



El Grupo Telefónica en 2004

### TELEFÓNICA: SU LIDERAZGO EN CIFRAS

Telefónica es líder mundial en el sector de las telecomunicaciones, con presencia en Europa, África y Latinoamérica, siendo el operador de referencia en los mercados de habla hispana y portuguesa.

- Tras el ejercicio 2004, los clientes gestionados ascienden a 122 millones.
- En el año 2004, ha reforzado su presencia en Latinoamérica a través de la adquisición de las operaciones móviles de *BellSouth* en 10 países, incorporando 15 millones de nuevos clientes.
- Cuenta con más de 80 años de experiencia en España y 15 en América Latina.
- El impacto de su actividad económica supone entre el 1% y el 2,3% del PIB en los principales países en los que opera (Argentina, Chile, Perú, Brasil, España)
- Es el principal inversor extranjero en Latinoamérica, con más de 70.000 millones de euros de inversión acumulada desde 1990 hasta 2004.
- Su plantilla física asciende a más de 173.000 empleados como Grupo consolidado, de los cuales el 37% se encuentra en Europa y el 62% en Latinoamérica.
- Más de 15.000 proveedores en todo el mundo colaboran con Telefónica, siendo un 92% de ellos proveedores locales en cada país.

Telefónica es una empresa líder en los mercados financieros<sup>1</sup>.

- Tercer operador del mundo por capitalización bursátil, siendo el 2º operador integrado.
- 5ª compañía en el ranking EuroStoxx50.
- Cuenta con más de 1,5 millones de accionistas directos.
- Cotiza en las principales bolsas nacionales y extranjeras.

Telefónica es líder en el entorno económico y empresarial de habla hispana y portuguesa, con un carácter **multidoméstico**, como muestra \*del impacto de sus actividades en 2004:

- Ha redistribuido más de 38.973 millones de euros entre sus grupos de interés, destacando 3.851 millones destinados a empleados, 2.949 a accionistas, 14.914 a proveedores (18.402 incluyendo Capex) y 6.302 a Administraciones Públicas.

Telefónica es líder tecnológico en su sector.

- Durante el año 2004 dedicó cerca de 2.400 millones de euros a actividades de innovación tecnológica.
- De ellas, las actividades específicas de I+D superaron los 460 millones de euros
- De las más de 1.700 personas que se dedican a actividades innovadoras en el Grupo, 1.271 pertenecen a Telefónica I+D y 491 a otras líneas de negocio. Además, 4.139 personas se dedican a estas actividades en empresas colaboradoras (empleo indirecto).
- Tiene registradas 1.787 patentes y 1.245 derechos de propiedad intelectual.
- En el año 2004, Telefónica representa el 7% de la inversión en I+D privada nacional.

1. Datos financieros a 28 de febrero de 2005

### EL MEJOR Y MAYOR GRUPO INTEGRADO DE TELECOMUNICACIONES DEL MUNDO

Telefónica se ha marcado como aspiración convertirse en el mejor y mayor grupo integrado de telecomunicaciones del mundo. El mejor, en orientación al cliente, innovación, excelencia operativa, y liderazgo y compromiso de sus profesionales. Y el mayor, tanto en crecimiento y rentabilidad para sus accionistas como en valor de mercado de entre las operadoras integradas.

Como resultado de esta aspiración, el modelo de negocio de Telefónica está orientado a satisfacer las necesidades de comunicación de todos sus clientes, estructurando sus operaciones conforme a las siguientes líneas de actividad:

- **Telefonía fija y banda ancha**, en España y Latinoamérica. Esta actividad es desarrollada, respectivamente, por *Telefónica de España* y *Telefónica Latinoamérica*. El Grupo cuenta con 43,2 millones de líneas en servicio y 5,02 millones de accesos de banda ancha (incluyendo *Telefónica Deutschland*).
- **Telefonía móvil o celular**, en España, Latinoamérica y Cuenca Mediterránea. *Telefónica Móviles* gestiona el servicio ofrecido por el Grupo a más de 78 millones de clientes (tras la adquisición de los activos de *BellSouth*), ofreciendo servicios de voz y datos sobre las últimas generaciones tecnológicas de la telefonía móvil.
- **Otras áreas de actividad**. Entre ellas destacan *TPI (Telefónica Publicidad e Información)* que gestiona el negocio de guías y directorios, en España y Latinoamérica, o *Atento*, compañía líder en la gestión de contactos con clientes en lengua hispana y portuguesa con casi 75.000 empleados.

