inferior al registrado en el ejercicio anterior, si bien los ingresos por servicios de datos han permanecido estables con respecto al ejercicio anterior, con un incremento del 12,8% interanual en volumen de datos no-SMS.

O2 DSL ha cerrado el ejercicio con 75.000 clientes, con una sólida cartera de pedidos de alrededor de 50.000 que no se han reflejado en la cifra de nuevos clientes del periodo. Telefónica Deutschland contaba con 671.000 líneas ULL al cierre de diciembre, frente a las cerca de 187.000 líneas al cierre del cuarto trimestre de 2006. Las líneas ADSL equivalentes en servicio han alcanzado las 837.000 al cierre de diciembre, frente a las 619.000 registradas en diciembre del año anterior.

O2 Irlanda

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del cuarto trimestre ha sido de 250 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 1,4%. Los ingresos para el conjunto del ejercicio 2007 han sido de 991 millones de euros, lo que representa un aumento del 11,9% si se compara con el periodo de 11 meses hasta el 31 de diciembre de 2006. En términos comparables, los ingresos crecen interanualmente un 2,8%.

Los ingresos de servicio del trimestre han sido 231 millones de euros, lo que supone un aumento del 3,7% en comparación con el mismo periodo del año anterior debido al crecimiento de la base de clientes y al aumento del ARPU total. El recorte de la tarifa de terminación ha reducido el crecimiento de los ingresos de servicio del cuarto trimestre en menos de un 1%. Los ingresos de servicio en el ejercicio ascienden a 935 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 4,0% en términos comparables.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del trimestre ha sido de 63 millones de euros, un 15,2% inferior al del mismo periodo de 2006. Esta cifra incluye unos costes de 13,4 millones de euros relativos a los gastos de adecuación de plantilla en la división de TI y redes para aumentar las eficiencias en el futuro, ya que la empresa ha entablado negociaciones en exclusiva con IBM para suministrar y gestionar los servicios de TI de O2 Irlanda. Si no se incluyeran dichos gastos, el OIBDA habría alcanzado los 76 millones de euros en el trimestre.

El OIBDA del ejercicio asciende a 316 millones de euros, 2,0% superior al registrado en el periodo de 11 meses finalizado el 31 de diciembre de 2006 y 6,6% inferior con respecto al ejercicio anterior, en términos comparables. Excluyendo gastos de adecuación de plantilla (en total, 16,2 millones de euros), el OIBDA habría sido de 333 millones de euros, lo que supone un descenso del 1,8% interanual en términos comparables.

El margen OIBDA del cuarto trimestre asciende a 25,1%. Excluyendo los costes de adecuación de plantilla anteriormente mencionados, éste habría sido del 30,5%. El margen OIBDA en 2007 es del 31,9%; 33,6% excluyendo el total de gastos de adecuación de plantilla.

O2 Irlanda ha tenido un buen comportamiento en el trimestre, con un aumento en las altas brutas del 4,6% en comparación con el cuarto trimestre del ejercicio anterior. La ganancia neta del trimestre ha sido de 14.000 clientes. A finales de diciembre, la base total de clientes asciende a 1,6 millones, un 0,9% más que en el mismo periodo del año anterior. El número de clientes de banda ancha móvil se sitúa en 24.500 al cierre del ejercicio, después de que se lanzara en julio de 2007 el servicio con excelentes resultados.

O2 Irlanda ha sumado un total de 22.000 clientes de contrato en el trimestre, un 26,8% más que en el cuarto trimestre del ejercicio anterior. En 2007, la ganancia neta de contrato ha alcanzado los 70.000 clientes, lo que supone un aumento del 24,2% con respecto al año anterior. El ARPU del trimestre, de 78,8 euros, ha sido un 3,3% inferior al del cuarto trimestre del año anterior, mientras que el ARPU del ejercicio ha sido 82,3 euros, 3,1% inferior al de 2006 debido a la introducción de nuevas ofertas y promociones.

Debido al impacto de una mayor actividad de la competencia, el parque de prepago se ha visto reducido en 8.000 clientes durante el trimestre. La ganancia neta en el ejercicio ha sido negativa en

56.000 clientes, que se compara con la ganancia neta negativa de 26.000 clientes de prepago en el ejercicio 2006. El parque de clientes de prepago ha descendido interanualmente un 4,9% hasta alcanzar 1,1 millones. El ARPU de prepago se ha situado en 29,0 euros, lo que supone un descenso del 1,9% con respecto al mismo período del año anterior, mientras que el ARPU en 2007 ha alcanzado los 29,0 euros, inferior en 1,2% con respecto al año anterior.

El ARPU total del cuarto trimestre, de 45,7 euros, ha sido un 1,6% superior al del cuarto trimestre del ejercicio anterior, debido principalmente al mayor parque de contrato, mientras que el ARPU del ejercicio se ha situado en 45,9 euros (un 1,6% superior al del año anterior).

El MoU del trimestre ha aumentado un 2,5% con respecto al año anterior, hasta los 252 minutos, principalmente debido al mayor peso de contrato en el parque. En 2007, el MoU ha alcanzado los 248 minutos, un 4,9% superior al del año anterior.

El ARPU mensual de datos del trimestre ha sido 12,4 euros, un 23,5% superior al del cuarto trimestre del año anterior debido a un mayor uso de los servicios no SMS, mientras que el ARPU del ejercicio ha sido de 11,7 euros (+19,6% con respecto al año anterior).

Telefónica O2 República Checa

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del cuarto trimestre de 2007 ha ascendido a 590 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 1,7% en moneda local. En el ejercicio 2007 los ingresos han alcanzado los 2.257 millones de euros, con un aumento del 2,9% con respecto al año anterior en moneda local. En consonancia con los primeros nueve meses del año, el negocio móvil checo se ha convertido en el principal motor de este crecimiento. Los ingresos del negocio checo de telefonía fija se han mantenido planos en 2007 con respecto a las cifras registradas en 2006, lo que confirma la tendencia observada desde el primer trimestre del año.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) asciende a 247 millones de euros en el cuarto trimestre, con un incremento interanual del 14,7% en moneda local, mientras que en 2007 el OIBDA ha alcanzado 1.010 millones de euros, lo que supone un aumento del 0,5% en moneda local con respecto al año anterior.

Telefónica O2 República Checa⁵ ha cumplido los objetivos financieros para el ejercicio 2007, habiéndose registrado un crecimiento de los ingresos del 2,8% con respecto al año anterior (frente al objetivo del 1% - 3%), y un descenso del OIBDA del 0,1% en comparación con 2006 (frente al objetivo del -1% - 0%). Asimismo, su CapEx es de 274 millones de euros (frente al objetivo de, aproximadamente, 310 millones de euros).

El margen OIBDA en el cuarto trimestre de 2007 ha sido del 41,9% en comparación con el 37,1% del cuarto trimestre de 2006, fundamentalmente debido a los altos costes incurridos en el cambio de marca realizado en 2006. El margen OIBDA en 2007 se ha situado en el 44,8% frente al 45,8% registrado en 2006. El descenso del margen OIBDA del grupo en 2007 con respecto al del ejercicio anterior ha sido debido principalmente al impacto de las operaciones en Eslovaquia, que restan aproximadamente 2 puntos porcentuales a dicho margen.

Las prioridades del negocio móvil de Telefónica O2 República Checa han seguido centradas tanto en el desarrollo de paquetes de voz y datos, como en el fomento de la migración de clientes de prepago a contrato. Los ingresos procedentes del negocio móvil en 2007 ascienden a 1.173 millones de euros, con un aumento interanual del 4,4% en moneda local, y un incremento del 1,7% en moneda local en el cuarto trimestre. Los ingresos de servicio han aumentado interanualmente un 4,8% en moneda local, hasta alcanzar 1.117 millones de euros en 2007, con un crecimiento interanual del 1,9% en el trimestre.

La base de clientes móviles de Telefónica O2 República Checa aumenta interanualmente un 5,4%, hasta los 5,1 millones a finales de diciembre de 2007, registrando un crecimiento interanual del 38,4% en la ganancia neta anual.

La base de clientes de contrato asciende a 2,2 millones, lo que representa un crecimiento interanual del 19,7%, con una ganancia neta anual de 369.000 clientes (+12,1% frente a 2006) y de 83.000 clientes en el cuarto trimestre. Los clientes de contrato representan el 43,8% de la base total de clientes a finales de 2007, frente al 38,5% registrado a finales de 2006. El ARPU de contrato en el trimestre ha ascendido a 34,5 euros, lo que supone un descenso del 7,7% en moneda local con respecto al cuarto trimestre de 2006, explicado por el impacto de la migración de clientes al segmento de contrato desde la modalidad de prepago. El ARPU de contrato en 2007 asciende a 34,5 euros, lo que ha supuesto un descenso interanual del 8,3% en moneda local.

El número de clientes de prepago ha descendido interanualmente un 3,6%, hasta los 2,9 millones a finales de 2007, con una ganancia neta negativa de 108.000 clientes en el año, principalmente debido a la continua migración de clientes prepago a contrato, si bien en el cuarto trimestre se ha registrado una ganancia neta positiva de 75.000 clientes. El ARPU de prepago en el trimestre ha sido de 9,7 euros, con un crecimiento del 2,8% en moneda local en comparación con el cuarto trimestre del año 2006. El ARPU de prepago en 2007 asciende a 9,4 euros, lo que supone un crecimiento del 3,5% en moneda local con respecto a 2006.

⁵ Las cifras declaradas de 2006 incluyen tres meses de pérdidas de puesta en marcha en Eslovaquia. Las previsiones para 2007 suponen que los tipos de cambio se mantienen constantes en los niveles de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. El OIBDA no incluye otros ingresos/gastos excepcionales no previsible en 2007. Las adecuaciones de plantillas y los Programas inmobiliarios se incluyen como ingresos/gastos de explotación, salvo aquellos que se hayan decidido después de establecer los objetivos a comienzos de año (Programa inmobiliario en Telefónica O2 República Checa). A efectos de comparación, las cifras publicadas tampoco incluyen otros ingresos/gastos excepcionales equivalentes registrados en 2006.

En el cuarto trimestre, el ARPU total asciende a 20,5 euros, con un crecimiento del 2,3% en moneda local con respecto al mismo periodo del año 2006. En 2007 el ARPU total ha alcanzado los 19,9 euros, lo que ha supuesto un crecimiento del 2,5% con respecto al año 2006 en moneda local.

El MoU en 2007 se ha situado en 117 minutos, con un incremento del 14,7% con respecto a 2006 debido principalmente al mayor número de clientes de contrato, que generan un mayor MoU, y a unas tarifas diseñadas para estimular el tráfico. El MoU del cuarto trimestre alcanza los 122 minutos, con un aumento del 11,9% interanual.

Debido al éxito en la comercialización de tarifas planas de datos, basadas en las tecnologías GPRS/UMTS y CDMA, el ARPU de datos se ha visto incrementado interanualmente un 2,8% en moneda local hasta los 4,4 euros en 2007. El ARPU de datos no SMS representa el 43% del total del ARPU de datos en 2007, en comparación con el 41% de 2006.

