

Informe Anual 2006



Indice

Carta del Presidente	5
La visión de Telefónica	8
La visión puesta en marcha: Motor de Progreso	10

nuestro cuerpo

TELEFÓNICA EN 2006

01

01-1	Magnitudes	14
01-2	Estructura del Grupo	32
01-3	Cronología	38
01-4	Información al accionista	42
01-5	Gestión de riesgos	46

nuestra alma

TELEFÓNICA EN 2006

02

02-1	Identidad Corporativa	60
02-2	Principios de Actuación	64
02-3	Responsabilidad Corporativa	68
02-4	Acción Social	90
02-5	Gobierno Corporativo	96
	Resultados enero-diciembre	102

Carta del Presidente



Estimado accionista,

Un año más, la presentación del informe anual del ejercicio 2006 me brinda la oportunidad única de aportar una breve valoración sobre los resultados de nuestra gestión y algunas reflexiones sobre las perspectivas de Telefónica.

Debo expresar mi optimismo y satisfacción porque 2006 ha sido un año en el que se han batido records históricos en la trayectoria de nuestra compañía marcando un antes y un después; y ello, en un entorno del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones altamente favorable para Telefónica, por las oportunidades que ya está ofreciendo y por la sólida posición de partida de la que goza nuestra compañía.

Asimismo, me gustaría compartir con usted el entusiasmo con el que el equipo de profesionales de Telefónica está abordando la transformación necesaria para que nuestra compañía lidere el futuro del sector, mediante la anticipación de las tendencias hacia el nuevo entorno digital.

Nuestros resultados, los mejores del sector

En 2006, ninguna operadora en todo el mundo puede presentar unos resultados tan favorables como los nuestros. Dichos resultados se sintetizan en cuatro ideas básicas: más crecimiento, más rentabilidad, mayor escala y mayor diversidad.

En el último año se ha dado un impulso cuantitativo y cualitativo para seguir ofreciendo la mejor combinación de crecimiento y retribución al accionista del sector. Este binomio se apoya en unos resultados de gestión diferenciales, que superan con holgura los compromisos adquiridos, y avalan una vez más nuestra reconocida credibilidad.

El crecimiento orgánico constituye uno de nuestros objetivos prioritarios porque, entre otras cosas, nos permite demostrar que somos capaces de hacer crecer nuestros mercados y los negocios

donde estamos, aprovechando de forma ventajosa los ciclos tecnológicos y de demanda. Así, en 2006 nuestros ingresos alcanzaron 52.901 millones de euros, con un crecimiento del 41,5% respecto a 2005, que en términos orgánicos dicho porcentaje se traduce en un incremento interanual del 7,8%. Al mismo tiempo, el avance realizado en eficiencia operativa ha permitido que el Resultado Operativo antes de Amortizaciones (OIBDA) alcance un crecimiento total del 27% y a nivel orgánico del 6,4%.

Por otro lado, hay que destacar que, por primera vez, Telefónica ha obtenido el mayor beneficio neto en valor absoluto del sector de telecomunicaciones europeo, con un importe de 6.233 millones de euros, un 40,2 % superior al de 2005. Por su parte, la generación libre de caja ha crecido un 12,3 % respecto a 2005, totalizando 11.122 millones de euros.

Este crecimiento espectacular de las variables económico-financieras es el resultado del incremento sostenido de las principales variables operativas, y muy especialmente, de la expansión de nuestra base de clientes propiciada, no sólo por la mayor actividad comercial desarrollada durante el pasado ejercicio sino, también, por el efecto de las nuevas incorporaciones de negocios en Europa y en América Latina. Todo ello nos permite situar el total de accesos por encima de los 203 millones a diciembre 2006, un 32% superior al registrado en diciembre 2005. Al finalizar 2006, Telefónica disponía de más de 145 millones de accesos móviles, más de 42 millones de líneas fijas, más de 8 millones de accesos de banda ancha fija, y ya supera el millón de clientes de televisión de pago. En términos netos, la base de clientes de la compañía creció casi en 50 millones de accesos.

Una compañía con mayor escala y diversidad

En un sector tan competitivo como el nuestro, crecer es el auténtico desafío, pero todavía resulta más importante, lograr que dicho crecimiento se lleve a cabo de manera diversificada,

por mercados y por negocios. Telefónica es la compañía con perfil más internacional de entre todas las grandes operadoras integradas, con presencia en 23 países. Hoy, nuestros ingresos proceden en un 38% de España, un 26% del resto de Europa, y un 35% de Latinoamérica.

Las grandes líneas de nuestra gestión reflejan este esfuerzo de crecimiento y diversificación basado en hechos concretos y destacados, tales como nuestra consolidación como primer operador de banda ancha en América Latina, y la aceleración de nuestro parque de telefonía móvil en esta región, con un crecimiento anual de clientes por encima del 18%, superando la cifra de 83 millones; el desarrollo del mercado de televisión de pago; y en Europa, el liderazgo en Reino Unido por número de clientes móviles, el lanzamiento de ADSL en Alemania y, en España el mantenimiento de nuestra posición competitiva en telefonía móvil y la reactivación de la demanda de ADSL impulsada por una oferta convergente. Este exitoso desarrollo de Telefónica durante 2006 en mercados de elevada presión competitiva pone de manifiesto la solidez de nuestro liderazgo.

Asimismo, en 2006 hemos avanzado considerablemente en nuestros objetivos de integración, con una consecución de sinergias valoradas en más de mil millones de euros. En torno al 80% del anterior importe corresponde a las sinergias alcanzadas en Latinoamérica, como resultado del programa de regionalización iniciado en 2004, y el 20 % restante, procede casi en su totalidad de O2, en su primer año de integración en Telefónica.

Nuestra confianza en las oportunidades de crecimiento del sector, nos decidió a realizar durante el pasado ejercicio una inversión de 8.003 millones de euros, un 55,3% superior al volumen de 2005, con una clara orientación a los negocios de crecimiento: banda ancha y movilidad.

La mejor combinación de crecimiento y rentabilidad del sector

El valor de estos resultados adquiere una mayor relevancia cuando se comparan con el comportamiento del sector en general. En 2006, Telefónica no sólo ha crecido más que nadie, sino que se ha convertido en un referente de gestión. Así, en 2006 los buenos resultados conseguidos se han traducido en

un importante incremento de valor para nuestros accionistas de forma que, en el último año, el beneficio por acción de la compañía ha crecido un 43%, hasta 1,3 euros por acción, o que nos permite avanzar de forma notable en el compromiso adquirido en 2005 de doblar el beneficio por acción hasta alcanzar los 1,82 euros por acción en 2009.

En línea con el objetivo anterior, en 2006 se ha ofrecido una política de retribución al accionista aún más atractiva, consistente en un dividendo a cuenta de 0,3 euros por acción con cargo a los resultados 2006, y 0,3 euros a pagar en el primer semestre de 2007, y un programa de recompra de acciones para su cancelación a completar antes de fin de 2007 por valor de 2.700 millones de euros.

De esta forma, en 2006 la rentabilidad total para el accionista de Telefónica ha ascendido al 31,16% frente a una media del sector de telecomunicaciones de un 22%, representada por el índice Dow Jones Telco.

Un líder en el panorama mundial

El exitoso desarrollo de nuestra gestión descrito nos permite afirmar que a día de hoy es por la mayor operadora integrada del mundo.

Desde el punto de vista financiero, Telefónica es una compañía enteramente privada, con más de 1,7 millones de accionistas directos, y está incluida en el índice Dow Jones Global 50 Titans, que incluye las 50 compañías más importantes del mundo. En los rankings por valor agregado, Telefónica cerró 2006 siendo el tercer operador de telecomunicaciones mundial, y ocupando la cuarta posición entre las principales empresas de Telecomunicaciones, Media, Tecnologías de Información e Internet.

Si bien la posición relativa mundial alcanzada es importante, nuestro objetivo último es ser, además de mayores, mejores. Por eso Telefónica es y pretende seguir siendo protagonista industrial y referente del sector, aprovechando al máximo las oportunidades creadas.

Una nueva visión: el espíritu de progreso

Nuestra actividad se localiza en el corazón mismo del sector donde se está gestando el nuevo modelo económico y social del siglo XXI. Las telecomunicaciones están en convergencia con las empresas que proporcionan tecnología, contenidos o servicios de información para construir el nuevo entorno digital; y, ello, precisamente, se sustenta en nuestra capacidad de ofrecer movilidad y banda ancha de forma masiva.

Estamos en un negocio renovado, en el que la innovación en negocios basados en red constituye uno de los motores principales de crecimiento. Nuestro papel se centra en facilitar el acceso a toda esa innovación, ofreciendo a los clientes personalización, sencillez y fiabilidad.

En este sentido, en 2006 se definió nuestra visión: *“Mejorar la vida de las personas. Facilitar el desarrollo de los negocios. Contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación”.*

La gestión integrada con enfoque regional

En Telefónica entendimos hace tiempo que para afrontar las nuevas dinámicas del negocio se hacía necesaria una profunda transformación interna de nuestra cultura y organización.

Hemos ido por delante en la integración, camino obligado de crecimiento. La unión de los servicios fijos y móviles nos ha convertido en una única compañía, capaz de dar respuesta a un cliente también único, que espera de nosotros respuestas integrales. A ello hemos orientado nuestra reorganización interna, desde un modelo de trabajo que nos fortalece y elimina fronteras internas para favorecer la creación de valor y la exploración de nuevas oportunidades de crecimiento y de aumento de la eficiencia.

A grandes rasgos, se trata de un modelo regional con una visión integrada del negocio, de los procesos y de la tecnología, y que tiene al cliente como centro. Telefónica renovará su esfuerzo para reforzar su red de distribución, su marca, y sus niveles de atención al cliente. Queremos ofrecer la mejor experiencia

de cliente en nuestros mercados. Asimismo, ampliará la oferta de productos apoyándose en la innovación como prueban servicios como Imagenio o el nuevo centro de investigación de Telefónica, sito en Barcelona, referente en su campo.

Nuestro compromiso, renovado

Telefónica aborda 2007 en un momento excelente y con una posición privilegiada en el sector. Ello, junto con el desarrollo de los mercados en los que operamos nos permite establecer objetivos ambiciosos, acordes con nuestra posición de liderazgo actual y que esperamos mantener en el futuro próximo, dadas nuestras previsiones de tasas de crecimiento orgánico de las principales variables económico-financieras, superiores a las logradas en 2006.

En Telefónica trabajamos día a día por cumplir con nuestros compromisos, con las necesidades del cliente como centro. Y también para obtener el reconocimiento del resto de grupos de interés, ofreciendo a nuestro equipo humano estímulo y oportunidades, asegurando a nuestros accionistas la mejor combinación de rentabilidad y crecimiento, y actuando como motor de desarrollo de la Sociedad tanto a nivel global como local. Es el centro de nuestra responsabilidad corporativa.

Creo que si de algo podemos presumir es de ser una compañía que cumple. Para eso hemos trabajado siempre en Telefónica. Por eso y para eso seguiremos trabajando.

En nombre del Consejo de Administración de Telefónica, de todo nuestro equipo y en el mío propio, quiero darle, un año más, las gracias.



César Alierta

Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.

La visión de Telefónica:

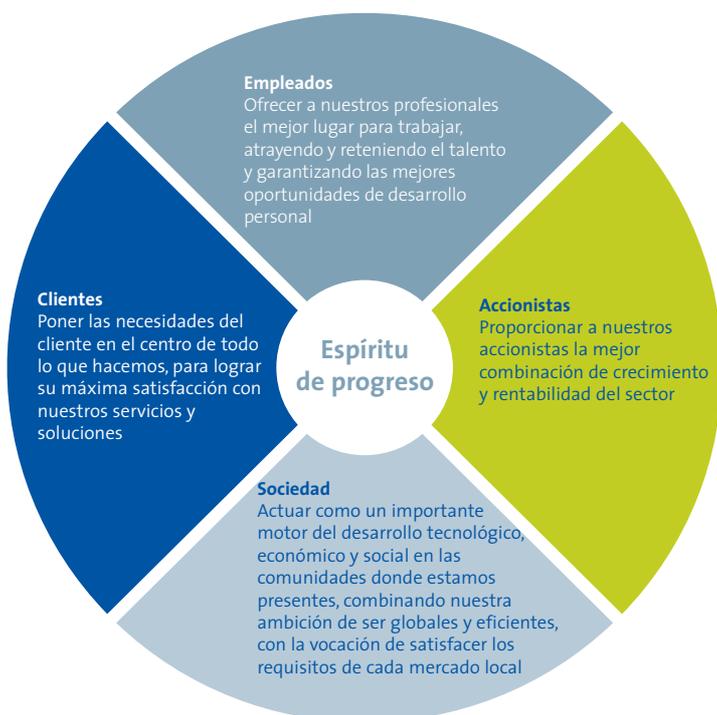
Espíritu de Progreso

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

Definir una visión de compañía no es tarea fácil. Por una parte, en lo conceptual, no existe un consenso académico ni empresarial sobre qué es una visión. Por otra, en la práctica de la gestión, no siempre se llega a comprender el alcance y el potencial de contar con una visión.

En Telefónica, tras la adquisición de O2, se inició un complejo proceso interno para redefinir la visión de la Compañía. Ese proceso, que tenía como objetivo encontrar un valor superior con el que Telefónica fuese capaz de instalarse en el imaginario de las personas, partía con los siguientes requisitos de partida:

¿Qué significa la visión para... ?



- que reflejara una verdadera propuesta de valor diferencial de compañía;
- que fuera capaz de “hablar”, o traducirse, y encontrar significados concretos para todos los grupos de interés;
- que fuese capaz de crear una propuesta de valor para toda la tipología de clientes de Telefónica: personas, hogares, autónomos, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas e instituciones;
- que tuviera sentido en todos los mercados en los que opera la Compañía: España; Europa y Latinoamérica;
- que situase a la marca Telefónica como la verdadera marca principal del grupo, es decir, aquella que refleja la altura del tercer grupo de telecomunicaciones del mundo;
- que sirviera de soporte para las marcas comerciales de Telefónica (especialmente, Movistar y O2) proporcionando una trasfusión de atributos de solidez, internacionalidad e innovación;
- que fuera capaz de reconocer la diversidad de un grupo, un grupo multidoméstico, multiproducto, multimercado, multimarca y multilingüe;
- que con todo ello se armase una visión aspiracional, creíble, realista y susceptible de ser firmada únicamente por Telefónica.

¿Cuales son nuestro valores?

Telefónica es una compañía...

Innovadora

Traducimos la tecnología en algo fácil de entender y de usar. La innovación es una fuente constante de inspiración para todo lo que hacemos y nos permite anticiparnos al mercado y a las expectativas de nuestros clientes.

Competitiva

La innovación nos ayuda a ser más competitivos. No nos conformamos con lo que ya hemos conseguido. Nuestra obligación es ir más allá en todo lo que hacemos, sin renunciar nunca a nada.

Abierta

Somos competitivos, pero actuamos de forma clara, abierta, transparente y accesible con todos. Somos una compañía que se implica y aprende de las realidades culturales y sociales de las comunidades en las que estamos presentes.

Comprometida

Demostramos nuestro compromiso cuando cumplimos lo que decimos y cuando sabemos que la forma de alcanzar el resultado es tan importante como el resultado en sí mismo. Nuestra meta es ganar la confianza de todos.

Confiable

Confiable es resultado de fiabilidad y confianza. La fiabilidad sería fuente de diferenciación, de competitividad, de liderazgo y de relación con nuestras audiencias a largo plazo. La confianza se gana, o no, por nuestra fiabilidad y por nuestra capacidad de cumplir, o no, los compromisos adquiridos.

Con todos esos requerimientos, surgió la visión que se presenta en estas páginas.

- ¿Qué significa mejorar la vida de las personas?
Pensar en el progreso de todas las personas y en todos los hogares, satisfaciendo todas sus necesidades de comunicación, ofreciendo un amplio conjunto de productos y servicios que mejoren su calidad de vida.
- ¿Qué significa facilitar el desarrollo de los negocios?
Pensar en el progreso de todas las empresas: ofreciendo soluciones integrales de comunicación.
- ¿Qué significa contribuir al progreso de las comunidades?
Contribuir al desarrollo de un país invirtiendo en redes e infraestructuras de comunicación y convertirse, de esta forma, en un socio y aliado de las comunidades para consolidar el sector de las telecomunicaciones.
- ¿Qué significa ofrecer servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación?
Invertir en I+D+i y crear futuro. Significa explorar al máximo las tecnologías de la información y la comunicación y las posibilidades de las comunicaciones fijas y de las comunicaciones móviles... para llevar a todos los rincones de los países voz, datos, sistemas, entretenimiento, soluciones integrales, tele-educación, tele-medicina, tele-seguridad, domótica, etc.

Entendida así, la visión se convierte en un hilo conductor de enorme potencial para integrar y dar sentido a toda actividad de un grupo que, como Telefónica, ya posee una escala global. Y sobre todo, se convierte en un elemento que posibilita, desde ahora, la vertebración de toda la organización, y la integración de las diferentes áreas, unidades y negocios de Telefónica.

**Espíritu de Progreso:
el equilibrio entre el cuerpo (las magnitudes)
y el alma (la forma de ser)**

En función de esta visión, el progreso para Telefónica representa un equilibrio entre sus resultados y su forma de gestionar. El progreso para nosotros es un equilibrio entre nuestras capacidades (potencia financiera, liderazgo, experiencia, innovación, liderazgo internacional...) y nuestra forma de hacer las cosas (cultura, valores, principios, motivaciones...).

El progreso de Telefónica es el progreso de nuestros clientes, de nuestros accionistas, de nuestros empleados y de las sociedades de los países en los que operamos. Y eso es lo que nos hace progresar. A todos.

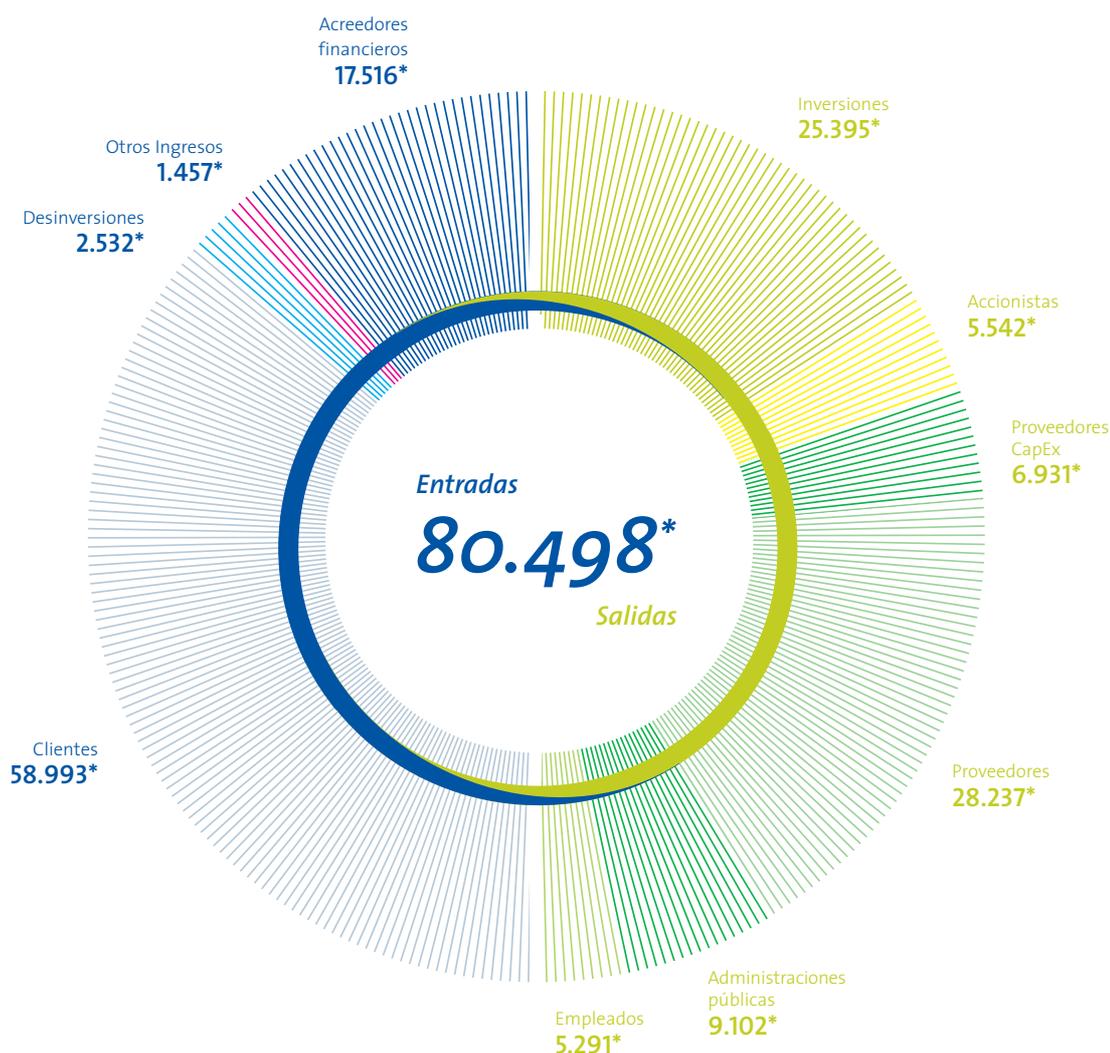
Por eso decimos que el progreso para Telefónica es el equilibrio entre nuestro cuerpo (nuestras magnitudes) y nuestro alma (nuestra razón de ser).