Junto a estas líneas de actividad, el Grupo cuenta con una serie de filiales e instituciones de apoyo al negocio. Entre ellas destacan: *Telefónica I+D*, la filial que canaliza la innovación de nuevos productos, servicios y aplicaciones; *t-Gestiona*, soporte administrativo del Grupo que gestiona

actividades no estratégicas y comunes entre distintas empresas; *Telefónica Contenidos*, que agrupa los negocios de producción y difusión de contenidos; *Fonditel* y *Antares*, sociedades financieras de seguros, fondos de inversión y pensiones; y *Fundación Telefónica*, responsable de impulsar la acción social y cultural del Grupo en beneficio de los sectores más desfavorecidos en los países en los que opera Telefónica.

Además, existe un *Centro Corporativo* responsable de la definición de la estrategia global y de las políticas corporativas, de la gestión de las actividades comunes y de la generación de políticas de apoyo. Con esta estructura de compañía integrada de empresas, el Grupo busca la construcción en recíproco y la obtención de sinergias entre las líneas de negocio.

### ACCELERAR PARA SER MÁS LÍDERES

La aspiración de ser el mejor y mayor grupo integrado de telecomunicaciones del mundo se asienta sobre un programa de transformación, que bajo el lema *Acelerar para ser más líderes* desarrolla cinco ejes de trabajo: orientación al cliente, innovación, excelencia operativa, compromiso y liderazgo de personas y una identidad de Grupo común.

#### Un Grupo orientado al cliente

En el año 2004, Telefónica ha seguido avanzando en una profunda orientación comercial, pasando de un modelo de compañía centrada en el producto a un Grupo integrado para satisfacer las necesidades globales de comunicación de sus clientes. Para reforzar este enfoque, motivar a toda la organización y transformar la cultura de trabajo, se han impulsado diversas iniciativas en las líneas de negocio, como son *Meta:cliente*, en Telefónica de España, o *Compromiso Cliente*, en Telefónica Latinoamérica.

El reto de Telefónica es transformar la tecnología en soluciones y servicios accesibles, que comporten beneficios claros y relevantes para el cliente.

Para ello, el Grupo se propone aprovechar eficazmente los ocho millones de contactos diarios que mantiene con sus clientes para conocer mejor sus necesidades y anticiparse a ellas, mejorando la oferta de servicios y productos y los canales de distribución y venta.

Telefónica ha identificado cuatro grandes segmentos comerciales sobre los que organizar y reforzar la actividad comercial:

- Personas
- Hogares
- Pymes, Negocios y Profesionales (PNP)
- Grandes Corporaciones  
y Administraciones Públicas.

Con el horizonte temporal de 2008, Telefónica quiere alcanzar los 165 millones de clientes, mejorar su fidelidad y su inversión en comunicaciones a través de servicios de valor añadido.

### Innovación

Para Telefónica, la innovación es el proceso de transformar las ideas en productos y servicios rentables y/o en mejores procesos. Para impulsarla, la Compañía ha puesto en marcha un grupo de seguimiento al más alto nivel, para extender la innovación desde el terreno tecnológico a los diferentes procesos de la cadena de valor, incluyendo el ámbito comercial.

El foco se sitúa en las necesidades del cliente. Para satisfacerlas, la estrategia del Grupo contempla alianzas con otros líderes del sector de las comunicaciones, un plan de objetivos para los profesionales de la plantilla y, por último, comunicaciones periódicas con la comunidad inversora.

Durante el año 2004, el Grupo Telefónica invirtió cerca de 2.400 millones de euros en I+D+i, distribuidos de forma equilibrada entre España y Latinoamérica, de acuerdo a los criterios de innovación tecnológica de la OCDE. De esta cantidad, más de 460 millones fueron dedicados a actividades propiamente dichas de I+D.

### Excelencia operativa

El Grupo se ha marcado la fecha de 2008 para lograr la denominada Telefónica Excelente, una compañía con los mejores niveles sectoriales de satisfacción del cliente, más eficiente y flexible y con profesionales más motivados y dinámicos.