El negocio fijo de Telefónica O2 República Checa ha mantenido el foco en el desarrollo de los servicios de banda ancha y cada vez más, en el área de ICT/Soluciones Empresariales. En 2007, los ingresos del negocio checo de telefonía fija han descendido un 0,2% en moneda local, hasta situarse en 1.068 millones de euros. En el cuarto trimestre se han visto reducidos interanualmente un 1,1% en moneda local, a pesar del buen comportamiento de los ingresos procedentes de servicios basados en el acceso a Internet de Banda Ancha, servicios de Valor Añadido y servicios de TI.

El número total de accesos de telefonía fija asciende a 2,1 millones en 2007, lo que supone una disminución del 13,9% con respecto al año anterior, principalmente como consecuencia del proceso de sustitución fijo-móvil. No obstante, el descenso del número de accesos de telefonía fija ha experimentado una desaceleración en 2007. La ganancia neta negativa se ha reducido hasta los 65.000 accesos en el cuarto trimestre, desde los 135.000 registrados en el cuarto trimestre de 2006. Así, las pérdidas netas anuales de accesos fijos se han reducido a 333.000 en 2007 frente a las 506.000 registradas en 2006, como consecuencia del incremento del número de altas brutas y de la disminución de la cifra de desconexiones, tras la iniciativa de la compañía de mejorar la calidad de las líneas fijas mediante la extensión de la banda ancha y las ofertas empaquetadas. El número total de clientes con paquetes de productos casi alcanzó los 100.000 a finales de 2007.

En 2007 el número total de accesos ADSL (minoristas y mayoristas) ha alcanzado los 570.000, con un incremento del 21,3% con respecto a 2006. En el año, la ganancia neta ha sido de 100.000 accesos (-49%), mientras que para el cuarto trimestre ha sido de 25.000 accesos (-42,5%). Tras el lanzamiento de nuevos productos paquetizados, el número de total de clientes de O2 TV aumenta hasta los 73.000 a finales de 2007, lo que ha representado una ganancia neta de 20.000 clientes en el cuarto trimestre, que se compara favorablemente con la ganancia neta de 16.000 clientes en el trimestre anterior.

En consonancia con trimestres anteriores, Telefónica O2 Eslovaquia continúa aumentando su presencia en el mercado eslovaco a lo largo del cuarto trimestre. Las principales actividades se han centrado en la comercialización de las ofertas de prepago y las recientemente introducidas tarifas de contrato, así como en la mejora de la atención al cliente, con el objetivo de ampliar la base de clientes y la mejora del mix de clientes mediante la migración a tarifas de contrato. El objetivo de la compañía es el de incrementar la actividad de los clientes en cuanto a uso de servicios de red y, por tanto, el ARPU y los resultados financieros.

A finales de 2007, el total de clientes de telefonía móvil registrados en Eslovaquia asciende a 565.000, la mayoría de los cuales son clientes de prepago, alcanzando una cuota de mercado de clientes activos superior al 5% a pesar de que una parte significativa de los clientes usan la SIM de O2 como su segunda o tercera opción. Telefónica O2 Eslovaquia ha continuado con el despliegue de su propia red, lo que permitirá la migración gradual del tráfico de roaming nacional con el consiguiente efecto positivo en los márgenes. A finales del cuarto trimestre, la compañía tiene aproximadamente 550 estaciones base en funcionamiento, y transporta sobre su propia red en torno al 60% del tráfico total cursado. La red de ventas consta de 14 tiendas de marca propia, 16 franquicias y alrededor de 3.500 puntos de venta adicionales.

TELEFÓNICA EUROPA

ACCESOS

Datos no auditados (Miles)	2006				2007		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Accesos Clientes Finales	38.310,9	38.866,0	39.341,4	40.136,3	41.201,2		7,5
Accesos de telefonía fija ¹	2.462,9	2.347,8	2.267,2	2.194,9	2.130,0		(13,5)
Accesos de datos e internet	607,1	627,3	637,0	648,9	734,2		20,9
Banda estrecha	143,7	110,9	85,6	68,4	56,6		(60,6)
Banda ancha	451,9	505,2	540,5	572,8	670,3		48,3
Otros	11,6	11,2	10,9	7,7	7,3		(36,7)
Accesos móviles	35.225,2	35.865,5	36.399,7	37.239,6	38.263,8		8,6
Prepago	21.143,6	21.504,0	21.643,9	21.972,2	22.419,5		6,0
Contrato	14.081,7	14.361,5	14.755,8	15.267,3	15.935,8		13,2
TV de Pago	15,6	25,5	37,5	53,0	73,2		n.s.
Accesos Mayoristas ²	243,8	329,5	410,8	543,9	706,2		n.s.
Total Accesos	38.554,7	39.195,5	39.752,2	40.680,3	41.907,3		8,7

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

² Incluye bucles desagregados correspondientes a T. Deutschland.

Nota: Los Accesos móviles, Accesos de telefonía fija y Accesos de Banda ancha incluyen los clientes de MANX.

TELEFÓNICA EUROPA

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	14.458	13.159	9,9	3.682	3.725	(1,1)
Trabajos para inmovilizado ¹	200	219	(8,5)	44	57	(22,3)
Gastos por operaciones	(10.987)	(9.662)	13,7	(2.896)	(2.868)	1,0
Otros ingresos (gastos) netos	14	9	52,2	2	3	(17,0)
Resultado de enajenación de activos	1.292	(8)	c.s.	(6)	1	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(0)	(9)	(99,3)	(0)	(7)	(93,8)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA) ²	4.977	3.708	34,2	826	910	(9,2)
Amortizaciones de inmovilizado	(3.386)	(3.399)	(0,4)	(820)	(937)	(12,4)
Resultado operativo (OI)	1.591	309	n.s.	6	(27)	c.s.

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

Nota 1: Telefónica Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre), Grupo O2 (febrero-diciembre) y O2 Alemania (febrero-diciembre).

¹ Incluye obra en curso.

² Cifras de OIBDA excluyendo brand fee

TELEFÓNICA EUROPA ACCESOS POR PAÍS

Datos no auditados (Miles)

REINO UNIDO

	2006 diciembre	marzo	junio	septiembre	2007 diciembre	% Var Anual
Accesos Clientes Finales	17.650,0	17.774,9	17.815,4	17.938,0	18.452,8	4,5
Accesos de datos e internet	16,8	24,0	30,7	38,4	70,7	n.s.
Banda ancha	16,8	24,0	30,7	38,4	70,7	n.s.
Accesos móviles	17.633,2	17.750,9	17.748,7	17.899,6	18.382,1	4,2
Prepago	11.415,1	11.452,9	11.410,7	11.366,4	11.573,4	1,4
Contrato	6.218,1	6.298,0	6.374,1	6.533,2	6.808,7	9,5
Total Accesos	17.650,0	17.774,9	17.815,4	17.938,0	18.452,8	4,5

ALEMANIA

Accesos Clientes Finales	11.043,8	11.215,2	11.591,5	12.205,1	12.546,2	13,6
Accesos de datos e internet	19,0	31,4	33,7	37,0	74,7	n.s.
Banda ancha	19,0	31,4	33,7	37,0	74,7	n.s.
Accesos móviles	11.024,8	11.183,8	11.557,8	12.168,1	12.471,5	13,1
Prepago	5.544,1	5.609,6	5.792,4	6.175,4	6.235,0	12,5
Contrato	5.480,7	5.574,2	5.765,4	5.992,7	6.236,6	13,8
Accesos Mayoristas¹	149,3	227,4	305,1	435,9	596,0	n.s.
Total Accesos	11.193,1	11.442,6	11.896,6	12.641,0	13.142,3	17,4

IRLANDA

Accesos móviles	1.631,7	1.632,5	1.631,5	1.632,5	1.646,1	0,9
Prepago	1.146,7	1.133,6	1.118,7	1.098,8	1.090,9	(4,9)
Contrato	485,1	499,0	512,8	533,7	555,2	14,5
Total Accesos	1.631,7	1.632,5	1.631,5	1.632,5	1.646,1	0,9

REPÚBLICA CHECA

Accesos Clientes Finales	7.842,9	7.712,3	7.698,1	7.714,6	7.841,0	(0,0)
Accesos de telefonía fija ²	2.402,5	2.287,5	2.207,2	2.134,6	2.069,2	(13,9)
Accesos de datos e internet	560,3	559,9	559,8	559,5	573,3	2,3
Banda estrecha	143,7	110,9	85,6	68,4	56,6	(60,6)
Banda ancha	405,1	437,9	463,3	483	509	25,7
Otros	11,6	11,2	10,9	7,7	7,3	(36,7)
Accesos móviles	4.864,5	4.839,5	4.893,7	4.967,4	5.125,4	5,4
Prepago	2.989,7	2.873,2	2.816,7	2.806,6	2.881,5	(3,6)
Contrato	1.874,8	1.966,3	2.076,9	2.160,9	2.243,9	19,7
TV de Pago	15,6	25,5	37,5	53,0	73,2	n.s.
Accesos Mayoristas	94,5	102,1	105,7	108,0	110,2	16,6
Total Accesos	7.937,4	7.814,4	7.803,8	7.822,6	7.951,2	0,2

ESLOVAQUIA

Accesos móviles	-	386,8	455,0	495,6	565,4	n.c.
Prepago	-	386,8	454,0	475,9	502,4	n.c.
Contrato	-	0,0	1,0	19,7	63,0	n.c.
Total Accesos	-	386,8	455,0	495,6	565,4	n.c.

¹ Incluye bucles alquilados por Teleónica Deutschland.

² RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x 30. Incluye autoconsumo.

TELEFÓNICA EUROPA
DATOS OPERATIVOS OPERADORAS
MÓVILES POR PAÍS

	2006				2007	
Datos no auditados (Miles)	4T	1T	2T	3T	4T	% Var M Local

O2 REINO UNIDO

MoU (minutos)	180	179	189	193	197	9,8
ARPU (EUR)	34,1	33,3	34,5	35,7	33,9	4,4
Prepago	18,2	17,0	18,2	19,3	18,0	4,1
Contrato	63,5	63,2	63,9	64,8	61,0	1,2
ARPU de datos	10,7	11,0	11,0	11,1	11,1	9,1
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	12,5%	13,4%	14,2%	15,2%	15,9%	3.4 p.p.

O2 ALEMANIA

MoU (minutos)	129	129	133	128	134	3,7
ARPU (EUR)	23,7	20,5	20,9	20,8	19,4	(17,9)
Prepago	8,3	6,8	6,7	6,8	6,4	(22,8)
Contrato	39,2	34,2	35,2	34,9	32,3	(17,6)
ARPU de datos	5,9	5,1	5,1	5,2	5,1	(12,8)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	22,6%	24,9%	25,0%	25,9%	25,7%	3,1p.p.