La visión puesta en marcha: Motor de Progreso

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

¿Hacia dónde van los ingresos de Telefónica? En 2006 la compañía ingresó cerca de 53.000 millones de euros de sus clientes y más de 17.500 millones de acreedores financieros. En total, Telefónica generó cobros por valor de 80.500 millones de euros

Esos cobros permitieron generar pagos por 5.290 millones a sus empleados (6,6% del total de pagos); por 9.100 millones a las administraciones públicas (11%); por 28.230 millones a sus proveedores comerciales (35%); y por 5.540 millones a sus accionistas (7%). Este es el efecto de creación de riqueza. Además, el volumen de ventas y negocio de la compañía supuso en 2006 una media del 1,5 del P.I.B. de los países en los que opera.

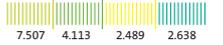
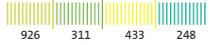
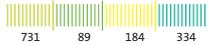
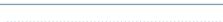


*Datos en millones de euros

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.

España							
	España	Ingresos		20.053	2,1%	Empleos:	57.058
		Pagos				Proveedores:	4.261 (88,20%)¹
						Accesos:	42.621
Latinoamérica							
	Argentina	Ingresos		2.259	1,3%	Empleos:	19.398
		Pagos				Proveedores:	1.577 (94,93%)¹
						Accesos:	16.809
	Brasil	Ingresos		7.644	1%	Empleos:	65.993
		Pagos				Proveedores:	3.547 (99,01%)¹
						Accesos:	45.728
	Chile	Ingresos		1.738	1,6%	Empleos:	12.541
		Pagos				Proveedores:	1.702 (91,83%)¹
						Accesos:	8.538
	Colombia	Ingresos		1.196	1,2%	Empleos:	7.127
		Pagos				Proveedores:	1.471 (92,66%)¹
						Accesos:	10.190
	Ecuador	Ingresos		282	0,9%	Empleos:	747
		Pagos				Proveedores:	346 (79,48%)¹
						Accesos:	2.490
	El Salvador	Ingresos		155	1,1%	Empleos:	404
		Pagos				Proveedores:	538 (77,51%)¹
						Accesos:	953
	Guatemala	Ingresos		168	0,7%	Empleos:	463
		Pagos				Proveedores:	669 (79,22%)¹
						Accesos:	1.544
	México	Ingresos		1.092	0,2%	Empleos:	11.485
		Pagos				Proveedores:	840 (92,74%)¹
						Accesos:	8.556
	Nicaragua	Ingresos		64	1,5%	Empleos:	304
		Pagos				Proveedores:	387 (71,83%)¹
						Accesos:	553
	Panamá	Ingresos		171	1,3%	Empleos:	571
		Pagos				Proveedores:	596 (81,71%)¹
						Accesos:	939
	Perú	Ingresos		1.422	2%	Empleos:	12.301
		Pagos				Proveedores:	2.190 (89,00%)¹
						Accesos:	8.711
	Uruguay	Ingresos		82	0,6%	Empleos:	239
		Pagos				Proveedores:	191 (69,11%)¹
						Accesos:	777
	Venezuela	Ingresos		2.072	1,6%	Empleos:	6.882
		Pagos				Proveedores:	1.213 (90,52%)¹
						Accesos:	8.826
Europa							
	Alemania	Ingresos		3.404	0,1%	Empleos:	5.335
		Pagos				Accesos:	11.662
	Irlanda	Ingresos		872	0,5%	Empleos:	1.787
		Pagos				Accesos:	1.632
	Reino Unido	Ingresos		6.787	0,4%	Empleos:	13.028
		Pagos				Proveedores:	6.171
						Accesos:	17.650
	República Checa <small>Incluye Capex de Eslovaquia</small>	Ingresos		2.130	1,9%	Empleos:	9.276
		Pagos				Proveedores:	929 (89,99%)¹
						Accesos:	7.841

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

En ausencia de datos de impuestos en el país, los datos se consolidan como otros en las cuentas anuales. No existe información de compras e impuestos para Reino Unido, Alemania e Irlanda.

*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).

Empleos: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2006)

Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2006.

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

¹ % 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.





nuestro cuerpo

TELEFÓNICA EN 2006

01

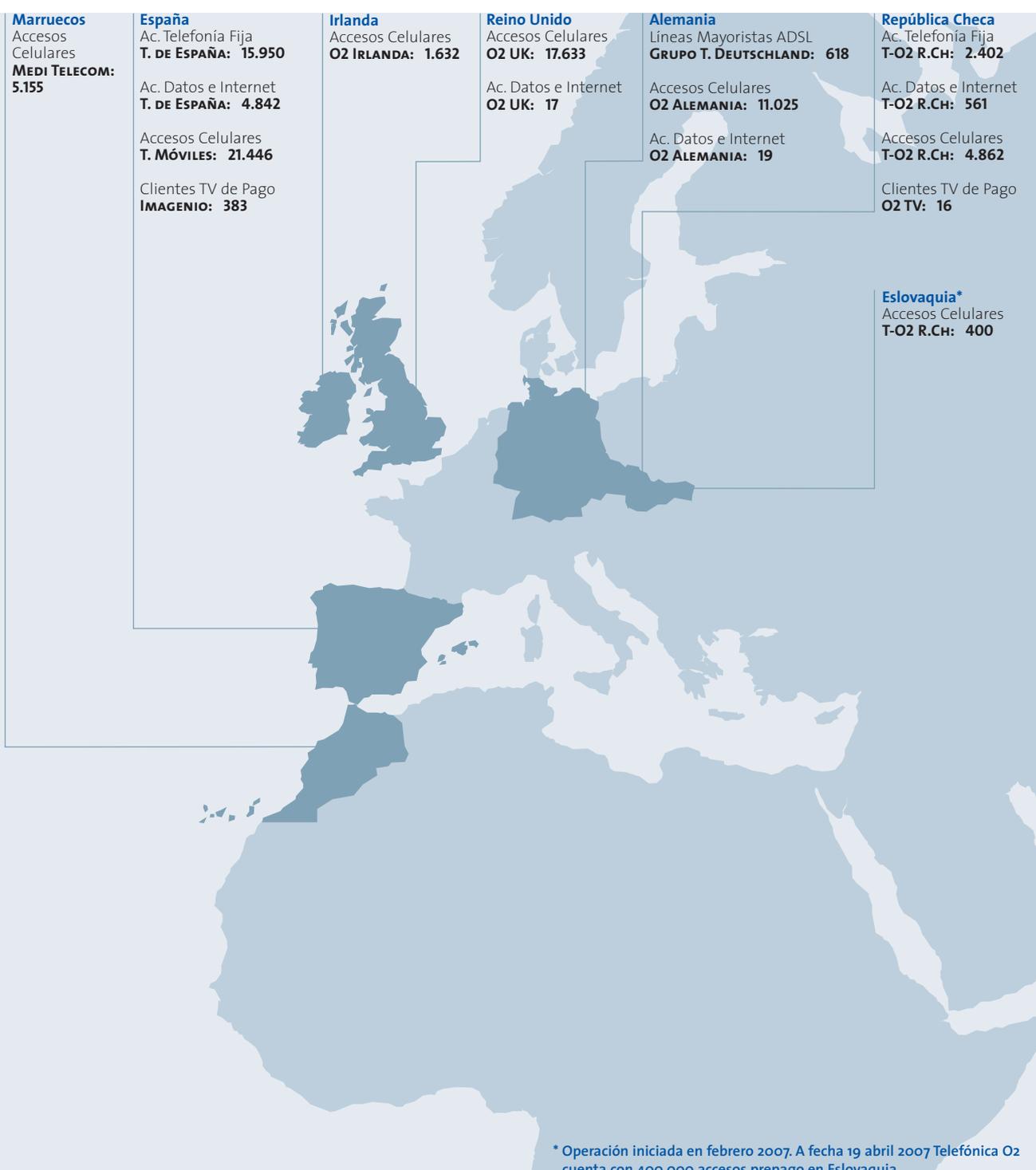
01·1	Magnitudes	14
01·2	Estructura del Grupo	32
01·3	Cronología	38
01·4	Información al accionista	42
01·5	Gestión de riesgos	46

Tamaño de Mercado

Datos en miles. A 31 de diciembre de 2006



Presencia en más de **23** países. **203** millones de accesos de clientes. **145** millones de accesos de telefonía móvil. **42,3** millones de accesos de telefonía fija. **7,9** millones de accesos de Banda Ancha. **1 millón** de accesos de Televisión de pago. Más del **62%** de los ingresos proceden de fuera de España. Más de **52.900** millones de euros de ingresos. **31,2%** de rentabilidad al accionista en 2006. **79,3** miles de millones de capitalización bursátil. **4.301** millones de euros invertidos en I+D+i. **233.000** profesionales.



* Operación iniciada en febrero 2007. A fecha 19 abril 2007 Telefónica O2 cuenta con 400.000 accesos prepago en Eslovaquia.

Sólo dos compañías chinas gestionan más accesos que Telefónica

Telefónica es ya la tercera compañía del mundo por número de accesos de clientes

Telefónica ha cerrado el ejercicio 2006 superando la cifra de 200 millones de accesos de clientes, únicamente dos años después de superar la barrera de los 100 millones.

El crecimiento de clientes de Telefónica se produce en todos los servicios que ofrece : telefonía fija, banda ancha, telefonía móvil y televisión de pago.

Telefonía fija

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

Telefónica sigue trabajando en frenar la caída de líneas fijas, cerrando 2006 con 42,3 millones de accesos fijos gestionados, lo que implica una ganancia neta de 1,5 millones respecto al año anterior.

En España, la cuota de mercado de acceso de telefonía fija se sitúa en el 82,5%, casi dos puntos porcentuales inferior a 2005. Por el contrario la cuota de mercado de voz se ha mantenido estable a lo largo del año, en torno al 66%.

Brasil es el segundo mercado de acceso fijo para Telefónica, con 12,1 millones de clientes (-1,9%), de los que en torno al 19% son líneas prepago o con límite de consumo.

Perú presenta un importante crecimiento en accesos fijos (+6,4%) como consecuencia de las campañas realizadas durante el año y una mayor atención comercial.

Datos e Internet

Telefónica parte de una sólida posición para aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo entorno digital.

Los accesos de banda ancha fija alcanzaron los 8 millones, con un crecimiento interanual del 41,1% y una ganancia neta de 2,3 millones de accesos.

En 2006, Telefónica se ha posicionado como el primer operador de ADSL de América Latina, con más de 3,7 millones de accesos de banda ancha en la región.

En España, Telefónica gestiona más de 3,7 millones de accesos minoristas a Internet de banda ancha, con una ganancia neta de 1,5 millones en el ejercicio. A este crecimiento han contribuido decisivamente las ofertas combinadas (dúo, trío...) que ya superan los 2,7 millones de suscripciones.

Telefónica O2 Europa presentó un crecimiento en el número de accesos de banda ancha del 93,4%, como consecuencia de la ganancia de 179.000 líneas en República Checa y el lanzamiento de la oferta de ADSL en Alemania.

Accesos Telefonía fija

Datos en miles de accesos



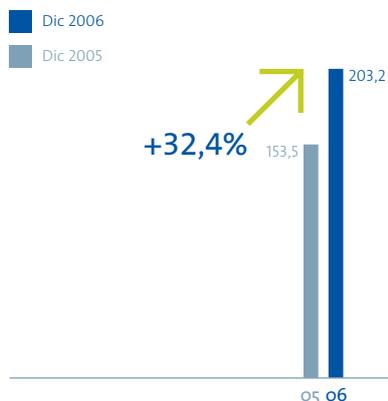
Accesos Datos e Internet

Datos en miles de accesos



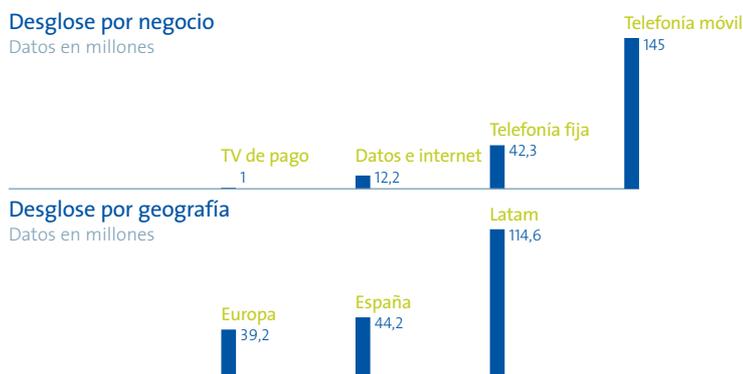
Accesos totales

Millones



Desglose por negocio

Datos en millones



Desglose por geografía

Datos en millones



Telefonía móvil

La movilidad es uno de los atributos mejor valorados por los clientes a la hora de utilizar servicios de telecomunicaciones. El crecimiento del parque de accesos de clientes, las iniciativas para impulsar el consumo y la eficiencia comercial son las principales armas para competir en el mercado.

En el ejercicio 2006, la telefonía móvil ha sido la gran palanca de crecimiento de Telefónica, con una ganancia neta de 45,7 millones, situando la base de accesos en 145,1 millones (+46,4% respecto a 2005). El crecimiento orgánico de la base de clientes móviles se sitúa en el 14,7%.

Nuestro liderazgo en dos mercados tan competitivos nos permite trasladar nuestras soluciones a otras regiones. En América Latina, hemos conseguido alcanzar la cifra de 83,3 millones de clientes móviles (+18% respecto a 2005).

Telefónica sigue manteniendo su posición competitiva en España con una cuota de mercado superior al 45%. Por su parte, Telefónica O2 lidera el mercado de Reino Unido con más de 17 millones de clientes.

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.

A cierre del ejercicio 2006, ya superamos el millón de clientes de TV de pago, con un crecimiento interanual del 55,7%.

En España, el servicio Imagenio de Telefónica superó los 383.000 clientes de TV de pago a cierre de 2006, con un crecimiento del 85% respecto al año anterior, lo que le permite alcanzar un 10% de cuota de mercado.

En el ejercicio 2006, Telefónica consolidó su oferta satelital de televisión (DTH) en Chile y Perú, alcanzando 120.000 clientes. Adicionalmente, preparó el futuro lanzamiento en Brasil.

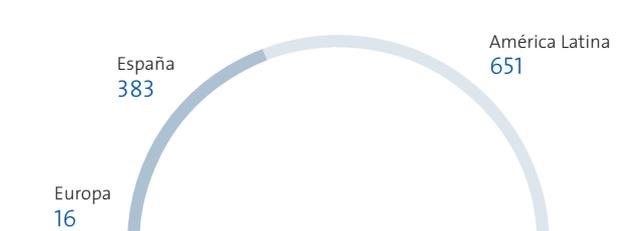
Accesos Telefonía móvil

Datos en miles de accesos



Accesos TV de pago

Datos en miles de accesos



Sus ingresos procedentes del exterior ascendieron hasta el 62% en 2006

Telefónica está presente en más de 23 países y tiene el perfil geográfico más equilibrado de todos los operadores de telecomunicaciones

Por geografías, Telefónica presenta hoy un perfil más equilibrado que en 2005, ya que los países externos al mercado doméstico incrementan su contribución a ingresos consolidados hasta el 62,1% y el OIBDA consolidado hasta el 56,2%.

Dicho equilibrio geográfico, unido a la convergencia de servicios y tecnologías, ha determinado una nueva estructura organizativa en torno a tres regiones geográficas: España, Latinoamérica y Europa.

Perfil organizativo

El Centro Corporativo es responsable de la estrategia global y de las políticas corporativas, la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades geográficas de negocio.

Telefónica España

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en España.

Telefónica O2 Europa

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en Europa. Esta unidad de negocio desarrolla operaciones en Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

Telefónica Latinoamérica

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en América Latina, alcanzando presencia en todos los mercados clave de Latinoamérica.

Ofrece servicios en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente gestiona la oficina de Telefónica en China y la alianza con China Netcom.

Telefónica España

Telefónica España es el operador líder de telecomunicaciones en el mercado español, con cerca de 16 millones de accesos de telefonía fija, 4,4 millones de accesos de datos y 21 millones de accesos móviles.

En 2006, esta unidad de negocio aportó 19.750 millones de euros a los ingresos de Telefónica, lo que sitúa su importancia relativa en el 37,9%.

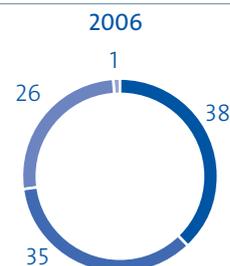
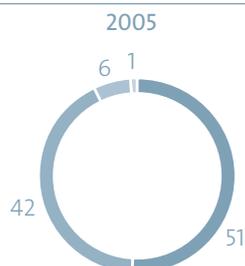
Las principales palancas de crecimiento del negocio fijo son los ingresos de Internet y banda ancha, tecnologías de la información y servicios de datos. El porcentaje de líneas con banda ancha es del 23,5% sobre el total (16,9% en 2005).

Por su parte, el negocio de telefonía móvil registró un crecimiento interanual del 4,1 % fundamentalmente debido a los crecimientos en ingresos por servicio y parque de clientes.

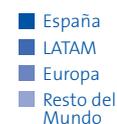
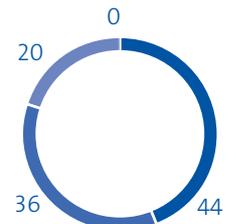
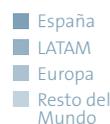
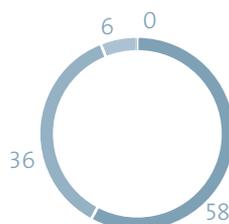
El servicio Imagenio de Telefónica alcanzó los 383.000 clientes de TV de pago a cierre de 2006, con un crecimiento del 85% respecto al año anterior, lo que le permite alcanzar un 10% de cuota de mercado.

Un rendimiento financiero diversificado

Beneficios por región



OIBDA por región



Telefónica Latinoamérica

A cierre de 2006, Telefónica Latinoamérica gestiona más de 23 millones de accesos de telefonía fija, 5,9 millones de accesos de datos e Internet y más de 83 millones de accesos móviles.

América Latina supone la principal palanca de crecimiento para el Grupo, con un crecimiento orgánico de clientes del 13,4%, que unido a los aumentos de perímetro sitúan la cifra de ingresos en 18.089 millones de euros.

En 2006 hemos reforzado nuestra posición competitiva en Colombia y en la región a través de la adquisición de Colombia Telecom.