Para alcanzar estos objetivos se va a trabajar sobre tres palancas:

- los servicios y la atención al cliente: concibiendo productos y servicios pensados para su satisfacción, optimizando los parámetros de servicio, atendiéndoles de manera rápida y eficaz, resolviendo sus averías pronto y sin errores en la facturación.
- la gestión de los recursos económicos y humanos: incrementando la productividad de manera continua y escogiendo eficazmente las inversiones.
- los facilitadores de las operaciones: la tecnología, los sistemas, los procesos y la organización.

La complementariedad de la eficiencia, la calidad y la motivación permitirá avanzar hacia una nueva etapa de excelencia en Telefónica, que deberá estar centrada en el cliente.

### Liderazgo y compromiso de personas

El liderazgo de Telefónica empieza en el compromiso de todos y cada uno de los 173.000 profesionales del Grupo en todo el mundo.

Para conseguir alcanzar su visión, el Grupo Telefónica ha reforzado la propuesta de valor para todos sus profesionales, buscando transformarse en una compañía de la que todos sus empleados se sientan orgullosos, una compañía *de y para* las personas, en la que predomine la relación de confianza, donde se premie de manera justa el esfuerzo de cada uno y en la que todos tengan oportunidades de crecer tanto profesionalmente como personas.

Para impulsar este proceso, se han puesto en marcha numerosas iniciativas en torno a cuatro ejes: claridad, política retributiva, desarrollo profesional y comportamientos ejemplares.

Con el fin de medir el impacto de estos planes en los empleados, se han generalizado estudios de clima en todas las empresas del Grupo.

#### **Identidad y comunicación corporativa**

Desde su creación hace 80 años, Telefónica ha tenido unas señas de identidad marcadas por su gestión como una compañía privada (cotiza en Bolsa desde 1925), su orientación a la eficiencia operativa, la innovación o el aprovechamiento de oportunidades, como la entrada en los mercados de América Latina.

Telefónica debe reforzar su posicionamiento como un grupo integrado, como una única empresa, con unos valores y unas señas de identidad compartidos. Esta es la base para alcanzar su aspiración de ser el mejor y mayor grupo integrado de telecomunicaciones del mundo.

Telefónica ha puesto en marcha un Plan de Comunicación Corporativa para trasladar la visión y la estrategia de Telefónica a toda la plantilla. En este Plan destaca el papel de los directivos como principal canal de comunicación entre la empresa y los empleados, apoyado y reforzado por los canales de comunicación interna del Grupo.

#### **UN GRUPO COMPROMETIDO Y RESPONSABLE**

Para convertirse en el mejor y mayor grupo integrado de telecomunicaciones del mundo, Telefónica se ha propuesto ser *la operadora de confianza para todos aquellos que se acerquen a ella: clientes, empleados, accionistas y el conjunto de la sociedad*. Y entiende la confianza como el resultado de cumplir con los compromisos adquiridos, y hacerlo de manera próxima y cercana.