O2 IRLANDA

MoU (minutos)	246	240	249	250	252	2,5
ARPU (EUR)	45,0	44,2	46,7	47,0	45,7	1,6
Prepago	29,6	28,0	30,0	29,2	29,0	(1,9)
Contrato	81,4	82,0	83,8	84,9	78,8	(3,3)
ARPU de datos	10,0	11,5	11,2	11,6	12,4	23,5
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	19,6%	19,9%	23,4%	26,5%	31,4%	11,8p.p.

TELEFÓNICA O2 REPÚBLICA CHECA¹

MoU (minutos)	109	109	120	117	122	11,7
ARPU (EUR)	18,8	17,7	18,5	19,2	20,5	2,3
Prepago	8,8	8,3	8,8	9,1	9,7	2,8
Contrato	35,0	32,2	32,2	32,6	34,5	(7,7)
ARPU de datos	4,0	3,8	3,9	4,0	4,4	1,8
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	40,0%	41,0%	42,0%	45,0%	42,0%	2.0p.p.

Nota: MoU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

¹ KPIs del negocio celular de la República Checa no incluye Eslovaquia.

TELEFÓNICA EUROPA
DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

O2 REINO UNIDO¹

	2007	2006	% Var	enero-diciembre % Var M. Local
Importe neto de la cifra de negocios	7.403	6.265	18,2	18,7
OIBDA	1.923	1.777	8,2	8,7
Margen OIBDA	26,0%	28,4%	(2,4p.p.)	
CapEx	832	760	9,5	10,0

O2 ALEMANIA²

Importe neto de la cifra de negocios	3.541	3.320	6,7	6,7
OIBDA	473	583	(18,9)	(18,9)
Margen OIBDA	13,3%	17,6%	(4,2p.p.)	
CapEx	850	1.224	(30,6)	(30,6)

O2 IRLANDA¹

Importe neto de la cifra de negocios	991	885	11,9	11,9
OIBDA	316	310	2,0	2,0
Margen OIBDA	31,9%	35,0%	(3,1p.p.)	
CapEx	117	141	(17,1)	(18,0)

TELEFÓNICA O2 REPÚBLICA CHECA

Importe neto de la cifra de negocios	2.256,5	2.148,0	5,1	2,9
OIBDA	1.010	985	2,6	0,5
Margen OIBDA	44,8%	45,8%	(1,1p.p.)	
CapEx	281	229	22,6	20,1

Cifras de OIBDA excluyendo brand fee

¹ Incluye en 2006 el periodo febrero-diciembre

² Incluye en 2006 el periodo febrero-diciembre tanto de O2 Alemania como de Telefónica Deutschland.

GRUPO ATENTO RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre - diciembre		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	1.174	1.027	14,4	305	269	13,6
Trabajos para inmovilizado ¹	0	0	n.s.	0	0	n.s.
Gastos por operaciones	(1.017)	(885)	15,0	(261)	(228)	14,5
Otros ingresos (gastos) netos	2	(0)	c.s.	(0)	(2)	n.s.
Resultado de enajenación de activos	2	(0)	c.s.	0	0	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	0	n.s.	0	0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	161	142	13,9	44	39	12,1
Amortizaciones de inmovilizado	(30)	(28)	7,8	(8)	(7)	12,5
Resultado operativo (OI)	131	113	15,5	36	32	12,0

¹ Incluye obra en curso.

Resultados por unidades de negocio Otras Sociedades

Grupo Atento

En 2007 la evolución de los resultados del Grupo Atento ha sido muy favorable, consolidando el crecimiento interanual de los ingresos y del margen OIBDA. La ejecución de la estrategia de diferenciación ha sido clave para obtener dichos resultados, logrando por quinto año consecutivo un crecimiento rentable del negocio, diversificación de la cartera de clientes y crecimiento con clientes multisector.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Atento ha alcanzado 1.174 millones de euros a cierre del ejercicio 2007, lo que supone un crecimiento de 14,4% respecto a 2006. La evolución de los ingresos del grupo viene motivada por el aumento de actividad de los principales clientes, así como por la captación de nuevas cuentas en casi todos los países, fundamentalmente en Brasil, México, Perú, Argentina y Venezuela. Los principales clientes que han contribuido a este crecimiento han sido:

- En Brasil, la mayor actividad con Telefónica (servicios Atento ao Cliente, Speedy, Sera y Cobranzas), y el crecimiento en el segmento financiero (Itaú, Banco IBI, Bradesco, Unibanco, Redecard).
- En México, la expansión con BBVA, principalmente los servicios de Hipotecaria, Financia, Cobranzas y Seguros.
- En Perú, el crecimiento de los servicios de fuerzas de ventas presencial y la expansión de los servicios deslocalizados del mercado español.
- En Argentina, el crecimiento en el mercado multisector tanto de los clientes actuales (Alcatel, Nokia, Microsoft, YPF) como de captación de nuevos clientes (Lexmark, SAP, P&G. Lan, Bosh), unido a la expansión con Telefónica (Telefónica Móviles Argentina y Telefónica de Argentina).
- En Venezuela, el incremento de actividad con el Grupo CANTV y Movistar, junto con la captación de Banesco.

Estos efectos compensan la reducción de actividad en España, debido a la deslocalización de tráfico del mercado español hacia Latinoamérica y Marruecos.

La diversificación de la cartera siguió reforzándose en 2007, alcanzando un 50,1% de los ingresos procedentes de clientes multisector (externos al Grupo Telefónica) respecto al 47,0% obtenido el año anterior. Brasil y España aportan el 44,2% y el 12,3% de los ingresos respectivamente. Atento México continúa con un significativo crecimiento y llega al 20,2% de los ingresos frente al 15,9% del ejercicio anterior.

Los gastos por operaciones han presentado un crecimiento interanual del 15,0%, totalizando 1.017 millones de euros, si bien muestran cierta desaceleración durante el último trimestre del año (+14,5% frente al cuarto trimestre de 2006) como resultado de la gestión de servicios deslocalizados del mercado español hacia Latinoamérica (con menores costes de personal) y el cambio de mix que supone la menor participación de España dentro del Grupo. Estos factores compensan el incremento en los costes de estructura por el reconocimiento de gastos por arrendamiento de capacidad asociada al crecimiento de negocio.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del Grupo Atento ha alcanzado 161 millones de euros en 2007, equivalente a un crecimiento interanual del 13,9% generado por el aumento de la actividad y por la contención en los costes de estructura. El margen OIBDA ha sido del 13,7%, en línea con el cierre del ejercicio anterior, mejorando su tendencia en el cuarto trimestre del año (margen OIBDA de 14,5% durante el cuarto trimestre de 2007).

El resultado operativo a diciembre de 2007 asciende a 131 millones de euros, presentando un crecimiento del 15,5% interanual y un margen sobre ingresos del 11,2%.

La inversión (CapEx) a diciembre de 2007 alcanza los 39 millones de euros frente a los 35 millones de euros de 2006, por las mayores necesidades de CapEx requeridas para soportar el crecimiento de negocio, principalmente en Brasil y México.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) ha mejorado sustancialmente con respecto a la cifra acumulada a diciembre de 2006, situándose en los 122 millones de euros, un incremento del 15,1% respecto a 2006.

A nivel operativo, el Grupo Atento contaba al 31 de diciembre de 2007 con 53.239 posiciones construidas, un 13,6% más que en el ejercicio 2006. Las posiciones ocupadas promedio del ejercicio 2007 alcanzan 42.971.

Resultados
Enero -
Diciembre
2007

Anexos

Participaciones más significativas del Grupo Telefónica, detallado por unidades de negocio

TELEFÓNICA ESPAÑA

	% Part
Telefónica España	100,00
Telefónica Móviles España	100,00
Telyco	100,00
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,00
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,00
Iberbanda	51,00
Medi Telecom	32,18

TELEFÓNICA EUROPA

	% Part
O2 UK	100,00
O2 Alemania ¹	100,00
O2 Irlanda	100,00
Manx	100,00
Be	100,00
Group 3G (Alemania) ³	100,00
Telefónica O2 República Checa ¹	69,41
Telefónica O2 Eslovaquia ²	100,00

¹ Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

² Sociedad participada por Telefónica O2 República Checa.

³ Sociedad participada a través de O2 Alemania.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

	% Part
Telesp ¹	87,95
Telefónica del Perú	98,18
Telefónica de Argentina	98,04
TLD Puerto Rico	98,00
Telefónica Chile	44,89
Telefónica Telecom	52,03
Telefónica USA	100,00
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) ²	100,00
Brasilcel ³	50,00
T. Móviles Argentina	100,00
T. Móviles Perú	98,53
T. Móviles México	100,00
Telefónica Móviles Chile ⁴	100,00
T. Móviles El Salvador	99,08
T. Móviles Guatemala	100,00
Telcel (Venezuela)	100,00
T. Móviles Colombia	100,00
Otecel (Ecuador)	100,00
T. Móviles Panamá	100,00
T. Móviles Uruguay	100,00
Telefonía Celular Nicaragua	100,00
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile)	100,00

OTRAS PARTICIPACIONES

	% Part
3G Mobile AG (Suiza)	100,00
Grupo Atento	100,00
Telefónica de Contenidos (España)	100,00
Mobypay Internacional	50,00
Telco SpA (Italia) ⁵	42,30
Tempos 21 ¹	43,69
IPSE 2000 (Italia) ¹	39,92
Lycos Europe	32,10
Sogecable ²	16,79
Mobipay España ¹	13,36
Hispatat	13,23
Portugal Telecom ³	8,21
China Netcom Group ⁴	5,00
BBVA	0,97
Amper	6,10

¹ Sociedades participadas directa e indirectamente por Telefónica Móviles España.

² Telefónica de Contenidos, S.A. tiene el 15,59% y Telefónica, S.A. el 1,20%.

³ Porcentaje efectivo del grupo Telefónica. Sin considerar los intereses minoritarios, el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería del 8,32%. Teniendo en cuenta las acciones propias de la sociedad portuguesa y sin considerar los accionistas minoritarios, el porcentaje de derechos de voto del Grupo Telefónica alcanzaría el 9,16%.

⁴ Sociedad participada por Telefónica Latinoamérica.

⁵ Telefónica posee una participación indirecta en el capital ordinario (con derecho a voto) de Telecom Italia a través de Telco de aproximadamente un 10%. Si computáramos las acciones de ahorro (azioni di risparmio), que no confieren derechos políticos, la participación indirecta de Telefónica sobre telecom Italia sería de un 6,9%.

¹ Participación efectiva 88,01%.

² Telefónica, S.A. posee el 92,51% y Telefónica DataCorp el 7,49%.

³ Joint venture que consolida por el método de integración global la filial Vivo, S.A. a través de una participación en Vivo Participações, S.A. (62,94%).

⁴ Telefónica Móviles Chile amplió capital en el mes de mayo, a resultas del cual pasó a ser el único accionista de Telefónica Móviles de Chile que fue disuelta el 1 de julio de 2007.