Los servicios móviles tuvieron un crecimiento de ingresos respecto a 2005 del 19,9%, destacando las aportaciones de Venezuela, Argentina y México.

Los negocios fijos totalizaron un incremento del 14,5% en ingresos gracias a que la mayor aportación de Internet y banda ancha permiten compensar los menores ingresos del negocio tradicional.

Telefónica O2 Europa

En 2006, hemos incorporado con éxito O2 a Telefónica, y al mismo tiempo, hemos reforzado su posición competitiva en Europa. Esto se confirma por el crecimiento interanual en la base de clientes del 7,9%, lo que permite destacar nuestra capacidad para integrar exitosamente a O2 en Telefónica y potenciar su posición competitiva.

Actualmente, Telefónica O2 Europa supone el 27% de los ingresos del grupo (13.159 millones de euros¹) y agrupa las operaciones de Reino Unido, Alemania, Irlanda y República Checa.

En el Reino Unido, Telefónica O2 consigue un crecimiento del 14,7% en ingresos por servicio, sostenido por el aumento de la base de clientes y el ARPU.

En Alemania, el incremento interanual es del 6,7% mientras que en República Checa los ingresos crecen el 0,4% gracias al crecimiento de la telefonía móvil (+6,1%). Telefónica O2 República Checa se ha convertido en la primera experiencia de operadora integrada de Telefónica.

Adicionalmente, en 2007 han comenzado las operaciones comerciales en Eslovaquia.

	Ingresos por región		OIBDA por región	
	2005	2006	2005	2006
España	51%	37%	57%	43%
América Latina	42%	35%	36%	36%
Europa	6%	27%	6%	20%
Resto del Mundo	1%	1%	1%	1%

(1) Sólo 11 meses hasta dic. 2006

Telefónica es ya la operadora europea con la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad del sector

En el ejercicio 2006, Telefónica consiguió los mejores resultados de su historia, que le han situado como líder mundial del sector de las telecomunicaciones.

Estos resultados son la consecuencia de tres líneas simultáneas de actuación:

- El crecimiento de los ingresos en un 41,5% hasta alcanzar los 52.901 millones de euros.
- La mejora de la rentabilidad para el accionista que se sitúa en el 31,2%.
- La generación de caja que asciende a los 11.122 millones de euros, un 12,3% más que en 2005.

Crecimiento de ingresos*

Los ingresos de Telefónica crecieron un 40,2% respecto a 2005, hasta alcanzar los 52.901 millones de euros, beneficiados en la diversificación de geografías, negocios y ciclos de mercado que han resultado en la consecución de más clientes, con mayor consumo y mayores servicios.

De este crecimiento, la incorporación de O2, Telefónica O2 República Checa, Telefónica Telecom e Iberbanda aportan 32,1 puntos porcentuales.

El crecimiento orgánico del 7,8% sitúa a Telefónica a la cabeza del sector; caracterizado por la contribución positiva de todos los negocios, destacando los servicios móviles en América Latina y Europa y la aportación creciente del negocio de banda ancha fijo.

Por geografías, la contribución de España representa el 37%, lo que supone que Telefónica sea la operadora integrada con una mayor contribución de negocio procedente de fuera de su mercado doméstico. El 36% de su negocio procede de América Latina, y el 26% del resto de Europa.

Rentabilidad del negocio*

En el mercado actual de las telecomunicaciones, los clientes y los nuevos competidores obligan a ser cada día más eficientes y flexibles.

Durante el ejercicio 2006, Telefónica demostró su capacidad de crecimiento manteniendo una excelente rentabilidad. De este modo, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Telefónica aumentó un 27% respecto al año anterior, totalizando 19.126 millones de euros.

En términos de margen de OIBDA sobre ingresos, a cierre de 2006, se sitúa en el 36,2%, presentando una caída interanual de 4,1 puntos porcentuales impactado fundamentalmente por la incorporación de O2 desde el mes de febrero.

El crecimiento orgánico del OIBDA se situaría en el 6,4% si se excluyen las provisiones por adelantado del plan de adhesión al ERE 2007 y el Plan de previsión social de directivos.

Por geografías, la aportación de España al OIBDA consolidado se reduce al 43,8%, lo que supone un perfil más equilibrado que hace doce meses (67,9%).

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

4 áreas principales de gestión que generan resultado tangibles

- | | | | |
|--|---|--|---|
| 1. Impulsar nuestro perfil de crecimiento | > | Crecimiento del Beneficio por acción: + 42,9% | ← |
| 2. Crear valor a través de una mayor integración | > | Más de 1.000 mill. de euros de sinergias realizadas (OIBDA- CapEx) | |
| 3. Reconstruir una estructura financiera sólida | > | El ratio deuda neta ¹ /OIBDA se acerca a nuestro objetivo de 2,5 | |
| 4. Lograr rentabilidades atractivas | > | > 3.500 millones de euros repartidos a los accionistas (40% del FCF ²) | ← |

1 Incluidos compromisos financieros

2 FCF descontados socios externos

Generación de caja*

La disciplina en la gestión de la inversión combinada con la contención del gasto ha permitido elevar la capacidad de Telefónica para generar caja¹ hasta los 11.122 millones de euros, lo que representa un crecimiento anual del 12,3%.

Dicho crecimiento en la generación de caja ha sido compatible con el crecimiento de las inversiones en CapEx (8.003 millones de euros) y con los gastos financieros derivados de la deuda financiera neta que se sitúa en 52.145 millones de euros al cierre de 2006.

Esta generación de caja ha permitido dedicar 2.627 millones de euros al pago de dividendo, 2.401 millones de euros a la compra de autocartera de Telefónica S.A. y 830 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el grupo.

Beneficio para el accionista*

En el ejercicio 2006, Telefónica consiguió los mejores resultados de su historia, que le han situado como líder mundial del sector de las telecomunicaciones. El beneficio neto de la compañía ha crecido un 40,2% respecto a 2005, alcanzando la cifra record de 6.233 millones de euros.

El beneficio para el accionista de Telefónica se situó en 2006 en 1,304 euros por acción, con un crecimiento interanual del 42,9%.

A lo largo del ejercicio, la rentabilidad total para el accionista de Telefónica se situó en el 31,2%, nueve puntos porcentuales por encima de la rentabilidad del índice DJ Telco (+22,2%).

Rentabilidad total al accionista Telefónica	+ 31,2 %
Rentabilidad total accionista DJTelco	+ 22,2 %

Fuente: Bloomberg

¹ Entendido flujo libre de caja como OIBDA - CapEx

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

Con un valor de 80.000 millones de euros

Telefónica se sitúa ya entre las cinco mayores operadoras mundiales por capitalización bursátil

En el ejercicio 2006, Telefónica se ha situado como la quinta compañía de mundo por capitalización bursátil, alcanzando los 79.329 millones de euros.

Con estas cifras, Telefónica es la única operadora del mundo en cumplir año tras año sus compromisos ante la comunidad inversora en términos de crecimiento de ingresos, OIBDA, resultado operativo y CAPEX.

Además, los accionistas se han beneficiado de la capacidad de generar valor: el beneficio por acción se ha incrementado un 43% en 2006, situándose en 1,304 euros por acción.

Evolución bursátil

Durante el año 2006 la acción de Telefónica ha presentado una rentabilidad positiva del 26,8%, en un contexto de subidas generalizadas en las principales bolsas internacionales. Esta revalorización de Telefónica del 26,8% hasta 16,12 euros/acción, ha sido muy superior a la registrada por el sector de referencia en Europa (Dow Jones Europe Stoxx Telecommunications +16,9%) y a la del índice general Eurostoxx-50 (+15,1%). Por su parte, el Ibex-35 se ha revalorizado un 31,8%.

Asimismo, el comportamiento relativo de Telefónica en el ejercicio 2006 también es mejor que el de sus comparables europeas, que han finalizado este período con rentabilidades negativas en el caso de Telecom Italia (-6,9%), Deutsche Telekom (-1,7%) y France Telecom (-0,2%) o inferiores como Vodafone (+12,9%) y con la excepción de BT, que se ha revalorizado un 35,4%.

Ranking Mundial

Capitalización Bursátil 2005

A 31 de diciembre de 2005

	Empresa	Millones de dólares
1	Vodafone	133.240
2	AT&T	95.836
3	China Mobile	93.805
4	Verizon	83.281
5	NTTDocomo	74.544
6	Telefónica	74.113
7	Saudi Telecom	73.816
8	NTT	71.749
9	Deutsche Telekom	70.034
10	Sprint Nextel	69.016

Capitalización Bursátil 2006

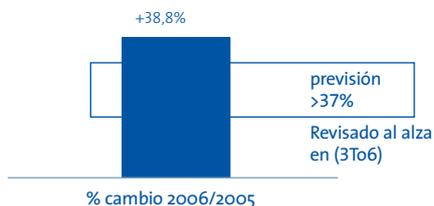
A 31 de diciembre de 2006

	Empresa	Millones de dólares
1	China Mobile	176.061
2	Vodafone	146.289
3	AT&T	137.384
4	Verizon	108.723
5	Telefónica	104.722
6	BellSouth	85.932
7	América Móvil	81.006
8	Deutsche Telekom	80.371
9	NTT	77.751
10	NTTDocomo	74.176

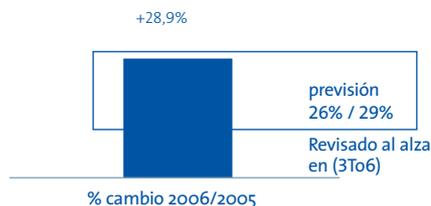
Fuente: Bloomberg

Cumplimiento de compromisos ¹

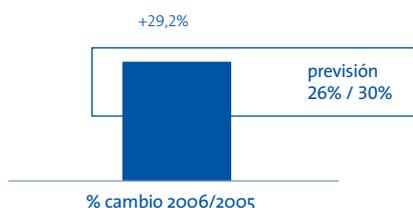
Crecimiento ingresos



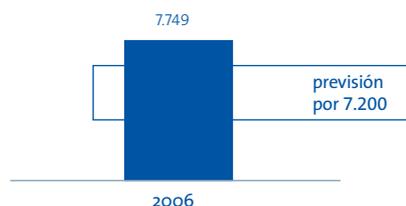
Crecimiento OIBDA



Crecimiento OI



CapEx



Capacidad de endeudamiento

En el ejercicio 2006, Telefónica ha aprovechado su capacidad de endeudamiento para impulsar su crecimiento. La subida del 83,9% de la deuda neta media total (54.315 millones de euros a 31 de diciembre de 2006, incluyendo los compromisos por prejubilaciones) y la cifra de gastos financieros del 2006 supone un coste medio del 5,0% sobre la deuda neta media total del año.

El valor agregado de Telefónica

El valor agregado de Telefónica es resultante de agregar la capitalización bursátil de Telefónica en 2006 y su deuda neta. Como consecuencia de todo ello, Telefónica cerró 2006 entre las tres mayores compañías mundiales por valor agregado de compañía (capitalización bursátil + deuda neta), avanzando desde la sexta posición del año anterior.

La capacidad de cumplir compromisos

En 2006 Telefónica ha vuelto a cumplir los compromisos adquiridos con la comunidad de inversores, compromisos en los que se sustenta la credibilidad de la compañía en los mercados financieros. Así, por una parte, el crecimiento de ingresos (+38,8%) superó las previsiones comunicadas por Telefónica (>37%); por otra, el crecimiento de OIBDA (+28,9%) se ha situado en la parte alta de la banda anunciada por la compañía (+26% - +29%); además, el crecimiento del Resultado Operativo (OI) (+29,2%) también ha estado en la parte alta de la banda anunciada por la compañía (+26% - 30%); y por último Telefónica consiguió combinar su crecimiento con un incremento de las inversiones en CapEx por encima de lo anunciado (7.749 millones de euros frente a los 7.200 anunciados).

¹ Objetivos 2006 asumen tipos de cambios constantes a 2005. Las cifras base publicadas incluyen seis meses de Telefónica O2 República Checa (consolidada desde julio 2005) e incluyen TPI como operación en discontinuación. Excluyen cambios en el perímetro de consolidación con la excepción del Grupo O2 (incluido en febrero-diciembre 2006). Para el cálculo de los objetivos, el OIBDA y OI excluyen otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2006. Reestructuraciones de plantilla y Programa Inmobiliario están incluidos como ingresos/gastos operativos. Con objeto de la comparación, otros ingresos/gastos excepcionales registrados en 2005 son también eliminados de los datos publicados. La asignación del fondo de comercio procedente de la compra de O2 no se ha considerado en el cálculo del objetivo del OI.

Con una inversión en I+D+i superior a los 4.300 millones de euros Telefónica es el motor de la innovación en los mercados en los que opera

Siguiendo los criterios de la OCDE, durante el ejercicio 2006, Telefónica dedicó 4.301 millones de euros a innovación tecnológica, 588 de los cuales se dedicaron a I+D. Además, Telefónica actúa como motor de innovación directa con más de 1.700 personas de su plantilla, y favorece la innovación indirecta e inducida en más de cerca de 6.800 personas colaboradoras de la compañía.

Innovación tecnológica

Telefónica tiene hoy un perfil único en el sector de las telecomunicaciones para capturar las oportunidades que vienen debido a su compromiso continuo con la innovación. El sector se encuentra en un excelente momento que hay que aprovechar con la banda ancha y los nuevos hábitos de consumo y crecientes demandas de mayor valor añadido de los propios consumidores.

En 2006 Telefónica incrementó un 48,3% su inversión en innovación tecnológica, destinando a esta partida 4.301 millones de euros, según los criterios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Un 39,5% de este esfuerzo se dedicó a la innovación tecnológica en España, un 38% en América Latina y un 23% en el resto de Europa.

Este compromiso con la innovación ha impulsado el lanzamiento de 179 nuevos productos y servicios en España en el ejercicio 2006 y ha elevado la cartera de registros de propiedad intelectual e industrial a 3.160 registros. En el año 2006, se realizaron 296 nuevos depósitos notariales asociados a otros tantos nuevos productos desarrollados. Asimismo, se registraron 18 nuevas patentes y 19 modelos de utilidad.

Investigación y desarrollo

Para una empresa que busque diferenciarse de sus competidores y conseguir una mejor aceptación del mercado actual, no basta con adquirir tecnología, sino que debe impulsar actividades de investigación y desarrollo propias.

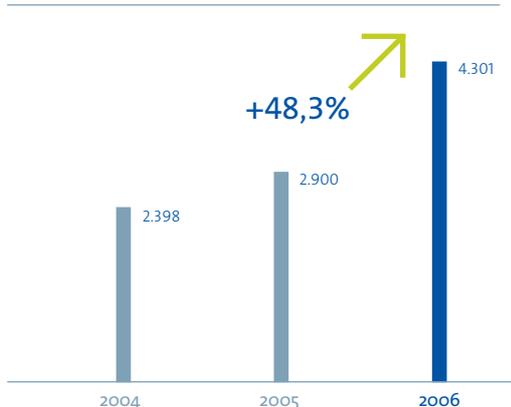
Durante 2006, Telefónica dedicó a actividades de I+D, 588 millones de euros, lo que supone un 1,1% de nuestra cifra de negocios. Según los datos publicados por la Unión Europea, correspondientes al ejercicio 2005, fuimos la primera empresa española por esfuerzo en I+D.

Telefónica realizó el 5,6% del esfuerzo empresarial en I+D en España y el 21% del sector de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en 2005, según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística de España y por la Asociación Española de empresas del sector de las TIC (AETIC).

La actividad de I+D de Telefónica genera actividad para más de 8.500 personas, 1.700 de las cuales trabajan directamente en Telefónica. Por geografías, 3.500 profesionales innovan para Telefónica en España y casi 5.000 en otros mercados.

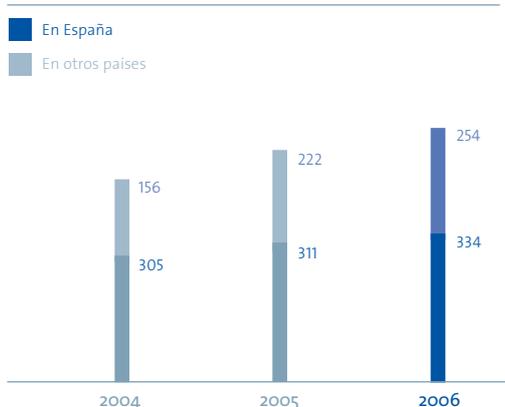
Total de la inversión en Innovación Tecnológica

Datos en millones de euros



Total de la inversión en Investigación y Desarrollo

Datos en millones de euros



Telefónica I+D

Aproximadamente el 35% de la actividad de investigación y desarrollo de Telefónica es realizada directamente por Telefónica I+D, filial 100% de Telefónica. Esta Compañía actúa como motor de la innovación del Grupo, desarrolla nuevos servicios anticipatorios e identifica las opciones tecnológicas emergentes.

En 2006, Telefónica I+D trabajó en 1.781 proyectos y se dedicó al desarrollo de productos, servicios y procesos y a la investigación aplicada financiada por la corporación. Esta actividad muestra el interés por impulsar las actividades de investigación aplicada y desarrollo propias. Estos proyectos los puso en marcha una plantilla de 1.186 profesionales empleados directamente y 1.378 personas de forma indirecta.

Durante el pasado año, la empresa aceleró la transformación de sus laboratorios en una Red de Centros de Excelencia. Actualmente dispone de sedes en Barcelona, Granada, Huesca, Madrid, Valladolid, Sao Paulo y México y trabaja en la extensión y especialización de estos centros, con el fin de optimizar su eficiencia tecnológica y captar los talentos científicos y tecnológicos locales.

Innovación en colaboración

Telefónica es consciente de la necesidad de estar en contacto con todos los agentes que intervienen en el proceso innovador.

Colaboración con la Universidad

El fomento de la relación Universidad-Empresa es un objetivo prioritario. Durante 2006, Telefónica desarrolló más de 100 iniciativas con Universidades y favoreció la concesión de 600 becas.

Las 14 Cátedras Telefónica financiadas en España desarrollaron 69 proyectos de innovación tecnológica y realizaron 32 publicaciones en 2006.

Colaboración con las Administraciones Públicas

Telefónica I+D es la primera empresa española por participación en proyectos del 6º Programa Marco de la UE, con 111 iniciativas financiadas con más de 70 millones de euros. Esto convierte a Telefónica en el operador europeo de telecomunicaciones más participativo en este programa.

Movilforum

Movilforum es una iniciativa puesta en marcha hace seis años para impulsar la colaboración con el mundo empresarial, poniendo a disposición de las empresas sus plataformas y redes para la realización de pruebas, terminales y cursos de formación gratuitos.

Hoy cuenta en España con más de 4.900 miembros asociados y 115 empresas inscritas. En 2007, está previsto trasladar el modelo a América Latina.

Acumulando el empleo indirecto e inducido, Telefónica estaría dando empleo a más de medio millón de personas

Telefónica genera empleo directo para más de 230.000 profesionales

Por regiones, América Latina representa un 60,87% de la plantilla física total. España, con un 24,29%, es la segunda región por tamaño. Finalmente, Europa representa el 14,4% del la plantilla total.

Atento es la compañía que aporta un mayor número de profesionales, con más de 106.000 sobre el total.

Evolución de la plantilla

En el ejercicio 2006, hemos cerrado con una plantilla física de cerca de 235.000 profesionales, lo que supone un incremento del 13,13% respecto al año anterior. El área con mayor crecimiento respecto a 2005 es Europa, cuya plantilla se ha visto duplicada en un solo año debido a la adquisición del Grupo O2.

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

- Variación de Plantilla como consecuencia del crecimiento del negocio: aumento de la plantilla en el negocio de Atento de un 11% y consolidación de la unidad de negocio "Telefónica O2 Europa".
- Integración de Líneas de Negocio: de acuerdo a la reorganización geográfica del Grupo en tres grandes regiones, integrando operaciones fijas y móviles.
- Baja de Sociedades: como consecuencia del proceso de venta del Grupo TPI, las cifras de TPI no se incluyen en 2006.
- Finalización del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) en Telefónica de España, aprobado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. El ERE ha tenido 3.304 adhesiones en 2006.