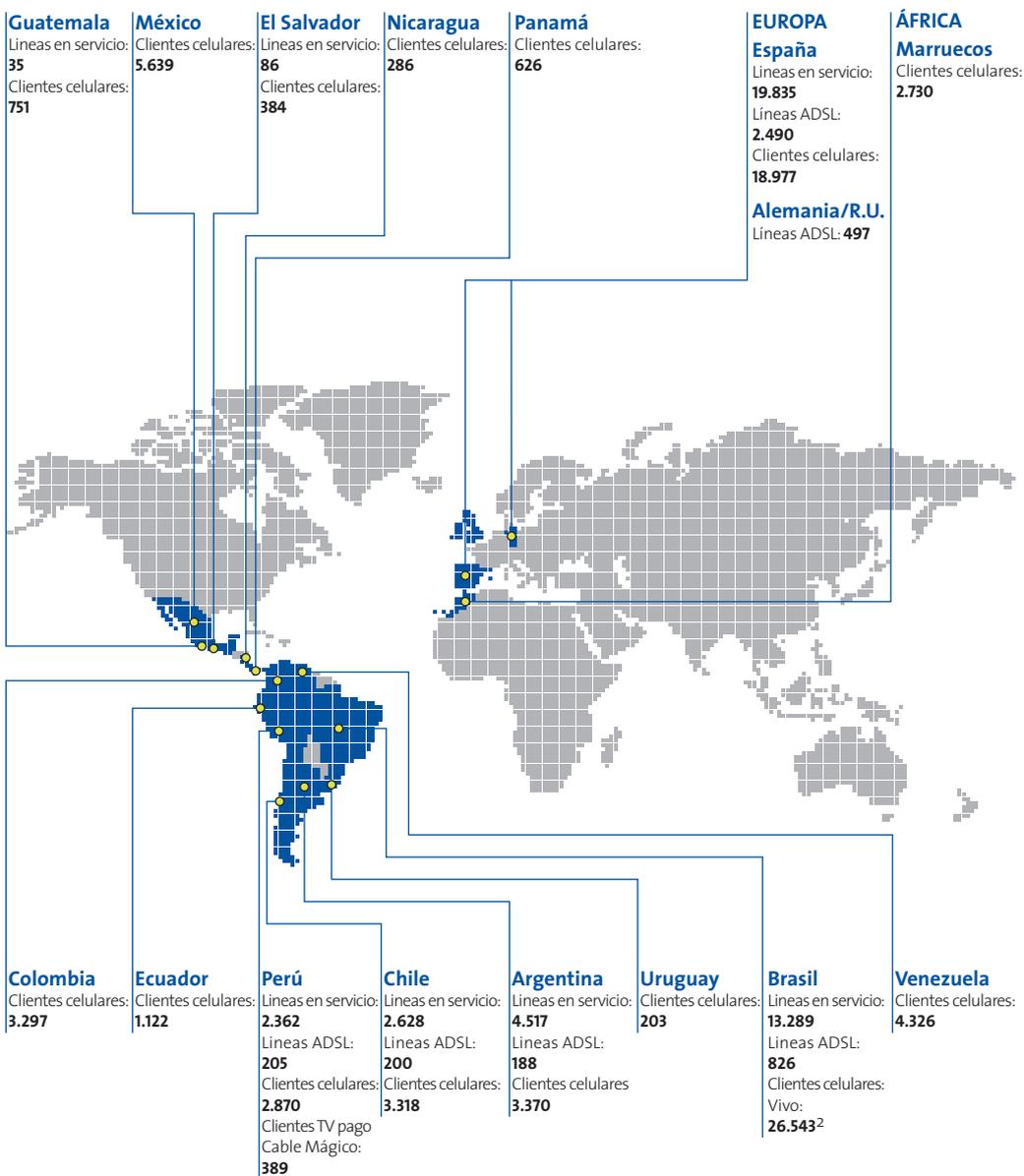
- En primer lugar, el Grupo ha adquirido un compromiso con el gobierno corporativo y la transparencia. En este sentido, tanto Telefónica SA como todas sus filiales publican anualmente su Informe de Gobierno Corporativo, resaltando los principios generales de transparencia. Como muestra de este compromiso, en 2004, Telefónica ganó el Premio Empresa Española a la Mejor Información Financiera en Internet.

- En segundo lugar, Telefónica tiene un compromiso con la responsabilidad corporativa. Este compromiso se manifiesta en la gestión eficaz del negocio; en actuaciones responsables en materia laboral o medioambiental; en fomentar la igualdad de oportunidades; en impulsar la inclusión digital... en definitiva en asumir su papel como motor de desarrollo económico, tecnológico y social de su entorno. Como consecuencia de estas actuaciones, Telefónica ha sido incluida en el Dow Jones Sustainability Index.

- En tercer lugar, el Grupo tiene el compromiso de ser una compañía solidaria. En este sentido, Telefónica apuesta fuerte por las capas más desfavorecidas de la sociedad. La Fundación Telefónica es la responsable de canalizar la acción social y cultural en España, Brasil, Argentina, Chile, México, Perú y Marruecos. La Fundación publica anualmente un informe sobre dicha acción social. En 2004, más de 26 millones de personas se beneficiaron de los proyectos de Fundación Telefónica.