Hechos Significativos

- En el marco de la política de retribución al accionista de la Compañía, el Consejo de Administración, en su reunión celebrada el 27 de febrero de 2008, ha acordado la puesta en marcha de un nuevo programa de recompra de acciones propias por un total de 100 millones acciones, representativas de aproximadamente el 2,095% de su capital social, y que estará vigente durante el ejercicio 2008 y el primer semestre de 2009.
- El Consejo de Administración de la Compañía, en su reunión celebrada el 23 de enero de 2008, ha tomado razón de las renunciaciones al cargo de Consejero presentadas por D. Manuel Pizarro Moreno y D. Antonio Viana-Baptista. A la vista de ello, el Consejo de Administración ha acordado por unanimidad, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, los nombramientos por cooptación como nuevos miembros del Consejo de Administración de Dña. Eva Castillo Sanz y de D. Luiz Fernando Furlán, ambos con el carácter de Consejeros independientes.
- El 18 de enero de 2008, TELEFÓNICA, S.A., a través de su filial TELEFÓNICA INTERNACIONAL, S.A.U., ha alcanzado un acuerdo para la adquisición de una participación adicional equivalente aproximadamente al 2,22% del capital social de la compañía china de telecomunicaciones, CHINA NETCOM GROUP CORPORATION (HONG KONG) LIMITED ("CNC"). La ejecución de dicha adquisición está condicionada a la previa obtención de las aprobaciones regulatorias necesarias. Tras la adquisición, la participación del grupo TELEFÓNICA en CNC pasará a ser aproximadamente del 7,22%. En su caso, la adquisición de esta participación adicional en el capital de CNC representará una inversión total de 309 millones de euros aproximadamente (en función del tipo de cambio aplicable al cierre de la operación).
- El 19 de diciembre de 2007, el Consejo de Administración de Telefónica S.A. aprueba, en su reunión ordinaria, y previo informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, el nombramiento de Julio Linares, hasta el momento Director General de Coordinación, Desarrollo del Negocio y Sinergias, como nuevo Consejero Delegado de la Compañía. De igual forma, el Consejo ha aprobado el nombramiento de Guillermo Ansaldo como Director General de Telefónica España. Ansaldo sustituye a Antonio Viana-Baptista, que deja la Compañía a petición propia y por razones personales. A su vez, Manuel Pizarro y Javier de Paz han sido nombrados nuevos Consejeros de Telefónica, con el carácter de Consejeros independientes, y ocuparán las vacantes propiciadas por la salida del Órgano de Gobierno de la Compañía de Enrique Used y Maximino Carpio.
- El 29 de noviembre de 2007, D. Peter Erskine anuncia que deja el puesto de Director General de Telefónica O2 Europa, permaneciendo como miembro del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. y de su Comisión Delegada, como Consejero no ejecutivo. Por otra parte, D. Matthew Key, hasta la fecha Consejero Delegado de O2 UK plc, le sustituye como Director General de Telefónica O2 Europa y como miembro del Comité Ejecutivo de la Compañía.
- Con fecha 28 de noviembre de 2007, el Consejo de Administración de TELEFÓNICA, S.A., de acuerdo con lo previsto en el "Plan de entrega de acciones 2006" (Performance Share Plan 2006) autorizado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Compañía en la reunión celebrada el 21 de junio de 2006, y comunicado el 13 de noviembre de 2006 (número de registro 113.776), acordó, previo informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, asignar las acciones correspondientes al segundo ciclo de dicho Plan a los Consejeros ejecutivos y Directivos de la Compañía.

Cambios en el Perímetro y Criterios de Consolidación Contable

Durante el transcurso del ejercicio 2007 se han producido las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación:

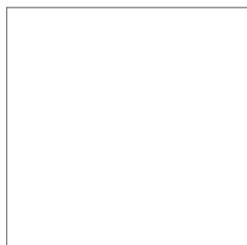
Telefónica Europa

- El 20 de diciembre de 2007, el Grupo O2 transfirió la propiedad legal de la totalidad de su negocio en Alemania a Telefónica, S.A. a través de un dividendo en especie por importe de 8.500 millones de euros.
- En el mes de abril, Telefónica Europe PLC, filial 100% de Telefónica, S.A. y su filial 100% O2 Holdings LTD vendieron el 100% del capital social de la sociedad británica Airwave O2 Ltd. por un importe de 1.932 millones de libras esterlinas (equivalentes a 2.841 millones de euros en la fecha de la operación), obteniendo un beneficio de 1.296 millones de euros. La sociedad, que se incorporaba al perímetro de consolidación del Grupo Telefónica por el método de integración global, ha causado baja del mismo.

Otras sociedades

- En el mes de diciembre de 2007 Telefónica, S.A. constituyó, como socio único, la sociedad española Atento Holding, Inversiones y Teleservicios, S.A. siendo su capital social inicial de 24 millones de euros y con una prima de emisión de 138,37 millones de euros. Las acciones fueron suscritas y desembolsadas en su totalidad mediante la aportación no dineraria de la totalidad de las acciones de la sociedad holandesa Atento, N.V. de la que Telefónica, S.A. era accionista único. La sociedad se ha incorporado al perímetro de consolidación por el método de integración global.
- En el mes de diciembre de 2007, Telefónica, S.A. enajenó 18.558.181 acciones de la sociedad portuguesa Portugal Telecom, SGPS, S.A. (PT). Tras esta venta, el Grupo Telefónica ha disminuido su porcentaje de participación en el capital social de la sociedad portuguesa hasta el 8,32% , 9,16% si se tiene en cuenta la autocartera de PT. La sociedad continúa incorporándose a los estados financieros del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia.
- Un consorcio creado por Telefónica, S.A. y las sociedades Assicurazioni Generali, S.p.A., Intesa Sanpaolo, S.p.A. y Sintonia, S.A. adquirieron el 100% de la sociedad Olimpia, S.p.A. en octubre de 2007, a través de la sociedad italiana Telco, S.p.A. (en la que Telefónica tiene una participación del 42,3%), que cuenta con una participación de aproximadamente un 23,6%, siendo la participación indirecta de Telefónica con derecho de voto de Telecom Italia, S.p.A. de 9,98% correspondiente al 6,88% de los derechos económicos, lo que ha supuesto un desembolso de 2,314 millones de euros. La sociedad se ha incorporado a los estados financieros del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia.

- En el mes de agosto de 2007 se procedió a la enajenación del 100% que el Grupo Telefónica poseía en la sociedad española Azeler Automoción, S.A. por un importe de 0,34 millones de euros. La sociedad, que se incorporaba al perímetro de consolidación del Grupo Telefónica por el método de integración global, ha causado baja del mismo.
- La sociedad española Atento Teleservicios España, S.A. constituyó en el mes de junio de 2007 la sociedad estadounidense Contact US Teleservices Inc., aportando el 100% del capital social inicial por un importe de 0,1 millón de dólares estadounidenses. La sociedad se ha incorporado al perímetro de consolidación del Grupo Telefónica por el método de integración global. Posteriormente, durante el mes de agosto dicha sociedad ha ampliado capital por un importe de 0,55 millones de dólares estadounidenses, suscrita en su totalidad por la sociedad Atento Teleservicios España, S.A.
- En el mes de junio de 2007, Telefónica, S.A. enajenó la totalidad de las acciones que poseía en la sociedad española Sistemas Técnicos de Loterías del Estado, S.A. y que representaban el 31,75% del capital social de ésta. La sociedad, que se incorporaba al perímetro de consolidación del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia, ha causado baja del mismo.
- En el mes de mayo de 2007, Telefónica, S.A. suscribió un acuerdo para la venta de su participación del 99,7% en la sociedad holandesa Endemol Investment Holding B.V. a un consorcio de nueva creación formado a partes iguales por Mediaco Cartera S.L., una compañía de nueva creación participada por la sociedad italiana Mediaset y su filial española cotizada Gestevisión Telecinco, Cyrte Fund II B.V. y G.S. Capital Partners VI Fund, L.P. por un importe de 2.629 millones de euros, obteniéndose unas plusvalías en la operación de 1.368 millones de euros. El 3 de julio fue formalizada esta venta. La sociedad que se incorporaba al perímetro de consolidación del Grupo Telefónica por el método de integración global, ha causado baja del mismo.
- En el mes de abril se procedió a la enajenación del 54% que la sociedad estadounidense Katalyx, Inc. poseía sobre la sociedad brasileña Mercador, S.A. La sociedad, que se incorporaba a los estados financieros del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia, ha causado baja del perímetro de consolidación.
- Durante el primer trimestre de 2007, el Grupo Telefónica procedió a enajenar acciones de la sociedad italiana Ipse 2000 S.p.A. reduciendo su porcentaje directo e indirecto sobre la sociedad italiana hasta el 39,9%. La sociedad continúa incorporándose a las cuentas consolidadas del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia.
- En el mes de febrero de 2007 se produjo la venta del 100% de las acciones de Endemol France a la sociedad Endemol, N.V., sociedad participada por el Grupo en un 75%.
- Se procedió a la liquidación y disolución de la sociedad española Communicapital Gestión, S.A.. Dicha sociedad que se incorporaba al perímetro de consolidación por el método de integración global, ha causado baja del mismo.



Instrumentos financieros derivados y política de gestión de riesgos

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:

1. *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, en Chequia y 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.

2. *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.

3. *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” (relacionado 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 acatativamente 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.

A 31 de diciembre de 2007 la deuda financiera neta¹ en divisas latinoamericanas alcanzaba cerca de 6.968 millones de euros (7.306 millones de euros en 2006). 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 suficientemente profundo. A 31 de diciembre de 2007 la deuda neta en dólares del Grupo ascendía al equivalente de 1.481 millones de euros neto del efecto de los derivados contratados y los activos financieros en dólares (1.462 millones de euros en 2006).

Para la protección de la inversión en Chequia, el Grupo tiene deuda sintética denominada en coronas checas por un importe que, a 31 de diciembre de 2007, asciende a 3.102 millones de euros cifra superior a los 1.997 millones de euros equivalentes correspondientes al cierre de 2006. Este incremento es consecuencia de un cambio en el objetivo de cobertura en 2007 desde un 50% a un 70% del coste inicial de adquisición, como consecuencia de la apreciación esperada de la corona checa respecto al euro.

Respecto a la protección de la inversión en el Reino Unido, como consecuencia de la desinversión en Airwave por 1.932 millones de libras esterlinas, el Grupo ha modificado el objetivo de cobertura al 50% desde el 70%. La deuda denominada en libras a 31 de diciembre de 2007 asciende a 6.702 millones de euros equivalentes, cifra inferior a los 11.095 millones de euros equivalentes a cierre de 2006.

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 y Venezuela); (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 2007 se obtuvieron resultados positivos por la gestión del tipo de cambio por un total de 7,3 millones de euros (61 millones de euros en 2006).

Si se considerara constante durante 2008 la posición en divisa con impacto en cuenta de resultados existente a cierre de 2007 y las divisas latinoamericanas se depreciasen respecto al USD, y el resto de divisas respecto al euro un 10% el impacto en cuenta de resultados sería de un gasto de 69 millones de euros. Sin embargo como se ha comentado anteriormente, en el Grupo se realiza una gestión dinámica destinada a reducir dichos impactos.