Características de la plantilla

La distribución de la plantilla de Telefónica por funciones, sin considerar la plantilla de Atento, indica que el 36,8% está dedicado a funciones comerciales, el 49% a producción y el 14,2% a servicios de apoyo. Nuestro objetivo es incrementar paulatinamente la plantilla dedicada a funciones comerciales hasta llegar al 50% en 2010.

El 49,5% de la plantilla del Grupo Telefónica está formado por mujeres, destacando Atento con un 67,2%. Este incremento de la plantilla física femenina se debe fundamentalmente a la incorporación del Grupo O2.

La antigüedad media de la plantilla de Telefónica es de 5,6 años, siendo la edad promedio de 33,2 años. Atento es donde se registra la menor antigüedad de la plantilla con una media de 1,3 años y una edad promedio de 25 años.

Respecto a la temporalidad de la plantilla, el 84,6% de nuestra plantilla equivalente tiene un contrato fijo o indefinido (85% en 2005). La cantidad restante se distribuye entre empleados con contrato temporal (14,6%) y becarios (0,7%). Atento es la empresa donde se registran mayores niveles de temporalidad en el Grupo Telefónica, con un 32% sobre la plantilla equivalente.

El grado de jerarquización de la plantilla equivalente se sitúa en el 7%. Este índice es el porcentaje que representa la alta dirección, la dirección y los mandos intermedios sobre el total.

Plantilla física por regiones

	2005	2006	% Crec (06/05)
España	60.405	57.058	-5,54
Europa	14.326	33.818	136,06
LATAM	131.968	142.983	8,35
Resto Mundo	942	1.041	10,51
Total Grupo Telefónica	207.641	234.900	13,13

Empleo indirecto

Respecto al empleo indirecto generado, durante 2006 hemos creado más de 64.000 puestos de trabajo indirectos en España y más de 100.000 en América Latina. Este empleo indirecto corresponde en su mayoría a subcontratación de actividades a empresas colaboradoras. Estas empresas colaboradoras se dedican a la realización de trabajos adjudicados por Telefónica, tales como la creación y mantenimiento de plantas de telefonía de uso público, provisión y mantenimiento de productos y servicios de telecomunicaciones.

Telefónica exige a estas empresas el cumplimiento de los contratos laborales y el convenio del sector. Para ello, por ejemplo Telefónica firmó un acuerdo con las empresas colaboradoras a principios del 2002 limitando la subcontratación de actividades de las mismas empresas colaboradoras, permitiendo únicamente que un 30% de los servicios fueran cedidos a terceras empresas.

El riesgo aumenta cuando estas compañías subcontratan a su vez los servicios con otras empresas. Para asegurar el cumplimiento de las condiciones laborales, Telefónica realizará a partir de 2007 auditorías periódicas en dichas empresas colaboradoras con el fin de que cumplan con lo establecido en la ley.

Plantilla Física

Diciembre 2006

Pais	Sin Atento	Con Atento
España	42.453	57.058
Europa	33.818	33.818
Alemania	5.335	5.335
Irlanda	1.787	1.787
Reino Unido	13.028	13.028
República Checa	9.276	9.276
Resto Europa	4.392	4.392
Latam	52.205	142.983
Argentina	14.635	19.398
Brasil	12.812	65.993
Chile	5.533	12.541
Colombia	3.873	7.127
México	2.241	11.485
Perú	7.536	12.301
Venezuela	2.288	6.882
Centro América	1.776	4.549
Resto América	1.511	2.707
Resto Mundo	0	1.041
Total Grupo Telefónica	128.476	234.900

Con la marca Telefónica como elemento de vertebración En 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.
En 80 años de historia, Telefónica ha ido superando, una tras otra, a las compañías que fueron su referencia histórica en el pasado.

Hoy Telefónica es la tercera compañía de telecomunicaciones del mundo por accesos de clientes, con más de 203 millones; opera en más de 23 países; tiene una plantilla de 230.000 empleados; y mantiene su identidad como principal empresa multinacional española bajo la marca Telefónica.

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

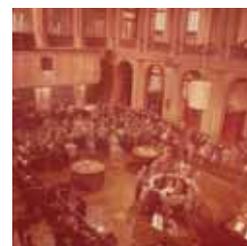
El Estado Español nacionaliza el 79,6% del total de acciones de la CTNE propiedad de la ITT



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

1 millón de Clientes

1974

La CTNE cumplió 50 años. El aumento de la demanda de circuitos de transmisión de datos favorecía, pocos años después, el desarrollo del sistema TESYS

1967

Inicio de las comunicaciones por satélite. Telefónica inauguró la estación terrena de comunicaciones de Buitrago de Lozoya



1971

Telefónica puso en servicio la primera Red Especial de Transmisión de Datos de Europa. Se colocó el teléfono 5 millones



5 millones de Clientes

1985



Se creó la nueva imagen y la nueva denominación de la empresa: Telefónica de España, S.A.

1978

Se instaló el teléfono número 10 millones



10 millones de Clientes

1988

Entra en vigor la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT)

1987



Telefónica empieza a cotizar en la Bolsa de Nueva York

1990

Telefónica lanzó el servicio móvil analógico MoviLine alcanzando una cobertura de un 98% del territorio y de la población en tres años



Telefónica adquirió participaciones en el capital y se hizo cargo de la gestión de las empresas CTC y ENTEL, en Chile, y en la operadora Argentina



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

MoviStar

Entrada de Telefónica en Perú



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

1995

Primera privatización parcial de Telefónica.



Auge de Internet
Telefónica lanzó
Infovía

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

32 millones de Clientes

2002

Telefónica inició las desinversiones en medios de comunicación. Fusiona su plataforma de TV Digital

2006

Telefónica compra el 51% de Colombia Telecom



telecom

Telefónica se **estructura** para gestionar al cliente de forma integral generando **tres áreas geográficas**: España, Latinoamérica y Europa

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

2004

Adquisición de los activos de telefonía móvil de BellSouth en América Latina



2003

Telefónica y Portugal Telecom crean una empresa conjunta que agrupa sus activos de telefonía móvil en Brasil



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.

2005

Compra del 5% del capital social de China Netcom



Adquisición de Cesky Telecom



Lanzamiento mundial de la nueva identidad de Movistar



68 millones de Clientes

100 millones de Clientes

200 millones Clientes

Estructura del Grupo

Se crean tres direcciones generales integradas para España, Europa y América latina

En 2006, Telefónica adoptó un modelo de gestión regional e integrada

Telefónica se dota de la Compañía de una estructura más flexible y dinámica para reforzar el liderazgo y ampliar la ventaja competitiva en el sector. La clave de la nueva estructura de Telefónica radica en profundizar en su enfoque al cliente y aprovechar su escala.

A lo largo de los últimos años, Telefónica ha concentrado su negocio de telecomunicaciones, reforzando su presencia en los mercados de telefonía fija y telefonía móvil y orientando su modelo de negocio a satisfacer las necesidades de comunicación de todos sus clientes. Esta reorientación quedó plasmada en la aprobación de la nueva estructura directiva de la Compañía por el Consejo de Administración de Telefónica S.A. en su reunión de Julio de 2006.

Las distintas operaciones del Grupo Telefónica en 23 países, se organizan en torno a tres regiones geográficas: España, Latinoamérica y Europa. Adicionalmente, existen otras áreas de actividad con funciones específicas que apoyan a las empresas dedicadas a ofrecer servicios de telecomunicaciones.

La nueva Telefónica es una compañía más fuerte y flexible que, tras los cambios experimentados en los últimos años y la consolidación de sus adquisiciones en Latinoamérica y Europa, parte de una posición privilegiada para reforzar su liderazgo y aprovechar las oportunidades del sector y la ventaja competitiva con sus homólogos.

Desde esta posición de fortaleza, que se refleja en unos excelentes resultados financieros y de negocio, la presencia relevante en Europa y el liderazgo en España y Latinoamérica, la Compañía adopta un nuevo modelo de gestión tendente a continuar por la senda del crecimiento en ingresos y rentabilidad; a aprovechar al máximo las ventajas de la escala y la diversidad y a dirigir el proceso de convergencia entre fijo y móvil desde una visión integrada del negocio y claramente orientada al cliente.

Centro Corporativo

El Centro Corporativo es responsable de la estrategia global y de las políticas corporativas, la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades de negocio.

El nuevo esquema organizativo gira en torno a la potenciación de la Dirección General de Coordinación, Desarrollo de Negocio y Sinergias y a una división regional del negocio integrado, que garantice el acercamiento al cliente. La misión de la Dirección General de Coordinación, Desarrollo de Negocio y Sinergias, que tiene bajo su responsabilidad las áreas de Estrategia, Presupuestación y Control, Comercial, Infraestructuras y Sistemas de Información, Inmobiliario, Logística, Compras y Recursos Humanos, es asegurar el funcionamiento integrado de Telefónica como una única Compañía, con foco en el cliente.

Por otra parte, la Dirección General de Finanzas y Desarrollo Corporativo es responsable de la gestión de las actividades financieras de la Compañía en todas las regiones, de las estrategias de crecimiento inorgánico a través de adquisiciones, y de las posibles desinversiones de activos no estratégicos.

Respecto a las restantes funciones corporativas de apoyo, el Consejo aprobó la creación de la Secretaría General Técnica de Presidencia que asume, reportando al Presidente, las responsabilidades sobre las áreas de Comunicación Corporativa, Relaciones Institucionales y Fundación Telefónica. Por su parte, la Secretaría General Jurídica y del Consejo es responsable de todos los Servicios Jurídicos del Grupo, también con dependencia directa del Presidente.



Unidades de negocio

En la actualidad, los distintos mercados en los que está presente Telefónica cuentan con sus propios ritmos de crecimiento y grados de competitividad. Por ello, tras la reincorporación de Telefónica Móviles a Telefónica, la Compañía ha querido garantizar una visión del mercado en su conjunto y designar responsables únicos para los negocios de fijo y móvil, que definan estrategias adaptadas a la realidad regional y persigan el crecimiento de los ingresos y la rentabilidad en cada área geográfica.

Esta misma visión ha llevado a la creación de tres Unidades de Negocio, con rango de Dirección General de Telefónica S.A. (Telefónica España, Telefónica Europa y Telefónica Latinoamérica) y con responsabilidad sobre el negocio integrado; es decir, sobre los activos fijos y móviles.

Telefónica España

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en España. En la actualidad gestiona cerca de 16 millones de accesos de telefonía fija, 4,4 millones de accesos de datos e Internet y más de 21 millones de accesos móviles.

Telefónica Latinoamérica

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en América Latina, alcanzando presencia en todos los mercados clave de Latinoamérica.

A cierre de 2006, gestiona más de 21 millones de accesos de telefonía fija, 5,9 millones de accesos de datos e Internet y más de 83 millones de accesos móviles.

Países en los que ofrece servicios: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente gestiona la oficina de Telefónica en China y la alianza con China Netcom.

Telefónica O2 Europa

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y banda ancha en Europa. Esta unidad de negocio desarrolla operaciones en Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

A cierre de 2006, Telefónica O2 Europa gestiona 35,2 millones de accesos móviles, 2,4 millones de accesos fijos y 607.000 accesos de datos e Internet.

Otras actividades de apoyo

Atento presta servicios de atención al cliente a través de contact centers o plataformas multicanal. Dispone de call centers en España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Marruecos, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela. A cierre de 2006, ofrecía empleo a más de 106.000 profesionales.

La empresa tgestiona está dedicada a ofrecer servicios de apoyo a la gestión en materia económica-financiera, de administración, gestión de recursos humanos, logística, gestión integral de edificios y servicios. Desarrolla actividades en España, Argentina, Brasil, Chile y Perú.

Telefónica I+D se orienta a la creación de servicios, la gestión de las redes, los servicios y los negocios con especial atención a la innovación tecnológica de carácter estratégico o inexistente en el mercado. La compañía actúa como motor de la innovación de la empresa, desarrolla nuevos servicios anticipatorios e identifica las opciones tecnológicas emergentes. Dispone de una red de Centros de Excelencia con sedes en España, Brasil y México.

Órganos de gobierno

Composición del Consejo de Administración

Presidente Ejecutivo

D. César Alierta Izuel

Vicepresidentes

D. Isidro Fainé Casas

D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Consejeros

D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda

D. José M^a Álvarez- Pallete López

D. David Arculus

D. Maximino Carpio García

D. Carlos Colomer Casellas

D. Peter Erskine

D. Alfonso Ferrari Herrero

D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo

D. Pablo Isla Álvarez de Tejera

D. Julio Linares López

D. Antonio Massanell Lavilla

D. Vitalino Manuel Nafría Aznar

D. Enrique Used Aznar

D. Antonio Viana-Baptista

Secretario (no Consejero)

D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies

Vicesecretario (no Consejero)

D. Antonio Hornedo Muguero

Comisión Delegada

Presidente Ejecutivo

D. César Alierta Izuel

Vicepresidentes

D. Isidro Fainé Casas

D. Gregorio Villalabeitia Galarraga

Vocales

D. Maximino Carpio García

D. Carlos Colomer Casellas

D. Peter Erskine

D. Julio Linares López

D. Antonio Viana-Baptista

Secretario

D. Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies

Composición Comisiones del Consejo de Administración

Comisión de Auditoría y Control:

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

Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno:

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

Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa:

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

Comisión de Regulación:

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

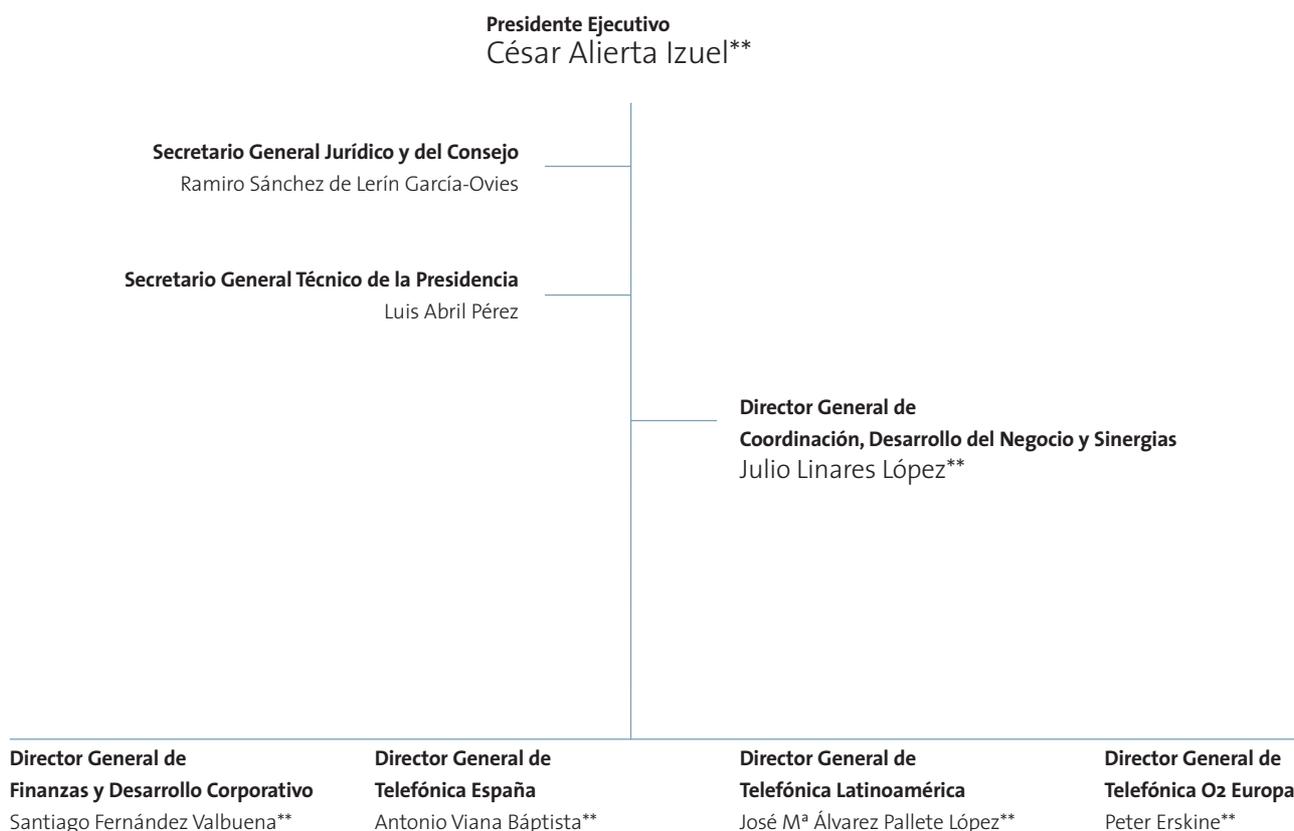
Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial:

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

Comisión de Asuntos Internacionales:

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

Estructura Organizativa de Telefónica*



* Diciembre 2006

** Miembro Comité Ejecutivo

Estructura societaria

Grupo Telefónica

	% Part
Telefónica de España	100,00
Telefónica Móviles (1)	100,00
Telefónica Latinoamérica	100,00
Telefónica de Contenidos	100,00
Grupo Atento	91,35
Telefonica O2 Europa	100,00

¹ Telefónica Móviles fue absorbida por Telefónica S.A. en julio 2006

Grupo Telefónica de España

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

Nota: Terra Networks España y Telefónica Empresas España han sido absorbidas mediante fusión por Telefónica de España

Grupo Telefónica Latinoamérica

	% Part
Telesp (1)	87,95
Telefónica del Perú (2)	98,18
Telefónica de Argentina	98,03
TLD Puerto Rico	98,00
Telefónica Chile (3)	44,89
Telefónica Telecom (4)	52,03
Terra Networks Perú	99,99
Terra Networks México	99,99
Terra Networks USA	100,00
Terra Networks Guatemala	100,00
Terra Networks Venezuela	100,00
Terra Networks Brasil	100,00
Terra Networks Argentina	99,99
Terra Networks Chile	100,00
Terra Networks Colombia	99,99
Telefónica Data Argentina	97,92
Telefónica USA (5)	100,00
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) (6)	100,00

¹ Participación efectiva 88,01%.

² Telefónica Empresas Perú ha sido absorbida por T.del Perú el 1/5/2006.

³ CTC ha cambiado de denominación social.

⁴ Colombia Telecom ha cambiado de denominación social.

⁵ Cambio de denominación social. Antes Telefónica Data USA.

⁶ Telefónica, S.A. posee el 92,51% y Telefónica DataCorp el 7,49%.

Nota: Telefónica Empresas Brasil ha sido absorbida por Telesp.

Telefónica O2 Europa

	% Part
O2 UK	100,00
O2 Alemania	100,00
O2 Irlanda	100,00
Manx	100,00
Airwave	100,00
Be	100,00
Telefónica O2 República Checa (1)	69,41

¹ Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

Nota: Telefónica Deutschland absorbida por O2 Germany.



Grupo Telefónica Móviles

	% Part
Telefónica Móviles España	100,00
Brasilcel (1)	50,00
T. Móviles Argentina	100,00
T. Móviles Perú	98,53
T. Móviles México	100,00
TM Chile	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	99,99
T. Móviles Uruguay	100,00
Telefonía Celular Nicaragua	100,00
Telefónica Móviles Chile	100,00
Group 3G (Alemania)	57,20
IPSE 2000 (Italia) (2)	45,59
3G Mobile AG (Suiza)	100,00
Medi Telecom	32,18
Mobipay España	13,36
Mobipay Internacional	50,00
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile)	100,00
Tempos 21	43,69

1 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%).

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

Nota: Radiocomunicaciones Móviles SA (Argentina) ha sido absorbida por Móviles Argentina.