## TAMAÑO DE MERCADO GRUPO TELEFÓNICA

(Cifras en miles. Diciembre 2004<sup>1</sup>)



1. Las líneas en servicio incluyen las líneas ADSL

2. Joint Venture participada al 50% con Portugal Telecom

# Queremos ser el mejor y mayor grupo integrado de

## en resultados

El 2004 ha sido un año récord en nuestras cifras...

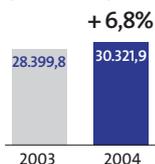
**+30,6%** Beneficio Neto

**+25,0%** Dividendo

**3.771,9** M de inversión

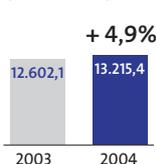
### Ingresos

(Millones de €)



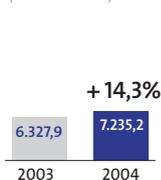
### EBITDA

(Millones de €)



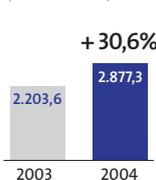
### EBIT

(Millones de €)



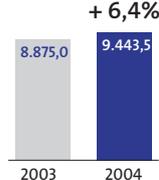
### Beneficio Neto

(Millones de €)



### Generación Libre de Caja OpCF

(Millones de €)

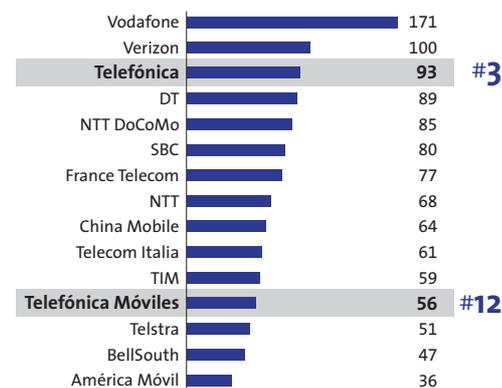


## en los mercados

...con un ascenso en el ranking de capitalización bursátil de la 7ª posición mundial a la 3ª...

### RANKING MUNDIAL POR CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL

Miles de millones de dolares (a 25 de febrero 2005)



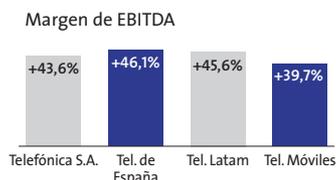
**93.000** M\$ capitalización bursátil

**3ª** Compañía por capitalización bursátil en nuestro sector

**5ª** Compañía europea por capitalización bursátil

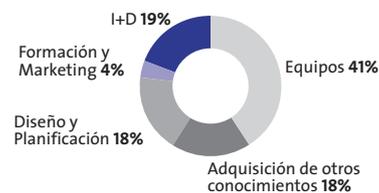
## en eficiencia

...con los mejores ratios de eficiencia del sector...



## en innovación

...con una inversión de **2.398** Millones de € en I+D+...



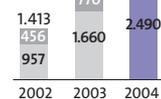
# telecomunicaciones del mundo...

## en clientes

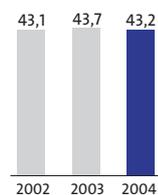
...con cerca de **122** millones de clientes en todo el mundo...

Incremento de **+26,4%**

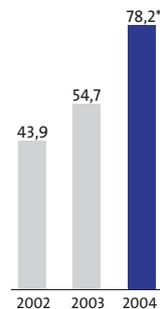
**Líneas ADSL**  
(Millones de clientes)



**Líneas Fijas**  
(Millones de clientes)



**Móviles**  
(Millones de clientes)



\*Incluye la totalidad de clientes de BellSouth

□ Latinoamérica  
□ España

## en retribución al accionista

...con una de las mejores opciones de inversión...

**22,51%** retorno total en 2004

**+25%** Dividendo

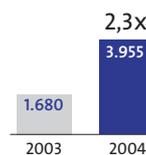
+

Distribución de autocartera **1x25**

+

Plan de recompra en marcha

**Remuneración al accionista**  
(Millones de €)



2,3x



# Datos Relevantes 2004

## en motor de desarrollo

...con unas rentas generadas por el Grupo de 2004 por valor de

**38.973** Millones de € que suponen el

**1,8%** de PIB de los países...

## en empleados

...con más de **173.000** y

**9.000.000** de horas en formación.