Como se ha comentado anteriormente, 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). Para algunas inversiones la referencia o "benchmark" de cobertura es un porcentaje del coste de adquisición (caso de la Libra y la Corona Checa), mientras que para otras se define en términos de los flujos esperados en los 2 próximos años (Latinoamérica principalmente). Dado que el objetivo de gestión no es una magnitud contable, no se muestra un análisis de sensibilidad de variación de las diferencias de conversión (patrimonio) por efecto de la una depreciación de las divisas frente al euro.

¹Deuda Financiera Neta = Deuda financiera a LP + Deuda financiera a C/P - Inversiones financieras temporales - Efectivo y equivalente de efectivo - Inmovilizaciones financieras y otros activos a LP.

Riesgo de Tipo de Interés

Los costes financieros de Telefónica están expuestos a las oscilaciones de los tipos de interés. En 2007 los tipos de corto plazo con mayor volumen de deuda expuesta a ellos han sido fundamentalmente el Euribor, el Libor de la libra (con motivo de la adquisición de O2 plc), la tasa SELIC brasileña, el Libor del dólar y la UVR colombiana. A 31 de diciembre de 2007 el 50,4% de la deuda neta nominal total (o el 51,1% de la deuda neta nominal a largo plazo), tenía su tipo fijado por un periodo superior a un año comparado con el 45,4% de la deuda total² (46,3% de la deuda a largo plazo) que había en 2006. Del 49,6% restante (deuda a flotante o a tipo fijo con vencimiento menor a un año) 46 puntos porcentuales tenían el tipo de interés acotado por un plazo superior a un año (o el 27% de la deuda a largo plazo), mientras que a 31 de diciembre de 2006 estaba acotado 41 puntos porcentuales de la deuda a flotante o a tipo fijo con vencimiento inferior a 1 año (23% de la deuda a largo plazo). En el año 2007 se han contratado estructuras de *Caps* y *Floors* por importe de 7.972 millones de euros equivalentes de forma a incrementar y extender en plazo la deuda acotada.

Asimismo, 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 aumento de los tipos ha supuesto una disminución del valor de dichos pasivos.

El resultado financiero neto de 2007 ascendió a una pérdida de 2.844 millones de euros, un 4% superior al de 2006. Si se excluyen los resultados debidos a las diferencias de cambio, las cifras serían de 2.851 millones de euros en 2007 y 2.795 millones de euros en 2006, con lo que se observaría un aumento del 2% en los costes financieros ajustados de 2007 respecto de 2006. Este incremento resulta de dos factores contrapuestos. Por una parte, la reducción del 5,8% de la deuda neta media total (3.471 millones de euros) conllevaría un menor gasto de 200,4 millones de euros. Por otra parte, los gastos financieros se han visto incrementados en 257 millones de euros como consecuencia de: a) un incremento de 38 puntos básicos en el coste medio de la deuda debido principalmente a que la deuda neta media figura a tipos de interés superiores a la media de 2006 por el mayor peso relativo de la deuda latinoamericana y la subida de tipos en divisas libra esterlina, euro y dólar norteamericano respecto 2006; y b) de un menor beneficio de 50 millones de euros en resultados no recurrentes y el gasto asociado a las posiciones contabilizadas a valor de mercado. La cifra de gastos financieros del 2007 supone un coste medio del 5,59% sobre la deuda neta media total del año, y un 5,61% si se excluyen los resultados por tipo de cambio.

Para dar una idea de la sensibilidad de los costes financieros a la variación de los tipos de interés de corto plazo, si éstos subiesen 100 puntos básicos en todas las divisas donde tenemos una posición financiera y consideramos la posición de cierre del año constante en su composición en divisa y saldos, el incremento de gasto financiero sería de 182 millones de euros.

Riesgo de precio de acciones

Telefónica completó durante el año 2007 el 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. Si bien a final del ejercicio de 2007 no existía ningún otro compromiso de recompra de acciones, Telefónica podría establecer, en el futuro, nuevos compromisos de recompra si así lo estimara oportuno la Junta General de Accionistas.

A 31 de diciembre de 2007, Telefónica, S.A., poseía 64.471.368 acciones propias (véase Nota 12). El valor de liquidación de las acciones en autocartera podría verse modificado al alza o la baja en función de las variaciones del precio de la acción de Telefónica.

La Junta General Ordinaria de Accionistas de Telefónica, S.A., en su reunión celebrada el 21 de junio de 2006, aprobó la aplicación de un plan de incentivos a largo plazo dirigido a los Consejeros Ejecutivos y Personal Directivo de Telefónica, S.A. y de otras sociedades del Grupo Telefónica, consistente en la entrega a los partícipes seleccionados al efecto, previo cumplimiento de los requisitos fijados en el mismo, de un determinado número de acciones de Telefónica, S.A. en concepto de retribución variable (véase Nota 20.a).

Este plan de incentivos consta de varios ciclos. En lo que se refiere al primer ciclo (1 de Julio de 2006), el número máximo de acciones asignado ascendió a 6.530.615 acciones, mientras que en el segundo ciclo el número máximo de acciones asignadas sería de 5.556.234. Según se establece en el plan, la procedencia de las acciones puede ser (a) acciones de Telefónica, S.A. en autocartera, que hayan adquirido o adquirieran, tanto la propia Telefónica, S.A. como cualesquiera sociedades de su grupo, previo cumplimiento de los requisitos legales establecidos al efecto; o (b) acciones de nueva emisión. La posibilidad de entregar acciones a los empleados en el futuro, en función de la remuneración o beneficio relativo percibido por el accionista, implica un riesgo dado que podría existir la obligación de entregar el número máximo de acciones al final de cada ciclo, cuya adquisición (en el caso de compra en mercado) en el futuro podría suponer una salida de caja superior a la que se requeriría a la fecha de comienzo de cada ciclo si el precio de la acción se encuentra por encima del precio correspondiente a la fecha de comienzo del ciclo. En el caso de emisión de nuevas acciones para entregarlas a los beneficiarios del plan, se produciría un efecto dilutivo para el accionista ordinario al existir un número mayor de acciones en circulación.

Con el fin de reducir el riesgo mencionado en el párrafo anterior y disponer de las acciones necesarias al finalizar el ciclo iniciado en el ejercicio 2006, Telefónica adquirió un instrumento a una entidad financiera mediante el cual, al finalizar el ciclo, Telefónica obtendrá un número de acciones determinado en función del mismo nivel de logro que el establecido para el plan. El número

²Deuda Total = Deuda Financiera Neta +Garantías financieras no consideradas en la deuda financiera neta + Compromisos netos por reducción de plantilla.

máximo de acciones que Telefónica podría recibir es de 7.200.000. El coste de dicho instrumento ascendió a 46 millones de euros que, en valores unitarios, supone 6,43 euros por cada acción (véase Nota 20).

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 2007, Telefónica vendió completamente su participación en Airwave O2, Ltd, en Endemol Investment Holding, BV y desinvirtió parcialmente en Portugal Telecom, S.G.P.S, S.A. (venta del 1,809% del capital de dicha sociedad). También durante 2007, en virtud del dividendo no monetario repartido por Portugal Telecom, Telefónica ha recibido de manera directa e indirecta un total de 16.879.406 acciones de PT Multimedia, SGPS, S.A (véase Nota 9).

Riesgo de Liquidez

Telefónica pretende que el perfil de vencimientos de su deuda se adecúe 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 de 2007, el vencimiento medio de la deuda financiera neta (45.284 millones de euros) era de 6,24 años. El Grupo necesitaría generar alrededor de 7.257 millones de euros por año para poder repagar la deuda en ese plazo si aplicara la caja en su integridad a dicho fin. La generación de caja de 2007 supera holgadamente esta cifra por lo que de mantener la misma capacidad de generación de caja durante el plazo de la vida media de la deuda, el Grupo repagaría la totalidad de la deuda antes de 6,24 años si aplicara la totalidad de esa caja al citado fin.

Los vencimientos brutos de deuda en 2008, que ascienden a aproximadamente 6.776 millones de euros (incluyendo la posición neta de instrumentos financieros derivados), son inferiores a la disponibilidad de fondos, medida como suma de: a) las inversiones financieras temporales y tesorería a 31 de diciembre de 2007 (6.477 millones de euros excluyendo los instrumentos financieros derivados); b) la generación de caja anual prevista para 2008; y c) las líneas de crédito comprometidas por entidades bancarias no utilizadas y con un vencimiento inicial superior a un año (por un importe superior a 4.000 millones de euros a 31 de diciembre de 2007), lo que elimina la necesidad de Telefónica de

acceder a los mercados de capitales o de créditos durante, al menos, los próximos 12 meses.

Con motivo del mayor endeudamiento de Telefónica que tuvo lugar tras la adquisición de las acciones de O2 y la excesiva concentración de los vencimientos de deuda en plazos cortos, Telefónica puso en marcha un ambicioso plan de refinanciación que se ha traducido durante los años 2006 y 2007 en las siguientes actuaciones: (1) la refinanciación de aproximadamente 15.977 millones de euros mediante emisiones de bonos y obligaciones en los mercados de capitales internacionales como el euro, la libra, el dólar, el yen y la corona checa (de los cuales, 3.974 millones de euros se han realizado durante el año 2007 antes del deterioro de los mercados de crédito (véase Nota 13), y de aproximadamente 11.000 millones de euros en el mercado de créditos sindicados y préstamos; (2) el alargamiento del perfil de vencimientos de la deuda (incluidos aquellos derivados de la deuda adicional incurrida tras la adquisición de O2 en el Reino Unido) y, como consecuencia, la extensión de la vida media de la deuda financiera neta pasó desde 3,75 años hasta los 6,24 años del cierre de 2007; (3) la reducción de aproximadamente 5.389 millones de euros de deuda financiera neta en 2007 y aproximadamente 1.610 millones a la reducción de los compromisos de los planes de jubilación.

La holgura de liquidez existente como consecuencia de la ejecución del plan de refinanciación (supuesto que se cumplieran las proyecciones internas) permite acomodar el resto de los compromisos financieros que se adquieran, centrarse en el crecimiento del negocio a través de nuevas inversiones y/o acelerar o incrementar la remuneración al accionista.

El detalle por vencimientos de los intereses futuros estimados sin considerar actualización de los pasivos financieros en vigor a 31 de diciembre de 2007 es:

Millones de euros	Total
1 año	2.495
2 años	3.278
3 años	2.254
4 años	2.055
5 años	1.491
Más de 5 años	8.240
Total	19.813

La estimación de los tipos de interés aplicables a la deuda a tipo variable se ha obtenido sobre la base de los tipos de interés forward de las curvas de mercado monetario más líquidas.

Riesgo país

La percepción del riesgo soberano (medido por los diferenciales de crédito) en Latinoamérica alcanzó niveles récord muy bajos a finales de mayo de 2007 (168 puntos básicos). Esta tendencia a la baja fue interrumpida más adelante debido a la creciente volatilidad en los mercados financieros, de modo que el riesgo país comenzó a aumentar hasta finalizar el año en 270 puntos básicos.