Grupo Atento

	% Part
Atento Teleservicios España, S.A.	100,00
Atento Brasil, S.A.	100,00
Atento Argentina, S.A.	100,00
Atento de Guatemala, S.A.	100,00
Atento Mexicana, S.A. de C.V.	100,00
Woknal (Uruguay)	100,00
Centro de Contacto Salta	100,00
Mar de Plata Gest y Contactos, S.A.	100,00
Atento Perú, S.A.C.	99,46
Atento Chile, S.A.	77,95
Atento Maroc, S.A.	100,00
Atento El Salvador, S.A. de C.V.	100,00

Grupo Telefónica de Contenidos

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

1 Sociedad participada por Telefónica S.A. Endemol Holding NV es la sociedad matriz del Grupo Endemol y posee el 75% de la sociedad Endemol NV, sociedad cotizada en la Bolsa de Amsterdam.

Otras participaciones

	% Part
Lycos Europe	32,10
Sogecable (1)	16,76
Portugal Telecom (2)	9,84
China Netcom Group (3)	5,00
BBVA	1,07
Amper	6,10

1 Telefónica de Contenidos, S.A. tiene el 15,63% y Telefónica, S.A. el 1,13%.

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

3 Sociedad participada por Telefónica Latinoamérica.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Enero

Telefónica facilita a los empleados información sobre los competidores y el mercado.

Telefónica Móviles lanza el primer móvil que opera en castellano, gallego, euskera y catalán.

La Comisión Europea autoriza la compra de O2 por Telefónica.

Telefónica Móviles accesible incorpora la lengua de signos para facilitar las consultas a las personas sordas.

Los profesores colaboradores de Telefónica España impartieron un millón de horas de clase durante 2005.

Telefónica Empresas implicada en el mayor proyecto de telefonía IP de Latinoamérica para la administración tributaria de Perú.

La Fundación Entorno concede a Telefónica uno de sus premios europeos de medio ambiente.

Telefónica I+D colabora con un proyecto europeo para reducir la brecha digital en Iberoamérica.

César Alierta inaugura en Chile la mayor exposición de arte mexicano celebrada fuera de México.

Telefónica España ofrece el alta de línea fija gratis al colectivo de inmigrantes.

Febrero

La campaña de la marca Telefónica Móviles, entre las mejores de los últimos 20 años.

Telefónica de España se convierte en distribuidor de Telefónica Móviles.

Telefónica implanta el nuevo modelo de atención al ciudadano del Gobierno vasco.

Telefónica pone en marcha la red de fibra óptica más austral del mundo.

Telefónica Móviles lanza sus primeros servicios GSM en Perú.

Telefónica I+D colabora con la Agencia Espacial Europea en un estudio sobre los servicios por satélite en Latinoamérica y África.

Telefónica Móviles, la marca más influyente del sector en Latinoamérica.

El portal del empleado e-domus cumple cinco años.

Telefónica I+D recibe el premio Ahciet por un estudio sobre el teletrabajo.

Telefónica Móviles Argentina supera los 8 millones de clientes.

Marzo

Telefónica Móviles lanza en Perú el primer servicio de localización en el móvil con tecnología GPS.

Telefónica Móviles México y Nextel interconectan sus redes para el envío de mensajes de textos.

Telefónica Servicios Audiovisuales pone en marcha la televisión de Asturias.

César Alierta recibe el premio Telecom Europa.

Telefónica Móviles entra en el índice de responsabilidad corporativa FTSE4Good.

Telefónica I+D presenta en Bruselas el piloto de la televisión móvil de Telefónica Móviles España.

Telefónica contribuye a elaborar la agenda estratégica de investigación nacional.

Telefónica presenta su nueva imagen en Puerto Rico.

La fundación presenta la recreación virtual de Atapuerca.

La compra de O2, premio a la mayor operación del año.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Abril

Telefónica instala en toda España su servicio de cardioprotección.

Telefónica desarrolla la primera aplicación financiera que reside en la tarjeta SIM del móvil.

Telefónica conecta gratis a Internet a más de 100.000 niños de Nicaragua.

Telefónica, entre las empresas del mundo que mejor informan a sus accionistas.

Telefónica Móviles potencia la formación on-line en todas sus operadoras de Latinoamérica.

Lucent asume el despliegue mundial de Imagenio.

Telefónica cierra en 10 días la compra de Colombia Telecom.

Telefónica Servicios Audiovisuales pone en marcha el canal de televisión de Extremadura.

Telefónica España edita su primera memoria de responsabilidad corporativa.

Mayo

Warner Bros alcanza su primer acuerdo de vídeo bajo demanda en España con Telefónica.

'Emoción' incorpora el buscador de Google y lanza una tarifa plana.

Telefónica I+D implanta en México un sistema para definir tarifas, basado en el comportamiento del cliente.

Telefónica es la empresa mejor percibida por su acción social.

Telefónica Móviles supera el listón de los 20 millones de clientes en España.

Telefónica Moviles y O2 presentan 'my europe', un conjunto de importantes ventajas en roaming para los clientes.

Telefónica supera los 186 millones de accesos.

Telefónica Empresas, primera empresa española con certificado de sistema de gestión de la seguridad de la información.

César Alierta presenta a los inversores el proyecto para transformar Telefónica hasta 2009.

Junio

Se publica la derogación de la "acción de oro".

Telefónica Perú, Premio al Mejor Gobierno Corporativo en Empresa privatizada.

Atento México es una de las mejores compañías para trabajar del país, según el Great Place to Work Institute.

Telefónica lanza en Brasil Speedy voz, un servicio que combina el acceso a Internet a alta velocidad y las llamadas.

Los clientes de Telefónica España pueden utilizar sus dispositivos WI-FI en Alemania.

Telefónica cuenta con más de dos millones y medio de clientes de ADSL en Latinoamérica.

Telefónica Móviles retransmite por primera vez en España un concierto en directo desde el móvil.

Telefónica pone en marcha la radio interactiva para el móvil.

Telefónica Móviles anuncia el lanzamiento de Blackberry en varios países de Latinoamérica.

Telefónica patrocina el primer seminario sobre telecomunicaciones en China.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Julio

Nace oficialmente el primer operador integrado de la República Checa: Telefónica O2 Czech Republic.

Telefónica Wholesale se alía con Inmarsat para ofrecer banda ancha móvil en todo el mundo.

Telefónica extiende la banda ancha a más de 1.700 poblaciones rurales de toda España.

Telefónica Perú lanza un servicio de televisión por satélite.

Telefónica Móviles y Fox crean la mayor comunidad de contenidos de televisión para telefonía móvil de habla hispana.

Méditel obtiene una licencia de UMTS en Marruecos.

Telefónica lanza un nuevo equipo que permite la conexión de terminales analógicos a la voz IP.

Telefónica integra en su red el tráfico internacional de O2.

Fundación Telefónica colabora en Perú con el programa *¿hasta cuándo?* plan de ayuda a mujeres maltratadas.

Expertos de todo el mundo se reúnen en Telefónica I+D para definir los estándares de la web móvil.

Telefónica S.A. vende Telefónica Publicidad e Información (TPI).

Agosto

Telefónica presenta su primer informe de responsabilidad corporativa auditado en Perú.

Telefónica O2 obtiene una licencia de telefonía móvil de tercera generación en Eslovaquia.

La República Checa ya tiene 400.000 clientes con ADSL.

Telefónica es reconocida en Chile como empresa líder en reportes de sostenibilidad.

Telefónica recibe el premio "Institutional Investor 2006" por su relación con los inversores.

Distrito C, preparado para producir energía solar.

El Programa Proniño duplica su cobertura en Argentina para ayudar a más de 3.000 niños en 2006.

Telefónica de Argentina, premio a la "mejor empresa de comunicaciones".

Septiembre

Telefónica O2 Czech Republic presenta sus servicios bajo la marca Telefónica O2.

Telefónica España evalúa su sistema de gestión siguiendo el modelo de excelencia europea.

Telefónica Móviles inaugura en Barcelona el mayor espacio para la vanguardia en música, arte, tecnología, cine y ocio.

Telefónica Móviles Argentina lanza un servicio para realizar pagos a través del móvil.

Telefónica renueva su presencia en el Dow Jones Sustainability Index, como empresa líder en responsabilidad corporativa

Telefónica es el primer operador europeo que ofrece una serie producida para televisión en todos los soportes.

Telefónica O2 Alemania integra en una misma unidad sus servicios de telefonía móvil e IP.

Telefónica lanza la telefonía IP para empresas en Latinoamérica.

Telefónica pone en marcha el nuevo sistema de producción digital de los informativos de Televisión Española.

Telefónica patrocina el Cio Meeting 2006, en el que participan más de 80 expertos en tecnologías de la información.

Información al accionista

El beneficio por acción crece un 42,9% en 2006

La rentabilidad para el accionista se situó en el 31,16%

En 2006 todas las variables que reflejan la rentabilidad para el accionista han evolucionado positivamente: la acción cerró 2006 a 16,12 euros / acción, lo que supuso una revalorización del 26,8%; el beneficio por acción creció un 42,9%; el dividendo ascendió a 0,55 euros por acción. Con todo ello, la rentabilidad total para el accionista en 2006 se situó en el 31,16%.

Rentabilidad para el accionista

La rentabilidad para un accionista de Telefónica se situó en 31,16% en 2006. Esta rentabilidad es consecuencia de dos parámetros: por una parte, de la positiva evolución bursátil registrada en el año 2006, periodo en el que la acción de Telefónica se revalorizó un 26,8%, y, por otra, al pago de dos dividendos por importes de 0,25 y 0,30 euros por acción. A continuación se detalla el comportamiento de estas dos variables.

Retribución al accionista en el año 2006

En el ejercicio 2006 el Grupo Telefónica se ha consolidado como la operadora europea incumbente que presenta el mejor crecimiento y rentabilidad de la industria. Así, durante el año 2006 se ha anunciado una nueva política de remuneración al accionista a largo plazo más atractiva y competitiva, que tiene como objetivos para el ejercicio 2009 el duplicar el beneficio por acción y el dividendo, partiendo de las cifras de 0,91 euros y 0,5 euros por acción correspondientes al ejercicio 2005.

El 12 de mayo de 2006, se procedió al pago de un dividendo a cuenta de los beneficios del ejercicio 2005, por un importe bruto de 0,25 euros por acción.

El 10 de noviembre de 2006 se abonó un dividendo a cuenta de 0,3 euros por acción con cargo a los resultados del ejercicio 2006. Esta remuneración se complementará durante el primer semestre de 2007, cuando se abonará un dividendo de 0,3 euros por acción.

Por otra parte, el programa de recompra de acciones por valor de 2.700 millones de euros se completará antes del final de 2007 y las acciones serán amortizadas. A 22 de enero de 2007, la posición de autocartera de Telefónica era de 79.030.886 acciones propias, que representan el 1,606% del capital social actual de la Compañía.

Rentabilidad para un accionista que hubiera comprado 100 acciones de Telefónica el 1 de enero de 2006

	Número de acciones	Importe
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2006	100,00	1.271,00
Dividendo a cuenta beneficio 2005	100,00	0,25 €/brutos acción
Dividendo a cuenta beneficio 2006	100,00	0,30 €/brutos acción
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2007	100,00	1.612,00
Valor total de la cartera compuesta por 100 acciones		1.667,00
Rentabilidad 2006		31,16%

Evolución de la acción en 2006

Durante el año 2006 la acción de Telefónica ha presentado una rentabilidad positiva del 26,8%, en un contexto de subidas generalizadas en las principales bolsas internacionales. Esta revalorización de Telefónica del 26,8% hasta 16,12 euros/acción, ha sido muy superior a la registrada por el sector de referencia en Europa (Dow Jones Europe Stoxx Telecommunications +16,9%) y a la del índice general Eurostoxx-50 (+15,1%). Por su parte, el Ibex-35 se ha revalorizado un 31,8%. Asimismo, el comportamiento relativo de Telefónica en el ejercicio 2006 también es mejor que el de sus comparables europeas, que han finalizado este período con rentabilidades negativas en el caso de Telecom Italia (-6,9%), Deutsche Telekom (-1,7%) y France Telecom (-0,2%) o inferiores como Vodafone (+12,9%) y con la excepción de BT, que se ha revalorizado un 35,4%.

La subida en el año 2006 tanto de Telefónica como del sector de telecomunicaciones se ha producido desde el mes de octubre, ya que hasta entonces su comportamiento había sido negativo. Este cambio de tendencia se produjo por una rotación sectorial entre los inversores hacia el sector de telecomunicaciones debida, entre otras razones a una mayor visibilidad del entorno regulatorio en las tarifas de interconexión y a unas valoraciones relativas atractivas respecto a otros sectores.

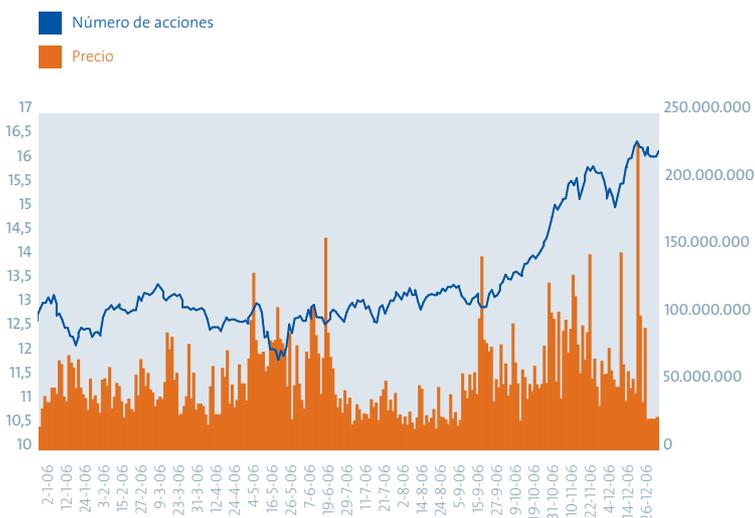
Los principales factores que justifican la buena evolución de Telefónica en 2006 son su mayor perfil de crecimiento, superior a la media del sector, rentabilidad, disciplina financiera, diversificación geográfica y por negocios, credibilidad al cumplir con los objetivos financieros fijados por el Grupo y una atractiva remuneración al accionista.

El volumen medio diario de negociación en 2006 de Telefónica en el mercado español ha sido de 53,4 millones de acciones, superior a los 44,5 millones de títulos del ejercicio anterior. La capitalización bursátil de la Compañía a cierre de 2006 ascendió a 79.329 millones de euros (104.722 millones de dólares).

Evolución bursátil 2006



Precio / Volumen



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

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

Beneficio para el accionista

En el ejercicio 2006, Telefónica consiguió los mejores resultados de su historia, que le han situado como líder mundial del sector de las telecomunicaciones. El beneficio neto de la compañía ha crecido un 40,2% respecto a 2005, alcanzando la cifra récord de 6.233 millones de euros. En consecuencia, el beneficio para el accionista de Telefónica se situó en 2006 en 1,304 euros por acción, con un crecimiento interanual del 42,9%.

Capital social

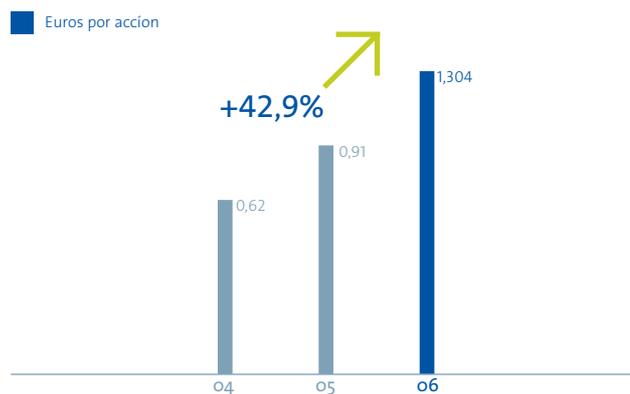
La última modificación del capital tuvo lugar en el mes de junio de 2005 como consecuencia de la reducción del mismo mediante la amortización de acciones propias en autocartera (por importe de 34.760.964 euros), que situó la cifra del capital social en 4.921.130.397 euros, cifra que se ha mantenido a lo largo del ejercicio 2006.

Numero de accionistas

De acuerdo con la información obtenida de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores (Iberclear) con fecha 2 de marzo de 2007, el número de accionistas de Telefónica, según registros individualizados a favor tanto de personas físicas como de personas jurídicas, ascendía a 1.765.599 accionistas.

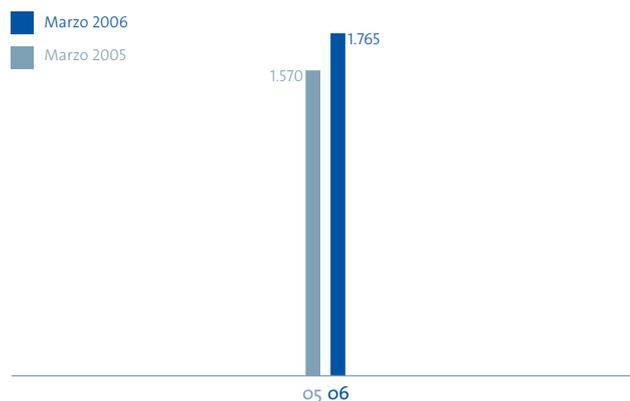
Beneficios por acción

Datos en miles



Número de accionistas

Datos en miles



Participaciones accionariales de los miembros del Consejo de Administración¹

Abril 2007

	Titularidad directa poseídas	Titularidad indirecta	Número de acciones
D. César Alierta Izuel ¹	1.910.333	78.000	1.988.333
D. Isidro Fainé Casas	144.978	0	144.978
D. Gregorio Villalabeitia Galarraga	55	0	55
D. Fernando de Almansa Moreno-Barreda	19.349	0	19.349
D. José María Álvarez-Pallete López	15.715	1.036	16.751
D. David Arculus	10.500	0	10.500
D. Maximino Carpio García	10.247	494	10.741
D. Carlos Colomer Casellas	564	25.700	26.264
D. Peter Erskine	500	0	500
D. Alfonso Ferrari Herrero	1.883	103.480	105.363
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	39.476	390.000	429.476
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera	401	0	401
D. Julio Linares López	25.756	2.207	27.963
D. Antonio Massanell Lavilla	2.274	0	2.274
D. Vitalino Manuel Nafría Aznar	300	0	300
D. Enrique Used Aznar	36.000	34.000	70.000
D. Antonio Viana-Baptista	103.567	0	103.567
Total	2.321.898	634.917	2.956.814

¹ El 5 de marzo de 2007, el Presidente de Telefónica, César Alierta, anunció a la CNMV la adquisición de 8.200.000 opciones call europeas sobre acciones de Telefónica S.A. liquidables por diferencias, con vencimiento el 2 de marzo de 2011 y con un precio de ejercicio de 22 euros.

Participaciones significativas¹

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

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

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

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

Participaciones significativas¹

	Porcentaje	Total acciones	Porcentaje	Participación directa acciones	Porcentaje	Participación indirecta acciones
BBVA	6,437%	316.764.189	6,43%	316.735.246	0,00%	28.943
La Caixa	5,080%	249.981.747	1,18%	58.103.174	3,90%	191.878.573

¹ 31/12/2006

Gestión de riesgos

Telefónica tiene un modelo corporativo que permite evaluar y controlar los riesgos operativos del negocio basado en los mejores prácticas internacionales

Telefónica realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pueden afectar a la Compañía. Para ello dispone de un Modelo Corporativo que se aplica periódica y homogéneamente en las sociedades del Grupo, que permite evaluar tanto la importancia de cada uno de los riesgos como el grado de control sobre cada uno de ellos. Todo ello se basa en el sistema propuesto por los informes COSO (Committee of Sponsoring Organizations de la Comisión Treadway), que establecen un marco integrado de control interno y gestión de riesgos.

De esta forma, el Grupo dispone de un mapa de riesgos que permite identificar los posibles conflictos que precisan de un control y seguimiento específico, a los que se concede prioridad en función de su importancia.

Asimismo, el modelo dispone de una matriz que recoge los procesos operativos en los que se gestionan cada uno de los riesgos considerados al objeto de evaluar los controles establecidos y tener la seguridad razonable de que no saltarán las alarmas.