La coyuntura macroeconómica en la región continuó siendo positiva en 2007, con un aumento del PIB del 5,6% (misma expansión que en 2006), siendo Argentina el país con mayor crecimiento (8,6%) y Ecuador el que creció menos (2,7%). Estas cifras hacen que la región haya cumplido en 2007 cinco años consecutivos de tasas de crecimiento muy elevadas (los últimos cuatro sobrepasando el 4,5%) fundamentadas en sólidos pilares, donde la demanda interna se sitúa en la vanguardia. En este sentido, el dinamismo de la inversión (11,6%) y la aceleración del consumo (6,8%) han sido los factores determinantes que sostienen esta tendencia positiva. Como porcentaje del PIB, la inversión superó el 21% en 2007, la mayor participación desde 1990.

Este cuadro macroeconómico positivo ha permitido un crecimiento saludable de la renta per cápita del 4% en 2007, promediando un 4,1% en los últimos cuatro años. Esto representa el incremento consecutivo más fuerte desde los años 70. Al mismo tiempo, la inflación, después de alcanzar niveles mínimos históricos en 2006 (5%), se incrementó marginalmente en 2007 (6,1%), debido, básicamente, a los altos precios internacionales de los alimentos y la energía. En algunos casos, no obstante, las presiones de demanda asociadas al ciclo fueron también un factor explicativo, especialmente en países con las mayores tasas de expansión. En este sentido, Venezuela (20%) y Argentina (8,5%), continúan siendo los países con las mayores tasas de inflación de la región.

El crecimiento robusto del empleo ha permitido mejorar la mayoría de los indicadores sociales de la región, con una tasa de desempleo que se ha situado por debajo del 8% (el valor más bajo desde el inicio de los años 90). La mejora en el empleo formal ha sido uno de los hechos más característicos de esta tendencia (especialmente en Brasil), mientras que los salarios reales crecieron a una tasa moderada (1,5%). El incremento en la masa salarial contribuyó notablemente a la expansión del gasto de los hogares y a una fuerte reducción de las tasas de pobreza. De acuerdo a datos de la CEPAL, el porcentaje de personas que viven por debajo de la línea de pobreza e indigencia en Latinoamérica se ha reducido desde el 42,5 en 1999 al 35,1 en 2006. Esta caída se ha visto acompañada por una mejora en la distribución de la renta, como muestra el índice de Gini, que ha caído de 0,58 en 1999 a 0,55 en 2006, destacando importantes avances en los grandes países de la región como Brasil, México y Argentina.

No obstante, este favorable desarrollo económico no elimina el riesgo político que todavía existe en algunos países

latinoamericanos, riesgo ligado en la mayoría de los casos a la incertidumbre que se deriva de acciones inesperadas que suponen un cambio notable respecto a la situación pasada. En este sentido, Venezuela y Ecuador son los países más expuestos a este tipo de riesgo. En el primero, la "Ley Habilitante" permitió la nacionalización de grandes proveedores de servicios públicos en los sectores energético y de las telecomunicaciones, lo que se aunó a la cada vez mayor presencia estatal en el sector del petróleo. En el caso de Ecuador, se espera una mayor participación del Estado en la economía, hecho que ya ha sido observado en los nuevos acuerdos de participación estatal en los beneficios de las compañías petroleras que operan en el país alcanzados a finales de 2007. También este proceso podría afectar a importantes renegociaciones contractuales, incluido el sector de las telecomunicaciones en el que Telefónica está inmersa en la actualidad. Finalmente, en Argentina se siguen publicando distintos índices de inflación crecientemente dispares entre sí, lo que añade incertidumbre a la escena de precios relativos, distorsionada por la congelación de las tarifas de muchos servicios públicos desde 2001, los crecientes subsidios y la política de represión de precios que afecta a productos esenciales de la canasta básica de consumo.

En la mayor parte de los países latinoamericanos, a excepción de México, la ola de reformas estructurales se ha detenido debido a una carencia de mayorías en el Congreso o a la fragmentación política que ha estado presente en la Cámaras de representación popular. Ello ha minado el impulso que en los últimos años se dio a objetivos sociales y humanos con el fin de alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, postulados por el Banco Mundial. Además, escasos avances en el marco institucional, a pesar de la bonanza económica, y el azote de la corrupción (mucho mayor al de otras regiones con un nivel similar de desarrollo humano) deberían generar sólidos incentivos que permitan implementar cambios profundos a lo largo de toda la región. El Índice de Libertad Económica de 2008, compilado por la Heritage Foundation, muestra que sólo Chile puede ser considerado un país mayoritariamente libre, mientras que el resto de países de Latinoamérica se sitúan entre los mayoritariamente no libres o moderadamente libres. En el lado más negativo, Cuba y Venezuela se encuentran en el otro extremo desde el punto de vista económico.

Un análisis de la calidad crediticia de la región muestra mejoría en 2007, como puede observarse en la tabla de abajo. En términos generales, los países latinoamericanos han aprovechado la favorable coyuntura macroeconómica creada por los altos precios de las materias primas, el dinamismo del comercio, los flujos de capitales (inversión tanto directa como de cartera) y las remesas de emigrantes para mejorar sus indicadores externos, tales como la deuda en manos de extranjeros o el nivel de los activos de reserva. De este modo, durante 2007, las economías de la región redujeron nuevamente el ratio de deuda externa sobre PIB, hasta el 20%, la mitad de su nivel hace cinco años (42%) y acumularon 113.000 millones de dólares de reservas internacionales (3,3% del PIB regional), la cantidad más alta desde 1990 y el doble de la

CALIFICACIÓN CREDITICA SEGÚN STANDARD & POOR'S

País	Calificació	Cambio en escalones desde enero a diciembre de 2007	Escenario
Argentina	B+	=	Estable
Brasi	BB+	+1	Positivo
Chile	A+	+1	Estable
Colombia	BB+	+1	Estable
Ecuador	B-	+2	Estable
México	BBB+	+1	Estable
Perú	BB+	+1	Positivo
Uruguay	B+	+1	Positivo
Venezuela	BB-	=	Estable

magnitud conseguida en 2006. También han mejorado notablemente los balances del sector público a lo largo de los últimos cinco años, con un balance fiscal próximo al equilibrio en 2007 (-0,1% del PIB) y un ratio de deuda gubernamental en mínimos desde la pasada década (31,8% del PIB). Como consecuencia de estas mejoras, los sectores públicos de países como Chile, Brasil, Perú y Venezuela se han convertido en acreedores netos externos.

Como resultado de estas mejores perspectivas externas y la buena gestión de las posiciones de deuda (de acuerdo a estimaciones de las agencias calificadoras, la amortización de bonos soberanos a lo largo de 2007 fue mayor que en 2006), todos los países latinoamericanos a excepción de Venezuela y Argentina mejoraron sus calificaciones crediticias en 2007. Esto deja a tres de los países más grandes, Brasil, Perú y Colombia, a un solo escalón de la calificación de Grado de Inversión. Si comparamos con la mediana de países calificados como Grado de Inversión, Brasil cuenta con una reducida deuda externa aunque su deuda pública todavía es demasiado gravosa. Estos dos aspectos juegan un papel favorable en Perú, que sin embargo tiene la debilidad de su excesiva dependencia en las mercancías y la falta de reformas en el ámbito micro. El deterioro de la cuenta corriente en Colombia también es un factor que mancha los buenos datos en deuda externa y de corto plazo. Por último, estos tres países no logran un aprobado en los requerimientos en materia de mejora en la calidad institucional.

Por países, las amortizaciones de deuda o los swaps de deuda interna en condiciones más favorables continuaron dándose en Brasil y Perú, lo que ha permitido fortalecer aún más sus posiciones externas. Brasil acumuló 87.500 millones de dólares en reservas internacionales durante 2007, elevando su cantidad total de reservas hasta los 12,5 meses de importaciones, desde los 5,5 de 2000. Este colchón financiero equivale aproximadamente a la totalidad de la deuda externa del país. La carga del servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones se sitúa en el 36%, cayendo desde el 41,3% en 2006. Perú también ha mejorado ostensiblemente su vulnerabilidad externa por medio de una reestructuración de la deuda con objeto de alargar los

vencimientos y de un prepago de 1.794 millones de dólares al Club de París. Esto ha permitido al país disminuir su deuda externa desde el 32,7 hasta el 28,4 como porcentaje del PIB.

La calificación de Argentina permaneció estable en 2007, mientras que Uruguay mejoró, obteniendo ambas economías niveles superiores a los que se dieron previamente al impago de la deuda, a principios de este siglo. Para Argentina sería muy importante alcanzar un acuerdo con el Club de París y los tenedores de bonos con objeto de seguir mejorando su calificación crediticia. Éste es un desafío capital para la economía argentina puesto que las cantidades pendientes son considerables: 4.800 millones de dólares con el Club de París y 27.100 millones con el resto de acreedores.

Chile y México, los dos únicos países con Grado de Inversión en la región, obtuvieron mejoras en sus calificaciones crediticias en 2007, después de dos años de estabilidad. La revisión de Chile le dio a este país su calificación más alta de su historia reciente. Ésta respondió al saneamiento de sus finanzas públicas, que disfrutaron de una posición acreedora internacional del 12,9% en 2007. Ayudado por el imparable incremento en el precio del cobre, el Fondo Fiscal Externo alcanzó los 22.500 millones de dólares y se espera que siga creciendo, al menos, hasta 2010. En 2007 Chile modificó su regla de superávit fiscal estructural, bajándolo desde el 1 hasta el 0,5% del PIB. Ésta actúa como una política fiscal contracíclica que protege al país de un posible choque externo que pudiera golpear a la economía. México pagó anticipadamente en 2007 una cantidad de deuda importante (6.500 millones de dólares), reduciendo su ratio de deuda externa hasta casi el 4% del PIB. Las reformas estructurales en el frente fiscal, así como posibles futuras nuevas reformas en el sector energético han llevado a las agencias a aumentar la calificación crediticia de la economía mexicana.

Colombia sorprendió nuevamente en 2007 con un desarrollo económico y financiero notables. Por esta razón, su calificación fue mejorada en mayo y ahora se encuentra en el máximo desde 1999, año en que el país sufrió una profunda crisis financiera que causó la pérdida de su condición como economía Grado de

Inversión. La vuelta a un clima de negocios positiva generó un histórico crecimiento en inversión productiva y una apuesta foránea en las grandes posibilidades del país, tanto en productos tradicionales como en no tradicionales. Esto además se ve espoleado por el proceso de desregulación que ha llevado a la privatización de la compañía petrolera estatal Ecopetrol y a mayores perspectivas de más privatizaciones en el sector energético en 2008. Esto podría eventualmente animar la Inversión Extranjera Directa este año, avanzando un buen comportamiento en este respecto en 2007: más de 7.600 millones de dólares.

Venezuela, el país con el escenario de crédito menos estable en los últimos 10 años (14 cambios de calificación), mantuvo su condición BB que alcanzó en febrero de 2006 (no vista desde 1994). El impacto del aumento del precio del petróleo en los sectores público y privado fue el mayor causante de esta mejora. El superávit externo (mayor al 10% del PIB) hizo posible, por segundo año consecutivo, una extraordinaria acumulación de reservas internacionales, que permitieron al gobierno comprar 600 millones de dólares de bonos argentinos e incrementar la cantidad del "Fondo de Desarrollo Regional" en más de 7.000 millones de dólares. A pesar de estos hechos, el régimen de control de capitales a través de CADIVI se ha mantenido, al tiempo que permanecía el tipo de cambio fijo y la inflación navegando sobre el 20%. Para evitar una enorme depreciación del tipo de cambio paralelo, CADIVI autorizó 43.100 millones de dólares en 2007, un 57,5% más que en 2006. Ello representa una cobertura de importaciones del 88,6%, frente al 71,1% de 2006.

De forma diferente a lo que sucedió en 2006, la calificación de Ecuador fue aumentada en dos escalones en noviembre de 2007, de CCC a B-. Esto indica una mejora sustancial desde la media de CCC que Ecuador había mantenido durante la década pasada, como consecuencia de su inestabilidad política y problemas financieros que desembocaron en la reestructuración de la deuda. Declaraciones del nuevo presidente, así como del ministro de finanzas, que rechazaban la posibilidad de un impago selectivo de la deuda considerada como "ilegal" motivaron la mejora en la calidad crediticia. Además, las cuentas financieras apuntan hacia una consolidación tanto fiscal como externa. Tanto la deuda pública como la externa cayeron dos puntos como porcentaje del PIB de 2006 a 2007, alcanzando un 39 y un 28%, respectivamente.

Para gestionar o mitigar el riesgo país Telefónica ha venido 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 no necesarios para acometer nuevas oportunidades de desarrollo rentable del negocio en la región.

En referencia al primer punto, las compañías latinoamericanas tienen un volumen de deuda neta externa sin garantía por parte de compañías españolas de 4.385 millones de euros, un 8,7% sobre la deuda neta financiera del Grupo, destacando Colombia (2.650 millones de euros), Brasil (1.292 millones de euros) y Perú (809 millones de euros).

En cuanto al punto segundo, la repatriación de fondos, en el año 2007 se recibieron en términos netos 2.250 millones de euros de Latinoamérica, la mayor parte en concepto de préstamos intragrupo (devolución de principal y pago de intereses) y reducción de capital (1.398 millones de euros) y dividendos (852 millones de euros). El resto por intereses y pagos de comisiones de gestión ("Management Fees").

En este aspecto, cabe resaltar que desde febrero de 2003, está en vigor un régimen de control cambiario en Venezuela. Para administrar el régimen de control de cambios y determinar las autorizaciones de venta de divisas se creó la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI). Este organismo ha dictado diversas normativas ("providencias") que regulan las modalidades de venta de divisas en Venezuela al tipo de cambio oficial. Las empresas extranjeras que están debidamente registradas como inversores extranjeras tienen derecho a solicitar aprobación para adquirir divisas al tipo de cambio oficial a CADIVI de acuerdo con la providencia Número 029, Artículo 2, apartado c) "Remisión de beneficios, utilidades, rentas, intereses y dividendos de la inversión internacional". Telcel, filial del Grupo en Venezuela, obtuvo en 2006 la aprobación de 137 millones de dólares por este concepto y en 2007 por 240 millones de dólares. En la actualidad esta pendiente de aprobación el último dividendo recientemente solicitado por un importe de 365 millones de dólares. Por consiguiente en el futuro el Grupo deberá seguir obteniendo las autorizaciones necesarias para todas las solicitudes que presenta ante CADIVI, esperando que éstas se produzcan con la misma diligencia y frecuencia como se han venido produciendo en el pasado, de manera que se pueda continuar con el desarrollo normal de nuestros negocios en Venezuela y con capacidad para repatriar fondos desde este país.

Riesgo de crédito

El Grupo Telefónica opera en derivados con contrapartidas de alta calidad crediticia. Así Telefónica, S.A., opera con entidades de crédito cuyo rating aplicable a su "Deuda Senior" está por lo menos en el rango A. En España donde reside la mayor cartera de derivados del Grupo, existen acuerdos de "netting" con las entidades financieras, de forma que se pueden compensar en caso de quiebra, posiciones deudoras y acreedoras siendo el riesgo sólo por la posición neta. En Telefónica, S.A., siempre que la operativa lo permite, se intenta "netear" posiciones de riesgo con las diferentes contrapartidas al contratar nuevas operaciones. Así pues si se toma una posición "a pagar" en cierta divisa D, se buscarán aquellas contrapartidas con las que tenga una posición "a recibir", y se cerrará con ellas siempre que las condiciones de la operación lo aconseje. De esta forma se reduce el riesgo crediticio potencial. Si el rating de una contrapartida, cae por debajo del rango A, se analizará caso por caso si se cancelan las operaciones. Los factores a tener en cuenta a la hora de analizar son, el plazo de la operación, si la posición global es deudora (no hay riesgo de crédito actual) o acreedora, del nuevo rating.

Para otras filiales, en especial para las filiales de Latinoamérica, dado que el rating soberano establece un techo y este es inferior al A, se opera con entidades financieras locales cuyo rating para los estándares locales es considerado de muy alta Calidad Crediticia.

Respecto al riesgo de crédito comercial, el Grupo Telefónica entiende su gestión como uno de los elementos esenciales para contribuir a los objetivos de crecimiento del negocio y de la base de clientes, de forma coherente con la política de gestión de riesgo del Grupo.

Así, el modelo de gestión del riesgo de crédito comercial del Grupo se basa en un seguimiento constante del riesgo asumido y de los recursos necesarios para gestionar las diferentes unidades del Grupo, de forma que se optimice la relación rentabilidad-riesgo en el desarrollo e implementación de los planes de negocio que las mismas lleven a cabo en su gestión periódica.

Para ello, se establecen políticas, procedimientos, circuitos de autorización y prácticas de gestión homogéneas para todas las empresas del Grupo, teniendo en cuenta sus particulares necesidades y las mejores prácticas internacionales en esta materia, e incorporando este modelo de gestión del riesgo de crédito comercial en los procesos de decisión del Grupo, tanto a nivel estratégico, como en los operativos del día a día.

Asimismo, respecto al riesgo crediticio de las partidas de efectivo y equivalentes de efectivo, el Grupo Telefónica coloca sus excedentes de Tesorería en activos del mercado monetario de alta calidad crediticia y máxima liquidez. Dichas colocaciones están reguladas por un Marco General que se revisa anualmente en función de las condiciones de mercado y de los países en los que el Grupo opera. En dicho Marco General se establecen (i) los importes máximos a invertir por contrapartida dependiendo del

rating (calificación crediticia a corto y largo plazo) de la misma, (ii) el plazo máximo al que realizar las inversiones y (iii) los instrumentos en los que se autoriza colocar excedentes. En el caso de Telefónica, S.A., que es donde la Compañía que coloca la mayor parte de los excedentes del Grupo, el plazo máximo de colocación se limitó en 2007 a 180 días y la calidad crediticia de las contrapartidas utilizadas, medido en términos de "rating" siempre se situó por encima de A- y/o A3 por S&P y Moody's respectivamente.

La exposición máxima al riesgo de crédito mantenida por el Grupo está principalmente representada por el valor en libros de los activos financieros (Notas 11 y 13) así como por las garantías prestadas por el Grupo (Nota 20).

Gestión del capital

La dirección financiera de Telefónica, S.A., responsable de la gestión del capital del Grupo, considera varios argumentos para la determinación de la estructura de capital de la Compañía.

El primero, la consideración del coste del capital en cada momento, de forma que nos aproximemos a una combinación que optimice el mismo. Para ello, el seguimiento de los mercados financieros y la actualización de la metodología estándar en la industria para su cálculo (WACC, weighted average cost of capital) son los parámetros que se toman en consideración para su determinación. El segundo, un ratio de apalancamiento que nos permita obtener y mantener la calificación crediticia deseada en el medio plazo y con la que la Compañía pueda compatibilizar el potencial de generación de caja con los usos alternativos que pueden presentarse en cada momento.

Estos argumentos generales comentados anteriormente se completan con otras consideraciones y especificidades que se tienen en cuenta a la hora de determinar la estructura financiera de la Compañía, tales como el riesgo país en su acepción amplia, la eficiencia fiscal o la volatilidad en la generación de la caja.

Política de derivados

A 31 de diciembre de 2007, el importe nominal de derivados vivos contratados con contrapartidas externas ascendía a 130.715 millones de euros. Este importe es similar al correspondiente al año anterior pues sólo se ha incrementado un 8,7 % sobre las cifras presentadas en 2006 (120.267 millones de euros equivalentes). 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. Aún 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:

1. 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 subyacentes como partidas cubiertas, 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 la normativa contable 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 las variaciones se registran en la cuenta de resultados.

2. 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, aún buscando una cobertura perfecta de los flujos, la escasa profundidad de ciertos mercados, en especial los asociados a divisas latinoamericanas 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.

3. 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. y Telefónica Internacional, S.A.). 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).

4. 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.

5. 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 de 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.

6. Contabilidad de Cobertura:

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 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.

En más de 80 años de historia, Telefónica ha superado a otras compañías que fueron referente en el pasado

Telefónica nace en 1924, participada por una multinacional norteamericana (ITT) en España. Tras una trayectoria de 84 años, la Compañía es el mayor operador integrado del mundo por número de accesos de clientes (más de 228 millones), opera en 24 países, tiene una plantilla superior a 248.000 empleados, y mantiene su identidad como principal empresa multinacional española bajo la marca Telefónica.

1 millón de accesos de clientes

1924

Se constituyó en Madrid la Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE), participada de International Telephone and Telegraph Corporation (ITT) de Nueva York. 78.124 teléfonos existentes.



1928

Alfonso XIII y el Presidente de Estados Unidos, Calvin Cooling, inauguran el inicio de las comunicaciones telefónicas transatlánticas.



1945

El Estado español nacionaliza el 79,6% del total de acciones de la CTNE propiedad de la ITT.



1953

Se alcanza el primer millón de teléfonos en España. Sólo once países en el mundo habían llegado a esta cifra.

1960

La CTNE era ya la primera empresa del país, con 100.000 accionistas, 10.412 millones de pesetas de capital y 32.000 empleados en su plantilla.



1967

Inicio de las comunicaciones por satélite. Telefónica inauguró la estación terrena de comunicaciones de Buitrago de Lozoya.



historia

5 millones de accesos de clientes

10 millones de accesos de clientes

1971

Telefónica puso en servicio la primera Red Especial de Transmisión de Datos de Europa. Se colocó el teléfono a 5 millones de clientes.



1974

La CTNE cumplió 50 años. El aumento de la demanda de circuitos de transmisión de datos, favoreció, pocos años después, el desarrollo del sistema TESYS.

1978

Se instaló el teléfono número 10 millones.



1985

Se creó la nueva imagen y la nueva denominación de la empresa: Telefónica de España, S.A.



Telefónica

1987

Telefónica empieza a cotizar en la Bolsa de Nueva York.