La Dirección de Auditoría Interna identifica los citados riesgos y procesos. Es un área responsable de la función de control interno del Grupo. La Comisión de Auditoría y Control de Telefónica recibe información periódica sobre las actividades y los resultados de los trabajos de dicha dirección.

En 2006, Telefónica inició los trabajos necesarios para modificar los parámetros de medida de los riesgos, pasando de los actuales (grado de importancia y nivel de control), a impacto y probabilidad de ocurrencia de acuerdo con las mejores prácticas internacionales, es decir, evolucionando del actual modelo COSO I al COSO II.

En virtud del modelo vigente, Telefónica tiene identificados 50 riesgos clasificados en las siguientes categorías:

Riesgos de los procesos de negocio

- Riesgos operacionales: los que pudieran afectar a la eficacia y eficiencia de los procesos operativos y a la prestación de los servicios del Grupo, a la satisfacción de los clientes y a la reputación de las empresas que lo componen.
- Riesgos de integridad: los vinculados al fraude interno y externo que puedan tener las compañías del Grupo.
- Riesgos de dirección y recursos humanos: aquellos vinculados, entre otros, a la gestión, dirección y liderazgo, límites de autoridad, etc.
- Riesgos tecnológicos: entre otros, mercados sujetos a una intensa renovación tecnológica, fallos en el abastecimiento de los proveedores, riesgos asociados a las interrupciones de red imprevistas, etc.
- Riesgos financieros: gestión del riesgo de tipo de cambio o de tipo de interés, riesgos asociados a las relaciones con los socios del Grupo, riesgos asociados a adquisiciones e integraciones de negocios, etc.

Riesgos de información

- Información operativa.
- Información financiera.
- Evaluación estratégica.

Riesgos del entorno

- Competencia.
- Relaciones con accionistas.
- Disponibilidad de recursos.
- Entorno político, económico, legal y fiscal.
- Regulación y cambios en el sector.

Sistemas para el control de riesgos

Como ya se ha indicado, el marco de control interno del Grupo Telefónica está basado en el modelo COSO (Committee of Sponsoring Organizations de la Comisión Treadway), cuyos objetivos principales son:

- La eficacia y eficiencia de sus operaciones.
- La salvaguarda de los activos.
- La fiabilidad de la información financiera.
- El cumplimiento de las leyes y normas.

Además de los controles establecidos en cada proceso operativo, Telefónica dispone de los siguientes elementos específicos de control:

- Una estructura de Auditoría Interna que desarrolla sus funciones de acuerdo con los criterios y normas profesionales del Instituto Internacional de Auditores Internos. Telefónica es la primera sociedad española que ha obtenido la certificación de calidad del Instituto.
- Un auditor externo verifica las cuentas anuales de la Compañía y las de todas las sociedades del Grupo Telefónica con peso significativo. El auditor efectúa recomendaciones en materia de control interno en el caso de las sociedades más importantes.

Para el establecimiento de sistemas de control adecuados y homogéneos la Compañía dispone de un conjunto de normativas mediante las que se regulan aspectos básicos de control.

Destacan las siguientes:

- Normativas de control sobre el proceso de elaboración de la información financiera y contable. Este proceso se regula a través de manuales, instrucciones y normas establecidas.
- Normativas de control sobre la información de la Compañía y su sistema de información financiera y contable.
- Normativas sobre representación externa y vinculación de las sociedades del Grupo.
- Normativas de mínimos medioambientales.

Por otra parte, Telefónica cuenta con la Unidad de Intervención, responsable de su control y seguimiento cuyas funciones son, entre otras, el control de la aplicación de los fondos, el control de las operaciones relevantes, el control de los gastos de viaje y representación, la implantación de controles básicos en los procesos de mayor riesgo, etc.

Asimismo, el Grupo Telefónica dispone de unidades que controlan determinados riesgos específicos. En concreto, todos aquellos relacionados con Riesgos y Seguros, Reputación, Regulación, Calidad y Recursos Humanos.

Igualmente, y debido a su condición de sociedad cotizada en la Bolsa de Nueva York, Telefónica atiende a los requerimientos establecidos por la Ley Sarbanes-Oxley y sus normas de desarrollo.

Así desde 2005 funciona el canal de denuncias que creó la Comisión de Auditoría y Control del Consejo de Administración cuyo objetivo es que cualquier empleado pueda hacer llegar, de forma anónima si lo desea, denuncias sobre el control interno de los estados financieros, la contabilidad o la auditoría de las cuentas.

Por último, en 2006 el Consejo de Administración aprobó la unificación de los Códigos Éticos de las distintas sociedades del Grupo en un nuevo Código de Principios de Actuación empresarial a aplicar de forma homogénea en todos los países donde opera Telefónica.

Supervisión de los dispositivos de control

El Consejo de Administración de Telefónica S.A. tiene constituida una Comisión de Auditoría y Control cuyas funciones, competencias y normas de funcionamiento están recogidas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración. Responden tanto a los requerimientos legales como a las recomendaciones de buen gobierno corporativo emitidas tanto por organismos nacionales como internacionales.

Salvo para tratar temas específicos, a las reuniones asisten el Auditor Externo y representantes de las Direcciones de Finanzas, Auditoría Interna y Estrategia, Presupuestación y Control. Ocasionalmente y para tratar asuntos concretos se invita a otros directivos. El Presidente y los vocales de la Comisión de Auditoría y Control de Telefónica S.A. tienen acceso a las conclusiones de la Auditoría Interna y a la información sobre el cumplimiento de las recomendaciones.

Supervisión de las regulaciones que afectan al sector

La mayoría de empresas del Grupo Telefónica operan en el sector de las telecomunicaciones, sometido a regulación en la práctica totalidad de los países en los que está presente la Compañía. El modelo de control interno descrito incluye entre sus objetivos básicos el cumplimiento de aquellas leyes y normas que afectan al Grupo Telefónica en su actividad. De forma más específica, existen unidades que ejercen controles específicos sobre este tipo de riesgos, especialmente a través de sus servicios jurídicos y de las áreas de regulación existentes en las compañías del Grupo.

Telefónica gestiona activamente los riesgos de mercado financiero para estabilizar los flujos de caja, la cuenta de resultados y el valor de los recursos propios

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 financieros que afectan a las sociedades del Grupo, son:

Riesgo de tipo de cambio

Surge principalmente por la presencia internacional de Telefónica, con inversiones y negocios en países con monedas distintas al 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.

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.

Riesgo de precio de acciones

Se debe a la variación del 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.

Riesgo de liquidez

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.

Riesgo país

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.

La Compañía gestiona activamente los riesgos mencionados con la finalidad de estabilizar:

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

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

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

Riesgo de tipo de cambio

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

- mayor sea la correlación estimada entre el valor del activo y la cotización de la divisa,
- 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) y
- 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 2006, la deuda en divisas latinoamericanas alcanzaba cerca de 7.306 millones de euros. No obstante, esta deuda no está uniformemente repartida como proporción de los flujos generados en cada país, por lo que su efectividad futura de cara a la protección de riesgos cambiarios dependerá de dónde se produzcan las eventuales depreciaciones.

Adicionalmente, la protección frente a pérdidas de valor de los activos latinoamericanos por efectos de divisa se complementa mediante endeudamiento en dólares, tanto en España (asociado a la inversión mientras se considere que la cobertura es efectiva) como en los propios países ante la ausencia de un mercado de financiación en divisa local o de coberturas suficiente profundo.

A 31 de diciembre de 2006 la deuda en dólares del Grupo ascendía al equivalente de 1.462 millones de euros neto del efecto de los derivados contratados y los activos financieros en dólares. Para la protección de la inversión en Chequia, el Grupo tiene deuda denominada en coronas checas por un importe que, a 31 de diciembre de 2006, asciende a 1.997 millones de euros equivalentes.

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 y la dificultad de obtener financiación en divisa local, lo que no permite una cobertura a bajo coste (como sucede en Argentina); (ii) por financiación mediante préstamos intragrupo, con un tratamiento contable del riesgo de divisa distinto a la financiación mediante aportaciones de capital; (iii) o por decisiones propias.

En 2006 se obtuvieron resultados positivos por la gestión del tipo de cambio por un total de 61 millones de euros, en su mayor parte por las posiciones que protegían de una eventual debilidad del dólar estadounidense. El beneficio por la exposición a las divisas latinoamericanas fue reducido al compensarse entre sí las variaciones de los tipos de cambio de la divisas latinoamericanas respecto al dólar estadounidense.

Por otra parte, en el año 2006 se materializó la adquisición del 100% de O2. Esta adquisición se financió con deuda por medio de un préstamo multidivisa que se refinanció durante 2006 principalmente por medio de emisiones de bonos y préstamos a largo plazo. La composición final por divisas del pasivo resultante de la adquisición tiene en cuenta que parte del valor de la compañía se debe a sus negocios en la zona euro (Alemania e Irlanda) por lo que dicha parte está financiada en euros. Respecto a los negocios en el Reino Unido y ante la ausencia de correlación perfecta entre el valor del negocio y la cotización de la

libra-euro se ha financiado alrededor del 70% del valor de adquisición de dichos negocios en libras, por lo que a 31 de diciembre de 2006 el montante de deuda en libras (por medio de instrumentos de deuda o derivados) asciende a 11.095 millones de euros equivalentes.

Riesgo de tipo de interés

Los costes financieros de Telefónica están expuestos a las oscilaciones de los tipos de interés. En 2006, los tipos de corto plazo con mayor volumen de deuda expuesta a ellos fueron fundamentalmente el Euribor, el Libor de la libra (con motivo de la adquisición de O2), la tasa SELIC brasileña, el Libor del dólar y la UF chilena. A 31 de diciembre de 2006, el 45,4% de la deuda total (o el 46,3% de la deuda a largo plazo), tenía su tipo fijado por un periodo superior a un año. Del 54,6% restante (deuda a flotante o a tipo fijo con vencimiento menor a un año) 41,1 puntos porcentuales tenían el tipo de interés acotado por un plazo superior a un año (o el 23% de la deuda a largo plazo), mientras que a 31 de diciembre de 2005 estaba fijado el 66% de la deuda a largo plazo. La nueva deuda tomada a lo largo del año, en especial ligada a la adquisición de O2, también ha supuesto una exposición a los tipos (tanto a corto como a largo plazo) vigentes en el momento de la contratación o la cobertura. 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 2006 ascendieron a 2.734 millones de euros, un 68% superiores a los de 2005. Si se excluyen los resultados debidos a las diferencias de cambio, las cifras serían de 2.777 en 2006 y 1.793 en 2005, con lo que se observaría un aumento del 55,9% en los costes financieros ajustados de 2006 respecto de 2005. Este incremento resulta de dos factores contrapuestos. Por una parte, la subida del 83,9% de la deuda neta media total (54.315 millones de euros a 31 de diciembre de 2006, incluyendo los compromisos por

prejubilaciones) conllevaría un incremento de 1.372 millones de euros. Por otra parte, los gastos financieros se han visto minorados en 369 millones de euros como consecuencia de una reducción de 47 millones de euros en el gasto asociado a las posiciones contabilizadas a valor de mercado y por la reducción de 109 puntos básicos en el coste medio de la deuda del Grupo (año 2006 vs año 2005), ahorrando 322 millones de euros debido principalmente a que el incremento de deuda figura a tipos de interés inferiores a la media de 2005. La cifra de gastos financieros de 2006 supone un coste medio del 5,0% sobre la deuda neta media total del año y un 5,1% si se excluyen los resultados por tipo de cambio.

Riesgo de precio de acciones

Uno de los riesgos de renta variable a los que está expuesta Telefónica es el precio de su propia acción como consecuencia del programa de recompra de acciones (comunicado en octubre de 2003 y renovado en abril de 2005), por un importe estimado de 6.000 millones de euros hasta 2007 (inclusive), condicionado a la generación de flujos de caja y a la evolución del precio de la acción. En mayo de 2006 se anunció que Telefónica continuará con su actual programa de recompra por un total pendiente de 2.700 millones de euros hasta finales de 2007.

A 31 de diciembre de 2006, Telefónica, S.A., poseía más de 75 millones de acciones propias y opciones de compra sobre 85 millones de acciones propias, con vencimiento en el primer semestre de 2007. Esta estrategia de opciones ofrece una cierta protección frente al hecho de que si la cotización sube, las compras se encarecen, y se pueden adquirir menos acciones con el importe preestablecido. La pérdida económica máxima que se puede experimentar con la estrategia seguida es la prima pagada por la opción, si al vencimiento el precio de la acción quedara por debajo del precio de ejercicio; no obstante, en tal caso Telefónica podría comprar sus acciones en el mercado a un precio menor.

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.

El número máximo de acciones asignado a cierre de 2006 (primer ciclo) asciende a 6.530.615 acciones. 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 adquieran, 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 relativa al 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 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 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 número máximo de acciones.

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 2006, Telefónica vendió su participación en Telepizza y desinvirtió parcialmente en Sogecable, con ocasión de la OPA sobre dicha sociedad.

Riesgo de liquidez

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

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

A 31 de diciembre de 2006, el vencimiento medio de la deuda financiera neta -52.145 millones de euros- era de 6,5 años. El Grupo necesitaría generar alrededor de 8.000 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 2006 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 6,5 años si aplicara la totalidad de esa caja al citado fin.

Los vencimientos brutos de deuda en 2007 (8.381 millones de euros, incluyendo coberturas) son inferiores a la disponibilidad de fondos calculada como la suma de:

- (i) inversiones financieras temporales y tesorería a 31 de diciembre por importe de 5.472 millones de euros
- (ii) la generación anual de caja prevista para 2007 (que se espera sea superior a la cifra de 2006),
- (iii) las líneas de crédito comprometidas por entidades bancarias no utilizadas con vencimiento inicial superior a un año (superior a 5.400 millones de euros, incluyendo las líneas de Cesky Telecom, Endemol B.V. y Grupo O2)

La holgura existente permite acomodar los compromisos que se adquieran por pago de dividendos y adquirir las acciones propias que queden pendientes para dar por concluido el programa vigente de recompra de acciones propias.

El 31 de octubre de 2005, Telefónica lanzó una oferta de adquisición pública sobre el 100% de las acciones de la compañía británica O2 por un importe de 17.887 millones de libras esterlinas. Para respaldar la Oferta Pública de Adquisición de O2, Telefónica, S.A. firmó con un grupo de entidades financieras un préstamo sindicado por importe de 18.500 millones de libras, un tercio del importe con vencimiento a 2 años, otro tercio a un plazo de 2 años y medio y el tercio restante a 3 años. El pago por la adquisición del 100% de las acciones de O2 tuvo lugar en diferentes fechas a lo largo del primer cuatrimestre de 2006. La utilización de dicho préstamo para afrontar el pago incrementó de forma considerable los vencimientos de deuda que el Grupo afrontaba en los años 2007 y 2008 reduciendo de forma significativa la vida media de la deuda hasta 3,75 años desde los 5 años que tenía a 31 de diciembre de 2005. Con el objetivo de restaurar el cumplimiento de los dos principios arriba expuestos que rigen la gestión del riesgo de liquidez, el Grupo puso en marcha un plan de refinanciación del préstamo que se había utilizado para la adquisición de O2. Dado que el

plan de refinanciación se basaba, principalmente, en la apelación a los mercados de bonos internacionales, el Grupo fijó y comunicó unos objetivos financieros a cumplir en el medio plazo con el fin de preservar su calidad crediticia y garantizar el acceso a los mercados de capitales. Estos objetivos son:

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

La calificación crediticia actual de Telefónica es BBB+ por Standard & Poor's, Baa1 por Moody's y BBB+ por Fitch.

La actividad de financiación se ha centrado en los mercados de capitales internacionales, principalmente en el mercado del euro, la libra y el dólar. Las principales emisiones de bonos realizadas durante el año han sido las siguientes:

- en enero se realizaron emisiones de bonos en los mercados de euros y libra por importes de 4.000 millones y 1.250 millones, respectivamente a plazos de 5 y 10 años, en el euro, y de 12 y 20 años en la libra.
- en junio se realizaron emisiones de bonos en el mercado americano por importe de 5.250 millones de dólares americanos a plazos de 3, 5, 10 y 30 años.
- en julio se realizó una emisión de bonos a tipo flotante (floating rate note) por importe de 1.250 millones de euros y a un plazo de 3 años y medio.
- en septiembre se realizó una emisión de bonos por un importe de 500 millones de euros a un plazo de 5 años y medio.
- en octubre se realizó una emisión por importe de 300 millones de euros a un plazo de 2 años.
- en diciembre se realizó una emisión por importe de 500 millones de libras esterlinas y a un plazo de 7 años y un mes.

En cuanto a la actividad en el mercado de préstamos sindicados, el Grupo realizó las siguientes operaciones:

- en abril se firmó con un grupo de Cajas de Ahorro un préstamo sindicado por importe de 700 millones de euros y una vida media de 10 años
- en diciembre se firmó la refinanciación de 7.000 millones de libras esterlinas del préstamo sindicado de adquisición de O2 vía solicitud de una modificación a los bancos participantes en las que se les pedía la extensión del plazo hasta el año 2013 y la adecuación de los términos económicos de la transacción a las operaciones de préstamo de Telefónica ya existentes en el mercado.

Con esta intensa actividad en los mercados financieros, Telefónica ha refinanciado en su totalidad durante el año 2006 el préstamo sindicado de adquisición de O2, mitigando de forma sustancial el riesgo de refinanciación al que se enfrentaba tras la adquisición de O2 en el año 2007 y 2008 en los que afrontaba vencimientos de deuda neta de más de 7.000 millones de euros y más de 19.000 millones de euros, respectivamente, según datos a 31 de marzo. A 31 de diciembre, los vencimientos de deuda neta en estos años tras las operaciones de financiación realizadas ascendían a 2.911 millones de euros en el año 2007 y 3.700 millones de euros en el año 2008, habiéndolos reducidos de forma agregada en más de 20.000 millones de euros. A su vez, dado que la mayor parte de las operaciones de financiación han sido realizadas a largo plazo, la vida media de la deuda neta se ha extendido desde los 3,75 años tras la adquisición de O2 hasta los 6,5 años a 31 de diciembre.

Riesgo país

La percepción de riesgo soberano de la región latinoamericana finalizó el año 2006 en 180 pbs el nivel más bajo en la historia. El desempeño macroeconómico de la región continuó siendo en 2006 muy positivo, con un avance del PIB del 5,3%, mostrando Venezuela la tasa más dinámica (10%) y Brasil (2,8%) el menor

ritmo de expansión. Así, se encadena una senda de cuatro años de crecimiento elevado -los tres últimos por encima del 4%- y una composición cada vez más sólida, basada en el crecimiento de la demanda interna; en este sentido, el dinamismo de la inversión (10%) y la aceleración del consumo (6%) han resultado determinantes.

Esta coyuntura económica positiva permite que la renta per cápita de la región se incremente un 12% desde el año 2002, el mayor aumento consecutivo desde la década de los 70. Paralelamente, estos registros se han producido con una inflación en mínimos históricos (4,8%) con las excepciones de Venezuela (15,8%) y Argentina (10%). Finalmente, el crecimiento del empleo ha propiciado una mejora en los indicadores sociales en la región; la tasa de desempleo ha descendido hasta el 8,7% -mínima desde principios de los 90- los salarios reales crecieron por encima del 2% y los niveles de pobreza e indigencia siguieron cediendo desde los máximos alcanzados a principios de esta década.

Pasando a analizar la calidad crediticia de la región, ésta ha mejorado en 2006 como se aprecia en la tabla adjunta, ya que en general los países han aprovechado la bonanza en la escena internacional -vía precios de materias primas, dinamismo del comercio mundial y remesas de emigrantes- para mejorar los indicadores de vulnerabilidad externa, tales como los relacionados con el endeudamiento externo y el nivel de reservas. Así, durante 2006 se canceló deuda externa por valor de 23.000 millones de dólares y se acumularon 38.600 millones de dólares -la mayor desde 1990- en reservas internacionales en poder de los Bancos Centrales. La situación fiscal también mejoró notablemente en 2006 al reducirse las necesidades fiscales como porcentaje del PIB en más de 1 punto porcentual alcanzando casi el equilibrio presupuestario.

Especialmente reseñables son las operaciones de devolución anticipada de deuda o canje de ésta por interna en condiciones muy favorables que han llevado a cabo Brasil y Perú, hechos que

Rating crediticio conforme a Standard & Poor's

	Rating	Cambio en notches ene-06 - feb-07	Outlook
Argentina	B+	+ 2	Estable
Brasil	BB	+ 1	Positivo
Chile	A	=	Positivo
Colombia	BB	=	Positivo
Ecuador	CCC	- 1	Negativo
México	BBB	=	Estable
Perú	BB+	+ 1	Estable
Uruguay	B+	+ 1	Estable
Venezuela	BB-	+ 1	Estable

han permitido lograr una calificación crediticia máxima de su historia reciente en ambos casos. Particularmente destacable es el caso de Perú, a un solo paso de alcanzar la calificación de investment grade teniendo en cuenta la dinámica de sostenibilidad de medio plazo, aunque penalizado por el elevado grado de dolarización existente todavía en la economía y el deficiente marco institucional.

Argentina y Uruguay han visto mejorar su calificación crediticia en 2006 para regresar a niveles previos al default –finales de 2001 en el caso de Argentina y primer semestre de 2003 en Uruguay- siendo reseñable la actuación del gobierno argentino ante el exceso de oferta de divisas. La devolución anticipada del total de la deuda con el FMI (\$9,5 millardos) a principios de 2006, la normalización con los acreedores del Club de París (\$6,3 millardos) y pese a ello, una acumulación de reservas del Banco Central de casi \$4 millardos.

Chile y México, únicos países con calificación de grado de inversión en la región, no han mostrado cambios en la calificación crediticia en los últimos 2 años, aunque en Chile la revisión a outlook positivo a finales del pasado año puede conducir al país a una calificación máxima en su historia reciente. No podemos obviar que México tras haber consolidado su investment grade histórico de 2002 ha realizado un importante volumen de pago anticipado de deuda externa en 2006 (\$12,5 millardos) que ha permitido reducir en casi 5% del PIB su endeudamiento externo.

Colombia, con muy buenos registros económicos y financieros en 2006, ha recuperado el outlook positivo en febrero de 2006, hecho que pone fin al deterioro crediticio experimentado por el país tras la abrupta crisis financiera de finales de 1999 que ocasionó la pérdida de su condición histórica de investment grade. El retorno a un clima positivo ha tenido su reflejo en el crecimiento histórico en la inversión empresarial y la gran apuesta extranjera por el país en el extensivo programa de privatizaciones anunciado por el Gobierno.

Venezuela, el país que mayores oscilaciones ha tenido en su calidad crediticia en la región en los últimos 10 años -14 cambios de rating- también recuperó la condición de BB- en febrero de 2006, desconocida desde 1994, contribuyendo decisivamente el impacto positivo del repunte de precios del petróleo sobre las finanzas públicas y cuentas externas. Así, este superávit externo (superior al 20% del PIB) ha permitido 2 procesos de reestructuración de deuda externa e interna para mejorar la curva de rentabilidades, un programa de pago adelantado de la totalidad de los bonos Brady (\$4,4 millardos), la compra de deuda soberana de Argentina y Ecuador por importe superior a \$1 millardo y finalmente la constitución de un depósito externo de fondos oficiales por más de \$18 millardos. Con todo, el régimen de control de capitales vía Cadivi y el sistema cambiario fijo instaurado en 2003 se mantuvieron.

Finalmente, la excepción a este panorama de mejora es Ecuador que pasó a grado CCC en enero de 2007, categoría que prácticamente ha mantenido durante esta década fruto de la situación política y los problemas financieros que condujeron al país a una reestructuración de su deuda. Así, el superávit fiscal estimado de cierre de 2006 será histórico (4,5% del PIB), pudiendo llegar a casi el 6,5% del PIB excluyendo la carga financiera.

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 4.669 millones de euros, un 9% sobre la deuda neta financiera del Grupo.

En cuanto al punto segundo -la repatriación de fondos- en el año 2006 se recibieron en términos netos 2.491 millones de euros de Latinoamérica, la mayor parte en concepto de dividendos y el resto por intereses y principal de préstamos a las filiales latinoamericanas.

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 inversoras extranjeras tienen derecho a pedir 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". Telefónica Móviles Venezuela ha obtenido en 2006 la aprobación de 137 millones de dólares por este concepto y en la actualidad está pendiente de aprobación el último dividendo recientemente solicitado, por 219 millones de dólares.

Política de derivados

A 31 de diciembre de 2006, el importe nominal de derivados vivos contratados con contrapartidas externas ascendía a 120.267 millones de euros. Este importe constituye un incremento de un 107 % sobre las cifras presentadas en 2005 y refleja el incremento de la deuda del Grupo por la adquisición de O2. Este volumen resulta tan elevado porque sobre un mismo subyacente se puede aplicar varias veces derivados por un importe igual a su nominal; por ejemplo, una deuda en divisa se puede pasar a euros a tipo variable, y luego sobre cada uno de los periodos de tipos de interés puede realizarse una fijación de tipos mediante un FRA. Aun ajustando así a la baja la posición, es necesario extremar la prudencia en el uso de derivados para evitar problemas por errores o falta de conocimiento de la posición real y sus riesgos. La política seguida en la utilización de derivados ha puesto énfasis en los siguientes puntos:

1. Existencia de subyacente claramente identificado, sobre el que se aplica el derivado.
2. Ajuste entre subyacente y uno de los lados del derivado.
3. Coincidencia entre la empresa que contrata el derivado y la empresa que tiene el subyacente.
4. Capacidad de valoración del derivado a precio de mercado, mediante los sistemas de cálculo de valor disponibles en el Grupo.
5. Venta de opciones sólo cuando existe una exposición subyacente.
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.



nuestra alma

TELEFÓNICA EN 2006

02

02·1	Identidad Corporativa	60
02·2	Principios de Actuación	64
02·3	Responsabilidad Corporativa	68
02·4	Acción Social	90
02·5	Gobierno Corporativo	96

Identidad Corporativa

La visión de Telefónica delimita y define la estrategia de marca del grupo

La estrategia de marca de Telefónica persigue un doble objetivo. Por un lado, construir nuestro perfil institucional para trasladar a todos nuestros grupos de interés la confianza de Telefónica como líder mundial de telecomunicaciones. Por otro, configurar nuestra oferta a través de nuestras marcas comerciales (Movistar, O2, Terra) y de una amplia gama de productos (dúos, tríos, imagenio, speedy, superquince...).

Para conseguir estos dos objetivos, Telefónica ha creado un sistema de relación y expresión del portafolio de marcas del grupo: el “sistema de familia” de marcas.

El sistema de familia

El sistema de familia ordena la relación del binomio formado por la marca Telefónica (MasterBrand) y por las marcas comerciales del Grupo (especialmente Movistar, O2 y Terra) para crear un juego de suma positiva. Este sistema se caracteriza por:

- La definición de los roles de las marcas
- La definición de iconos o símbolos de las marcas comerciales.
- La creación de un sistema de convivencia o dispositivo de conexión en términos gráficos y de imagen entre la Masterbrand y las marcas comerciales y, finalmente, la ordenación del portafolio de marcas por segmentos de clientes: personas/movilidad; hogares, empresas.

El rol de Telefónica

La Masterbrand Telefónica aporta al binomio el rol de la estatura: la solvencia financiera, la capacidad de gestión, el liderazgo, la proyección internacional, la credibilidad, la solidez y el know-how de los principales grupos de Telecomunicaciones del mundo.

De esta forma:

- Telefónica es la marca principal de todos los negocios del Grupo.
- Los valores y posicionamiento de la marca Telefónica son el punto de partida para todas las relaciones y comunicación del Grupo.
- Telefónica es el único interlocutor válido desde un punto de vista institucional, por lo que liderará la relación con los accionistas, la sociedad y el regulador.
- Ninguna actividad puede ir en contra de la marca Telefónica, independientemente del beneficio comercial que pueda aportar a corto plazo.
- Toda la organización debe trabajar de forma pro activa en el constante fortalecimiento de la marca Telefónica.

El rol de las marcas comerciales

Las marcas comerciales (Movistar, O2, Terra) aportan al binomio el rol de la frescura: la cercanía, la humanidad, la relación personal y privilegiada, el compromiso. Sin embargo, los productos (dúos, tríos, imagenio, speedy, superquince), no son marcas comerciales, por lo que están subordinados a las marcas y no tienen identidad, ni gráfica, ni estrategia. De esta forma, las marcas comerciales:

- Desarrollan, comunican y venden a los clientes toda la fortaleza comercial del Grupo Telefónica.
- Son responsables de liderar la entrada en nuevos servicios, logrando así extender la marca Telefónica.
- Trasladar a sus clientes, con simplicidad y claridad, el beneficio que supone la oferta comercial.

Cartera de registros y dominios de marcas, Telefónica S.A¹

Marcas Titularidad de Telefónica S.A	10.664
Titularidad de Telefónica Móviles, S.A.:	9.454
Dominios	2.925
Patentes y Modelos	1.349
Propiedad Intelectual	1.811

(1) A 31 de diciembre de 2006

Notoriedad de marca de Telefonía Fija¹

Pais	Top of Mind	Total Menciones
Argentina	68	98
Chile**	21	75
Perú	98	100
España	59	95
Brasil*	56	90

Fuente: Tracking de Publicidad y Salud Marca 2006. Millward Brown
 Datos de Telefónica (Acumulado año 2006)
 (*) Datos de Telefónica (Acumulado Diciembre 2006 – Enero 2007)
 (**) Datos de Telefónica Chile, Telefónica Larga Distancia, Telefónica CTC
 (1) A 31 de diciembre de 2006

Notoriedad de marca de Telefonía Móvil

Pais	Top of Mind	Total Menciones
España	49	95
Argentina	39	89
Perú	61	95
Chile	39	89
México	25	88
Colombia	26	97
Venezuela	46	96
Guatemala	33	89
El Salvador	30	89
Uruguay	38	97
Panamá	44	95
Nicaragua	44	97
Ecuador	31	98

Datos de Telefónica Movistar (Acumulado Año 2006)

Integración de Marcas de Teléfonica y O2

Tras la adquisición de O2 se inició un proceso de acercamiento y alineamiento de la marca O2 al sistema de familia de Telefónica. Para este trabajo se diferenciaron dos situaciones diferentes:

Mercados históricos de O2 (Alemania, Inglaterra e Irlanda).

A partir de la primera quincena de octubre de 2006, O2 incorporó la fórmula de endoso "A Telefónica company" en todos los soportes comunicacionales con los grupos de interés de tipo institucional, tales como empleados, inversores, proveedores, corporaciones, etc.

La expresión "A Telefónica company" permite explotar sinergias muy relevantes en el territorio institucional y, sobre todo, en los aspectos de fábrica y soporte.

Respecto a la comunicación comercial a clientes se mantiene la marca O2.

Nuevos mercados O2 del entorno europeo

(República Checa, Eslovaquia, y otros en el futuro).
 Se adapta el sistema de familia de Telefónica a lo que se denomina en los acuerdos "sistema sofisticado de familia". Esta adaptación del sistema de familia se caracteriza por:

La Masterbrand Telefónica, que aporta el valor de la "estatura", aparece en todas las comunicaciones sin excepción (incluyendo las comerciales) y actúa en su rol de respaldo, altura y presentación.

El sistema de convivencia o dispositivo de conexión en términos gráficos y de imagen entre la Masterbrand y las marcas comerciales se establece en torno al "layout" azul de O2.

En consecuencia, mientras que en los mercados de la República Checa y Eslovaquia la marca Telefónica, mediante el "sistema de familia" asume su papel como Masterbrand, en los mercados naturales juega más un rol de aval institucional en las relaciones con los grupos de interés de naturaleza no comercial.



Telefónica patrocinó 825 iniciativas en 2006

Telefónica participa de forma institucional en numerosas actividades de la sociedad a través del patrocinio de actividades deportivas, culturales y sociales principalmente. Durante 2006 Telefónica patrocinó 825 iniciativas en los ámbitos del deporte la cultura y la acción social.

Política de patrocinios

La política de patrocinios de Telefónica incluye:

- El apoyo de acontecimientos y actividades que, por su elevada relevancia entre la población, pueden ayudar a las compañías en la promoción de sus productos y servicios. Destaca el patrocinio deportivo o musical.
- Acontecimientos y actividades donde la presencia de Telefónica como institución es relevante, al asociar sus marcas a acontecimientos culturales o sociales valorados por los ciudadanos.

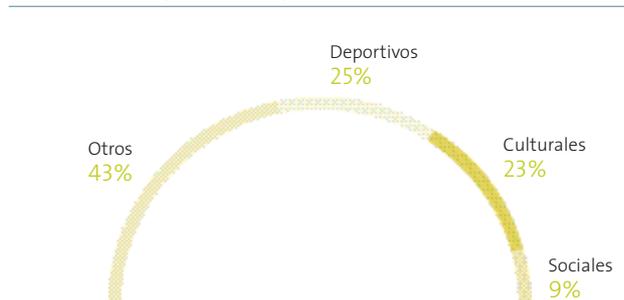
La Oficina de Patrocinios en España es la ventanilla única de recepción de las solicitudes de patrocinios de las instituciones y organismos que proponen sus propuestas de patrocinio, de igual modo que en otros países. Mensualmente se celebran unos Comités en los que se presentan y debaten los patrocinios propuestos por las líneas de negocio de todo el Grupo Telefónica. Estos patrocinios vienen aprobados por las líneas de negocio y avalados presupuestariamente.

En Telefónica patrocinamos actividades deportivas, culturales, sociales y tecnológicas. En 2006 recibimos 3.138 solicitudes de patrocinio en todo el mundo que fueron gestionadas internamente por Telefónica. De todas ellas, apoyamos más del 25% (825 patrocinios) de las cuales un 25% fueron deportivas (208), un 23% culturales (192) y un 9% sociales (73).

Deporte

- Apoyamos el fútbol como patrocinadores y proveedores exclusivos del sector de telecomunicaciones de tres importantes clubes españoles: el Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Real Zaragoza.
- Durante 2006 seguimos apoyando al piloto español Fernando Alonso y al equipo Renault F1 Team, que por segundo año consecutivo renovaron el título del Campeonato Mundial de Fórmula 1 tanto de pilotos como de escuderías.
- Respaldamos la Copa Movistar de las Culturas y el Mundialito de la Inmigración y la Solidaridad, ambas dirigidas a un importante segmento de la población española, el de los inmigrantes. Con ello quisimos utilizar como elemento de integración una disciplina deportiva de tan amplia difusión como es el fútbol.
- Además de las grandes iniciativas de patrocinio anteriormente mencionadas, queremos estar cerca de las sociedades en las que operamos por medio del apoyo de actividades locales de carácter popular, ya sean culturales o deportivas. En este sentido, en 2006 seguimos patrocinando en España la Maratón Popular de Madrid, el Master Tennis de Madrid y otras actividades de interés.

Distribución de patrocinios por actividad*



(*) No incluye información de Telefónica O2 Europa.

Música y cultura

- Telefónica Movistar siguió estando cerca del público joven a través de la música. Destacó su participación como patrocinador de los conciertos del 40 Aniversario de los 40 principales, la gira mundial de Shakira y el patrocinio del cantante Alejandro Sanz.
- Creamos el Espacio Movistar ubicado en Barcelona, carpa multicontenidos que pretende ser un centro de vanguardia y un referente tecnológico para acercar al público las últimas tendencias en la tecnología, la innovación, el arte, el cine y la música. Este espacio pretende ser un referente nacional en estas materias.
- Nos convertimos en patrocinadores exclusivos del sector de las telecomunicaciones de la Exposición Internacional Zaragoza 2008.
- A través de Telefónica Móviles España lanzamos en 2006 la promoción exclusiva Martes de cine 2x1 para nuestros clientes, iniciativa que nos acerca a la sociedad a través de la cultura.
- En 2006 firmamos un convenio de patrocinio de derechos de marca del Telefónica Arena Madrid. De esta forma nos unimos a la tendencia internacional conocida como “naming rights de espacios”, es decir, asociamos nuestra marca a un lugar emblemático. En este caso asociamos nuestra marca al antiguo Rockódromo de la Casa de Campo, hoy Telefónica Arena Madrid.

Patrocinios por países*

Región/País	Nº patrocinios
España	371
Latinoamérica	454
Argentina	87
Brasil	72
Chile	20
Perú	68
Colombia	6
Ecuador	55
El Salvador	14
Guatemala	24
México	2
Nicaragua	9
Panamá	24
Venezuela	73
Total	825

(*) No incluye información de Telefónica O2 Europa

Sociedad

- En 2006 seguimos apoyando proyectos de carácter benéfico social y dimos nuestro respaldo a instituciones que trabajan en este campo a través de la colaboración con programas de promoción de tecnologías de la información. Destacaron la colaboración con: la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, Asociación Española Contra el Cáncer, Cruz Roja Española y otras organizaciones sin ánimo de lucro.
- En Brasil apoyamos el proyecto Guri cuyo objetivo es promover la integración social a través de la música entre los niños y adolescentes que viven en zonas deprimidas.
- En Venezuela participamos en las dos Ferias de la Salud para toda la familia organizadas por Fundafarmacia (el brazo social de la industria farmacéutica).
- Este campo de acción social se complementa con la labor que lleva a cabo Fundación Telefónica con sus programas (Proniño, EducaRed, Voluntarios, etc).

Principios de Actuación

Los principios favorecerán una cultura homogénea

Telefónica aprobó en 2006 los Principios de Actuación para sus empleados en todo el mundo, tras la fusión de los códigos éticos preexistentes

Sobre la base de estos Principios, construimos nuestra reputación, nos hacemos merecedores de la confianza de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor a largo plazo para nuestros accionistas y para la sociedad en general.

El compromiso de Telefónica

En nuestro anterior Informe de Responsabilidad Corporativa nos comprometimos a unificar el Código Ético del grupo y para ello escuchamos las inquietudes de nuestros clientes, empleados, representantes sociales, proveedores, accionistas y de los representantes de las comunidades locales donde operamos.

En diciembre de 2006, el Consejo de Administración de Telefónica S.A. aprobó nuestros Principios de Actuación, como resultado de la integración de nuestro Código Ético con los Business Principles de O2. En dicho proceso se tuvieron en cuenta los comentarios de profesionales de todos los países donde el Grupo Telefónica desarrolla operaciones.

Nuestros Principios de Actuación parten de una serie de principios generales asociados a la honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y respeto por los derechos humanos.

Adicionalmente, se establecen principios específicos orientados a garantizar la confianza de nuestros clientes, profesionales, accionistas, proveedores y la sociedad en general.

Más que palabras

Uno de los principales retos para aquellas empresas que deciden establecer un Código de Ética es que no sea una mera declaración de intenciones.

Por eso, en Telefónica, detrás de cada uno de los principios estamos desarrollando políticas asociadas para mejorar nuestra forma de actuar en todas las actividades a las que hace referencia este código.

Entre las políticas que estamos implantando en este sentido, destacan las normas de accesibilidad, uso responsable de los servicios, protección del menor, medio ambiente, compras responsables... entre otras.

Dichas políticas deberán ser adecuadamente comunicadas a cada una de las áreas responsables de su cumplimiento, pudiendo ser posteriormente verificado su cumplimiento a través de las correspondientes normas de control y auditoría interna.

Programa de implantación de nuestros principios de actuación



Responsabilidades en el cumplimiento de los Principios

Todos los empleados tendrán la responsabilidad de tomar sus decisiones de acuerdo a estas políticas de la compañía y de comunicar cualquier indicio de incumplimiento. Para garantizar su conocimiento y comprensión, se ha desarrollado un programa de formación on line de obligado cumplimiento.

Los directivos de Telefónica son responsables de dar a conocer a sus equipos los Principios de Actuación, dar ejemplo con su cumplimiento y ayudar a sus trabajadores en los dilemas éticos que les puedan surgir.