1988

Entra en vigor la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT).

1990

Telefónica lanzó el servicio móvil analógico MovilLine alcanzando una cobertura de un 98% del territorio y de la población en tres años.

 **MovilLine**

Telefónica adquirió participaciones en el capital y se hizo cargo de la gestión de las empresas CTC y ENTEL, en Chile, y Argentina.



32 millones de accesos de clientes

68 millones de accesos de clientes

1993

Con el inicio de la comercialización del primer satélite español Hispasat, Telefónica presente en 6 países americanos, dió el salto a la participación en redes transeuropeas.

1994

Lanzamiento de la telefonía móvil digital. Entrada de Telefónica en Perú.

Movistar



1995

Primera privatización parcial de Telefónica.



Auge de Internet
Telefónica lanzó Infovía.



1998

Un consorcio encabezado por Telefónica ganó el concurso por la empresa Telesp, que opera en el estado de São Paulo.



Telefónica presentó su nueva imagen corporativa.

Telefónica

1999

Inicio de la banda ancha a través de la tecnología ADSL.

Línea ADSL »

Telefónica se privatizó totalmente y se organizó como un holding para gestionar líneas de negocio de carácter global.

2000

Operación Verónica. Telefónica realizó una oferta pública de acciones en Telefónica de Argentina, Telesp y Tele Sudeste (Brasil), y Telefónica del Perú. Esto permite a Telefónica una gestión integrada de las operaciones de telefonía fija en Latinoamérica.

100 millones de accesos de clientes

200 millones de accesos de clientes

228 millones de accesos de clientes

2002

Telefónica inició las desinversiones en medios de comunicación. Fusiona su plataforma de TV Digital.

2003

Telefónica y Portugal Telecom crean una empresa conjunta que agrupa sus activos de telefonía móvil en Brasil.



2004

Adquisición de los activos de telefonía móvil de BellSouth en América Latina.



2005

Compra del 5% del capital social de China Netcom.



Adquisición de Cesky Telecom.



Lanzamiento mundial de la nueva identidad de Movistar.



2006

Telefónica compra el 51% de Colombia Telecom.



Telefónica adquiere los activos europeos de la operadora de telefonía móvil O2 en Reino Unido, Alemania e Irlanda.



Adjudicación de la licencia de móvil en Eslovaquia.

Telefónica se estructura para gestionar al cliente de forma integral, generando tres áreas geográficas: España, Latinoamérica y Europa.

2007

Telefónica O2 Eslovaquia comienza sus operaciones.

Vivo refuerza su liderazgo en el mercado de telefonía móvil en Brasil al tomar el control de Telemig y Amazônia Celular.

Telefónica formaliza su entrada en Telecom Italia, con una participación del 10%.



Telefónica y China Netcom amplían su colaboración estratégica.



La Universidad Corporativa de Telefónica se pone en marcha.



Cronología

“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación”.
Espíritu de Progreso

Primer Trimestre

Desarrollo de la oferta y Orientación a Clientes

Telefónica firma un acuerdo para desarrollar en España servicios domóticos para el hogar, basados en la Banda Ancha.

Telefónica lanza la televisión de pago en Colombia.

Telefónica, la primera empresa de España que pone a prueba la TV interactiva a través del móvil.

Movistar, primera operadora en implantar en España el modelo de tarifas de cobro por segundos.

Telefónica, la primera compañía que lanza en España una oferta exclusiva de telefonía móvil para personas con discapacidad.

Imagenio incorpora nuevas funciones para facilitar una navegación más completa y avanzada.

Organización y estrategia

El Presidente de Brasil inaugura en Sao Paulo el mayor contact center de Atento en el mundo, que creará 6.000 empleos.

ATENTO:

Telefónica Europa en Eslovaquia comienza sus operaciones, logrando más de 110.000 clientes activos en los primeros 12 días.

Telefónica Latinoamérica lanza en Santiago de Chile su programa de futuro “Ahora”, con el lema “Aún más, aún mejores”, para alcanzar los 170 millones de clientes en la región en 2010.

Promoviendo la Sociedad de la Información

Telefónica presenta el informe “La Sociedad de la Información en España 2006”.

Telefónica presenta en el “3GSM World Congress Barcelona 2007” la nueva tecnología HSDPA, que llevará los servicios 3G al domicilio del usuario.



Telefónica recibe el premio “Príncipe Felipe” a la Excelencia Empresarial, en la categoría de Sociedad de la Información y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Responsabilidad Corporativa

Telefónica crea una Red Nacional de Ordenadores para personas con discapacidad.

Telefónica presenta, junto con el Foro de Reputación Corporativa el proyecto “2015, Un mundo mejor para Joana”, su compromiso público con los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU.

Telefónica se compromete en Bruselas a impulsar el buen uso de la telefonía móvil entre menores.

cronología

Segundo Trimestre

Brasil comercializa los primeros *Dúos*.



“Respuesta Empresarios”, premiado por la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo con el IMÁN 2007, y “Servicio más Innovador 2006”, según la revista Actualidad Económica.

Telefónica da servicio a los clientes sin cobertura ADSL a través de Iberbanda, con tecnología LMDS y con velocidades de hasta 4 Mbps.

Telefónica es la primera compañía que ofrece a los anunciantes el teléfono móvil como soporte publicitario.

Acuerdo de Telefónica y Sogecable para ofrecer servicios de telecomunicaciones y de televisión digital satelital.

Telefónica participa en un consorcio para convertirse en accionista de Telecom Italia, con una participación indirecta del 10%.



Telefónica vende Endemol por 2.629 millones de euros.



Telefónica y China Netcom amplían su colaboración estratégica.



La Universidad Corporativa de Telefónica se pone en marcha.

Universitas
Telefónica

Telefónica vende la compañía británica Airwave por 2.982 millones de euros.



Telefónica, primer proveedor de servicios de TI con la certificación UNE: AENOR concede a Telefónica Soluciones el estándar más reconocido para la gestión y operación de la infraestructura de TI.

Fundación Telefónica presenta “DigiWorld América Latina 2007”, el primer estudio regional sobre la Sociedad de la Información en Latinoamérica.

fórum

Emilio Botín y César Alierta sellan un acuerdo estratégico a favor de la educación.

Telefónica Europa recibe el premio “Most Desired Employer” 2007.

La Organización de Estados Americanos premia a Telefónica por su programa Proniño.

proniño

Telefónica organiza el primer foro dedicado a erradicación del trabajo infantil que se celebra en España.

Tercer Trimestre

Desarrollo de la oferta y Orientación a Clientes

Terra lanza "Canal Viajes", su primer proyecto de web colaborativa, un site que permite a los usuarios compartir información, fotos y vídeos.

Telefónica revoluciona el mercado de la conectividad de Banda Ancha a Internet en movilidad, con el módem USB 3,5G Plus Novatel MC950D.

Telefónica Europa ofrece en exclusiva el iPhone en el Reino Unido.

Telefónica anuncia una inversión superior a 8.000 millones de euros en infraestructuras y servicios, en 2007, en el mundo.

Telefónica Europa amplía red y revoluciona precios en Eslovaquia.

Telefónica populariza en España el correo móvil con las tarifas más baratas del mercado.

Organización y estrategia

Telefónica avanza en el Ranking Fortune Global 500, de las 100 mayores empresas del mundo por ingresos.

Vivo refuerza su liderazgo en el mercado de telefonía móvil en Brasil al tomar el control de Telemig y Amazônia Celular.

Telefónica Europa lanza en Alemania su filial de bajo coste Fonico.



Promoviendo la Sociedad de la Información



Movistar, primer operador móvil que crea una comunidad de desarrolladores de *software* libre.

Telefónica arranca su programa de incubaciones para el desarrollo de proyectos e innovación.

Telefónica impulsa Campus Lab, un laboratorio virtual de innovación para la comunidad de campuseros.

Responsabilidad Corporativa

Telefónica figura, por cuarto año consecutivo, en el Dow Jones Sustainability, el índice de las compañías líderes por criterios de sostenibilidad.



Telefónica participa en un encuentro sobre Cambio Climático con Al Gore.

DISTRITO C, Premio a la Sostenibilidad 2007 por su compromiso con el medioambiente.

Cuarto Trimestre

Telefónica Europa lanza en Reino Unido sus servicios de acceso a Internet de banda ancha, con cobertura para el 50% de la población y una velocidad de acceso de hasta 20 megas.

O₂

Brasil estrena su TV digital, con 76 canales y paquetes personalizados.

Telefónica revoluciona el mercado de música digital con la primera tarifa plana para descarga de música en el móvil y PC.

Acuerdo de Telefónica y Yahoo! para prestar servicios globales móviles a más de 100 millones de clientes.



Telefónica presenta el servicio *Gestión Familiar*, para fomentar el uso responsable del móvil y la seguridad de la comunicación de padres e hijos.

La prensa destaca la gestión de Alierta, tras la VI Conferencia de Inversores.

Telefónica arranca la Comunidad de innovación "Ambassadors for Innovation"

Telefónica y sus socios italianos formalizan la entrada en el capital de Telecom Italia.

Julio Linares nombrado Consejero Delegado de Telefónica. Guillermo Ansaldo dirigirá Telefónica España, y Matthew Key Telefónica O2 Europa

Telefónica y China Netcom firman un acuerdo de consultoría de gestión y una carta de intenciones para explorar compras conjuntas.

Telefónica logra el Premio "Best of European Business 2007", por contribuir al impulso de la competitividad en Europa.

La UE confirma a Telefónica como la primera empresa española por esfuerzo en I+D.

Telefónica apuesta por el *venture capital* y entra en Amobee (soluciones de publicidad para móviles), Kyte (TV en el móvil) y GestureTek (tecnología gestual).

Telefónica lanza nuevos servicios para liderar una España Digital "a toda velocidad".

6.000 voluntarios de Telefónica en Latinoamérica y España dicen NO al trabajo infantil.

Telefónica presenta una nueva gama de teléfonos fijos orientados a personas mayores o con alguna discapacidad.

La Presidenta de Chile, Michelle Bachelet, reconoce la labor de Proniño con el Premio Sello Bicentenario 2007.

Fonditel, elegido mejor fondo de pensiones español por el "Investment Pension Europe".

Telefónica Móviles Colombia, la mejor empresa para trabajar en el país.

Convenio de Fundación Telefónica con la FAD para desarrollar proyectos de Cooperación al Desarrollo en Latinoamérica.

Telefónica, S.A.

Informe Anual 2007

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**

Asimismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general la información exigida por la legislación vigente

Edición

Secretaría General Técnica de la Presidencia

Diseño y Maquetación

Addison

Fotografía

Sara Zorraquino

Impresión:

Egraf S.A.

Fecha de edición: Abril 2008

Depósito Legal: M. 18282-2008



Documento impreso en papel 100% reciclado.

The logo for Telefonica, featuring the word "Telefonica" in a yellow, italicized serif font, underlined with a thin yellow line. The logo is set against a purple rectangular background with a subtle gradient and a light-colored curved shape on the right side.

Telefonica

www.telefonica.es