Los trabajadores de Telefónica tienen la posibilidad de realizar preguntas y cuestiones de forma absolutamente confidencial en el canal de ayuda web de los Principios de Actuación.

Además, hemos creado una Oficina de los Principios de Actuación que se encarga de divulgar estas directrices éticas además de revisar los procesos, estudiar las dudas, quejas o alegaciones de empleados, proveedores o socios y de impulsar las políticas necesarias para el adecuado cumplimiento de los principios.

Principios Generales de Actuación

Honestidad y confianza

- Seremos honestos y dignos de confianza en todas nuestras negociaciones y cumpliremos los compromisos adquiridos.
- Protegeremos la confidencialidad de la información de la compañía que nos ha sido confiada, así como la relativa a clientes, accionistas, empleados o proveedores.

Respeto por la ley

- Velaremos por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias, tanto nacionales como internacionales.
- Competiremos de forma íntegra en nuestros mercados.

Integridad

- En ningún caso ofreceremos o aceptaremos regalos, invitaciones, prebendas u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial.
- Evitaremos o declaramos cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Nos comportaremos con rectitud, sin buscar en ningún caso beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de nuestra posición o nuestros contactos en Telefónica.
- Actuaremos institucionalmente con absoluta neutralidad política y nos abstendremos de cualquier toma de posiciones, directa o indirecta, a favor o en contra de los procesos y actores políticos legítimos. En particular, no efectuaremos donaciones de ningún tipo a partidos políticos ni otro tipo de entidades públicas o privadas cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Derechos humanos

- Respetaremos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo.
- Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares.

Nuestros Principios de Actuación para nuestros grupos de interés

Clientes

Productos y servicios

- Ofreceremos a nuestros clientes productos y servicios innovadores, confiables y que tengan una buena calidad y un precio ajustado.
- Controlaremos y aseguraremos que nuestros productos propios y los que distribuimos cumplen todos los estándares de seguridad y calidad de fabricación. Pondremos de manifiesto cualquier caso en el que se detecte riesgo para la salud, tomando las acciones oportunas para resolverlos.

Comunicaciones y publicidad

- Seremos honestos con nuestros clientes, proporcionándoles siempre información veraz, clara, útil y precisa al comercializar nuestros productos. Adicionalmente comprobaremos que nuestros productos cumplen todas las especificaciones requeridas y publicitadas.
- Si nuestros clientes están disconformes con nuestros productos o servicios, les ofreceremos la información necesaria para plantear sus reclamaciones.

Empleados

Desarrollo profesional

- Haremos partícipes a los empleados de las estrategias para fortalecer su compromiso y entusiasmo por alcanzar nuestra visión.
- Promoveremos el desarrollo personal y profesional de nuestros empleados, fomentando su implicación en la mejora de sus propias capacidades y competencias.
- Nuestras políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los empleados deberán estar basadas en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales.
- Los empleados serán informados de las políticas de evaluación de su trabajo y participarán activamente en los procesos de gestión articulados para mejorar su trabajo, iniciativa y dedicación.

Compensación

- Ofreceremos a nuestros empleados una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones.

Derechos humanos

- No toleraremos ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado, ni ninguna forma de amenaza, coacción, abuso, violencia o intimidación en nuestro entorno laboral, ni directa ni indirectamente.
- Respetaremos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleraremos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales.

Seguridad y salud

- Ofreceremos a nuestros empleados un entorno laboral seguro. Estableceremos 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, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales.

Accionistas

Gobierno corporativo

- Gestionaremos la compañía de acuerdo a los estándares más elevados y las mejores prácticas existentes en materia de gobierno corporativo.

Creación de valor y transparencia

- Gestionaremos la compañía con el objetivo de crear valor para nuestros accionistas.
- Nos comprometemos a facilitar toda la información relevante para sus decisiones de inversión de manera inmediata y no discriminatoria.

Control interno y gestión de riesgos

- Estableceremos los controles adecuados para evaluar regularmente y gestionar los riesgos para nuestro negocio, nuestras personas y nuestra reputación.

- Aseguraremos que los registros de actividad financieros y contables se preparan de manera precisa y fiable.
- Colaboraremos y facilitaremos el trabajo de las unidades de auditoría interna, inspección, intervención y otras de control interno, así como de los auditores externos y autoridades competentes.

Activos empresariales

- Mantendremos y conservaremos nuestros activos, haciendo un uso eficiente y adecuado de los mismos, bien sean activos físicos, financieros e intelectuales.
- No toleraremos el uso de material informático que pudiera ocasionar un deterioro de activos de la empresa o de su productividad, ni para la comisión de actividades ilícitas, fraudulentas, ilegales o que pongan en peligro la reputación de la compañía.

Comunidades

Desarrollo de la sociedad

- Contribuiremos al progreso social, tecnológico y económico de los países en los que operamos, fundamentalmente a través de inversiones en infraestructuras de telecomunicaciones, generación de empleo y del desarrollo de servicios que mejoran la calidad de vida de la comunidad local.
- Buscaremos colaborar con organizaciones cívicas, comunitarias y no lucrativas y con iniciativas públicas orientadas a la disminución de problemas sociales en las regiones en las que operamos; fundamentalmente a través del uso de nuestras capacidades y nuestra tecnología.

Medio ambiente

- Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno.

Proveedores

Conflictos de interés

- Estableceremos controles para que ninguna persona con interés económico significativo (sea a través de empleo, inversión, contrato o similar) en un proveedor adjudicatario o potencial esté involucrada, directa o indirectamente, en un proceso de compra o en una decisión asociada a dicho proveedor.

Igualdad y transparencia

- Garantizaremos la transparencia e igualdad de oportunidades para todos los proveedores que envíen ofertas, promoviendo la competencia siempre que sea posible.

- Utilizaremos sistemas de compras corporativos, con el objetivo de adjudicar contratos sobre la base de criterios objetivos que garanticen la disponibilidad de los productos y los servicios en las mejores condiciones existentes.

Responsabilidad en la cadena de suministro

- 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 la regulación existente en cada país.
- Cumpliremos con los compromisos de pago acordados con los proveedores.

Responsabilidad Corporativa

Implantando un modelo de gestión homogéneo en todos los países En 2006, Telefónica lideró el debate de la Responsabilidad Corporativa

El liderazgo de Telefónica en Responsabilidad Corporativa se ha basado en tres factores: la consolidación de un modelo de reporte verificado por auditores externos; el lanzamiento de los Principios de Actuación; y la renovación de su presencia en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

¿Cómo entendemos la RC en Telefónica?

En Telefónica entendemos la Responsabilidad Corporativa como una manera de gestionar el negocio en relación con todos nuestros grupos de interés. En la medida en la que seamos capaces de generar un impacto positivo con nuestra actividad, seremos capaces de garantizar también la propia sostenibilidad de la compañía y la de las relaciones con nuestros grupos de interés. En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económico financieros como la forma en la que los obtenemos.

Para Telefónica, la gestión de la Responsabilidad Corporativa implica:

- Enfoque orientado a todos sus grupos de interés. Considera las necesidades de todos ellos.
- Vinculación con el negocio. La principal responsabilidad de una compañía es "hacer bien lo que tiene que hacer", es decir, desarrollar de la mejor manera su actividad de negocio.
- Responsabilidad del impacto en el desarrollo sostenible. No se trata únicamente de aportar recursos en causas sociales (filantropía), sino de aportar un plus al optimizar la forma en la que se desarrollan las operaciones, buscando relaciones duraderas a largo plazo con los grupos de interés.

Nuestros indicadores de RC

Definimos dos indicadores de seguimiento externos y globales para evaluar el cumplimiento de nuestro objetivo estratégico de ser percibidos como una empresa comprometida y responsable.

- En primer lugar, realizamos un seguimiento de las evaluaciones realizadas por analistas y observadores en RC. Consideramos a este colectivo experto en RC y creemos que sus críticas acerca del desempeño responsable son un fiel indicador de las cuestiones a las que debe hacer frente la empresa. Entre estos analistas, para Telefónica es determinante la renovación de su presencia en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), referencia mundial en inversión socialmente responsable.
- En segundo lugar, realizamos encuestas a la sociedad acerca de su percepción sobre Telefónica y otras compañías de acuerdo con el modelo RepTrak® elaborado por el Reputation Institute en colaboración con el Foro de Reputación Corporativa. Desde 2005 se realizan mil encuestas anuales por compañía en Argentina, Brasil, Chile, España, México y Perú. En el último trimestre de 2006, extendimos esta metodología a Colombia, estando prevista su utilización por Telefónica O2 Europa en 2007.

Reputación de Telefónica frente a la sociedad. Índice RepTrak Pulse

Escala de 1 a 100

	2005	2006
España	64,3	67,7
Argentina	63,0	62,9
Brasil	54,6	53,5
Chile	55,1	49,9
México	61,8	62,9
Perú	52,1	52,0

¿Cómo hemos puesto en práctica nuestro modelo de gestión?



Nuestro modelo de gestión de RC

La gestión de la RC en Telefónica es responsabilidad de todas las unidades de negocio, coordinada desde la Dirección de Reputación, Marca y RSC de Telefónica, área encuadrada en la Secretaría General Técnica de la Presidencia, e impulsada por la Comisión de RRHH y RC del Consejo de Telefónica S.A.

Esta gestión de la responsabilidad corporativa en Telefónica responde a un proceso de mejora continua en virtud del cual realizamos un diagnóstico previo tanto de los aspectos de riesgo como de las expectativas de los grupos de interés.

Sobre esa base ponemos en marcha acciones de mejora que adaptamos a las particularidades de cada línea de negocio y país. Al evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos y comunicárselo a los grupos de interés, iniciamos un nuevo ciclo de forma que todo el proceso se repita periódicamente en el tiempo.

El modelo se presentó internamente en el I Foro de RC de Telefónica, celebrado en Madrid en julio con la asistencia de más de 100 profesionales. A lo largo de 2006 se han dado los primeros pasos para su aplicación.

El modelo se desarrolla en las diferentes funciones asignadas a la corporación los centros de coordinación regional y los países.

Por último, se definieron las competencias que deben tener los profesionales de RC de Telefónica, estableciendo las bases para una posible carrera profesional en esta función.

Integración entre Telefónica y O2

La adquisición de O2 por Telefónica en enero de 2006 ofrecía a ambas compañías la oportunidad de identificar sinergias en la gestión de la responsabilidad corporativa.

En marzo de 2006, sólo dos meses después de la adquisición efectiva, se presentó un plan de trabajo conjunto al Comité de Integración de ambas compañías, que consistía en varios puntos:

- Integración de los Códigos de Ética existentes en ambas compañías.
- Integración de O2 en el Modelo de Gestión de RC de Telefónica.
- Compartición de herramientas de gestión reputacional.
- Integración de las herramientas y procesos de comunicación sobre RC con los distintos grupos de interés.
- Favorecer el intercambio de experiencias y políticas entre los gestores de aspectos de RC de ambas compañías.

En enero de 2007, se realizó un balance del primer ejercicio tras la integración. El cumplimiento de los objetivos marcados nos permite confirmar que ambas compañías tienen hoy una gestión más sólida de la Responsabilidad Corporativa y que somos capaces de intercambiar políticas y experiencias.

En los próximos meses colaboraremos en la aplicación del modelo de gestión en O2 y en la integración de los sistemas de información y los indicadores clave de desempeño.



Hitos y retos de 2006

Una de las demandas más frecuentes de nuestros grupos de interés es conocer los objetivos que nos planteamos para el siguiente ejercicio. Queremos dar respuesta a nuestro compromiso con la transparencia al publicar nuestros objetivos en materia de RC y especialmente, su grado de cumplimiento.

	OBJETIVO 2006	GRADO DE CUMPLIMIENTO	EXPLICACIÓN
RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Coordinar la estrategia de RC con O2	Cumplido 100% 	En 2006 se acordó un plan de integración con 10 puntos, alcanzando el cumplimiento de los objetivos marcados en el mismo.
	Verificación del Informe RC bajo la norma AA1000/AS en los países	Cumplido 70% 	El informe de RC de Telefónica incluye verificación AA1000/AS para España, Argentina, Colombia, Perú, Reino Unido, Alemania e Irlanda.
	Proyectos piloto de diálogo con grupos	Cumplido 100% 	Se desarrollaron paneles de diálogo con grupos de interés en Argentina, Chile y Perú (además de repetirlos en España).
PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN	Alineamiento con los Business Principles de O2	Cumplido 100% 	En junio de 2006, tras revisar la situación del Código Ético de Telefónica con los Business Principles de O2; se decidió integrar ambos documentos en uno solo. Los nuevos Principios de Actuación fueron aprobados por el Consejo de Administración de Telefónica S.A. en diciembre.
	Implantación Código Ético en todo el Grupo Telefónica	En proceso 2007 	La revisión del Código Ético de Telefónica, ha modificado el plan de implantación de los Principios. El objetivo ha sido retrasado a 2007.
REPUTACIÓN CORPORATIVA	Implantación de un modelo corporativo de gestión de riesgo reputacional	Cumplido 100% 	RepTrak® es usado como la herramienta corporativa para identificar riesgos de reputación, ya aplicada en 7 países del Grupo. Los resultados se revisan trimestralmente y son utilizados por numerosas áreas de la empresa.
	Mejora de un 5% de la reputación de Telefónica en Latam en las dimensiones más débiles	Incumplido 	La reputación de Telefónica en la región se mantuvo estable en 2006.
MEDIO AMBIENTE	Implantación de la "norma de mínimos de gestión ambiental". Un paso en cada empresa	Cumplido 80% 	En 2006 se ha avanzado en la implantación de la norma ambiental, alcanzando certificaciones ISO 14001 en Telefónica Móviles Ecuador y Perú. Preauditoría en Telefónica Móviles Chile y Colombia.
	Mejora en los sistemas de gestión de residuos en Latam	En proceso 2007 	Durante 2006 se ha impulsado la gestión medioambiental de sistemas homogéneos, retrasando aspectos operacionales hasta 2007.
	Normativas internas de gestión y control de aspectos ambientales	Retrasado 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.
	Establecimiento de Comités Medio Ambiente por país	Cumplido 100% 	Los comités medio ambientales fueron establecidos en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú y España.
	Publicación de una política medioambiental para el Grupo Telefónica	Retrasado 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.

	OBJETIVO 2006	GRADO DE CUMPLIMIENTO	EXPLICACIÓN
CLIENTES	Establecimiento de métricas homogéneas para medir la satisfacción del cliente de Telefónica Móviles Latam	Cumplido 100% 	El modelo se ha establecido de manera homogénea con la medición de satisfacción realizada en el Grupo.
	Servicio de Defensa del Cliente en España	Cumplido 100% 	Servicio actualmente en funcionamiento cubriendo clientes de servicios fijos y móviles.
	Progresos en la certificación ISO9001	Cumplido 100% 	Más información en www.telefonica.es/rc2006/clientes
	Implantar Política de Uso Aceptable los Servicios en Internet	En proceso 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.
	Implantar norma de gestión de contenidos para adultos	En proceso 50% 	Implantar norma de gestión de contenidos para adultos La aprobación de la norma establecía para junio de 2008 la fecha de cumplimiento.
	Manual para entender la telefonía móvil para los clientes en Latam	Cumplido 70% 	Se han desarrollado folletos para clientes en Argentina, Brasil y Perú.
	Normativa de gestión del juego como un contenido	En proceso 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.
EMPLEADOS	Incrementar en más de un 5% la satisfacción de los empleados	Cumplido 100% 	La satisfacción se incrementó un 6,1% en promedio.
	Plan de desarrollo individualizado para todos los empleados	Cumplido 55% 	Actualmente, más de 70.000 profesionales de Telefónica tienen planes de formación individuales.
	Tercera y última fase de la auditoría laboral en Telefónica	Cumplido 100% 	En 2007 comienza un nuevo ciclo de auditoría laboral en las empresas de Telefónica.
	Homogeneización de procesos de seguridad y salud para el grupo	Cumplido 50% 	Se ha creado un grupo de trabajo que integra a RSC y RRHH y los responsables de Seguridad y Salud de España, Latinoamérica y O2, para homogeneizar los índices más importantes.
	Desarrollo del modelo de universidad corporativa	Cumplido 100% 	La universidad corporativa está en funcionamiento en el campus provisional.
	Homogeneización de los beneficios sociales del grupo para directivos	En proceso 2007 	El proyecto ha sido retrasado como consecuencia de otra prioridad en la gestión de RRHH.
	Nuevas formas de trabajo: trabajo en movilidad, flexibilidad...	Cumplido 65% 	Asociado al traslado de los profesionales en España a distrito C (movilidad, flexibilidad de horarios, teletrabajo...). Al cierre de este informe, ya había 7000 profesionales en Distrito C.
	Puesta en marcha del Plan de Comunicación Interna en Latam 2006	Cumplido 100% 	Los programas de comunicación interna en Latam están funcionamiento, habiendo integrado a fija y móvil.
PROVEEDORES	Publicación de una Política de compras responsables en el Grupo Telefónica	En proceso 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.
	Política de compras a proveedores sociales	En proceso 2007 	La aprobación de políticas corporativas ha sido retrasada a 2007, para garantizar su alineamiento con los Principios de Actuación.
	Participación en el Grupo sobre Cadena de Suministro de GeSI	Cumplido 100% 	El coordinador del Grupo de Trabajo es el responsable de compras de O2 UK.
SOCIEDAD	Impulso a los proyectos de voluntariado corporativo	Cumplido 100% 	Revisión de la estrategia y del equipo responsable de voluntariado corporativo en Fundación Telefónica.
	Proyecto Telefónica Accesible (dos países en Latam)	Cumplido 70% 	Lanzamiento de proyectos asociados a Telefónica Accesible en Chile y Colombia. (Si bien no tomaron el nombre de Telefónica Accesible).
	Impulso al proyecto "Inclusión Digital en Latam"	Cumplido 100% 	Liderazgo de la "I Cumbre Latinoamericana de TIC y OMD". Línea estratégica para Telefónica Internacional.



Nuestros nuevos retos para 2007

La responsabilidad Corporativa se caracteriza por dos ejes de trabajo: por un lado, afecta a todas las áreas de gestión de la compañía; por otro, representa un proceso de mejora continua. Por eso, para 2007, el Grupo Telefónica se ha planteado 21 nuevos objetivos y concluir la puesta en marcha de 6 objetivos iniciados en 2006.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

- Implantación de los Principios de Actuación en el Grupo (objetivo 2006)
- Realizar un segundo diagnóstico de RC en las empresas de Telefónica para comprobar el avance respecto a 2006
- Implantar un modelo de gestión de proyectos ligados a indicadores clave de desempeño, vinculados al cumplimiento de los Principios de Actuación.
- Publicación de informes locales de RC en todos los países.
- Extender proyectos de diálogo a 3 países de América Latina y 2 de Europa y consolidar el diálogo en el resto

MEDIO AMBIENTE

- Implantación de un sistema de gestión homogéneo en todo el Grupo.
- Definición e implantación de una estrategia corporativa frente al cambio climático.
- Homogeneización de sistemas de control operacional de América Latina.
- Progreso en la certificación ISO14001 de los Sistemas de Gestión ambiental.
- Mejora de los sistemas de gestión de residuos en América Latina (objetivo 2006)

CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto “Experiencia Cliente” en todas las regiones, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes en su relación con Telefónica • Publicar consejos para “un uso responsable de las TIC” en las páginas web de la compañía y en los puntos comerciales • Implantar la Política de Uso Aceptable de los Servicios en Internet (objetivo 2006) • Implantar la Política de Protección de la Infancia, incluyendo la gestión del juego (objetivo 2006)
EMPLEADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la satisfacción del empleado (conseguir un nivel de satisfacción del 65% de los empleados) • Impulso al proyecto corporativo de “Nuevas Formas de Trabajo” • Consolidación del Modelo de Universidad Corporativa y lanzamiento del campus virtual • Homogeneización del índice de frecuencia de accidentes laborales • Desarrollo de la “promesa del empleado”
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de una Política de compras responsables en el Grupo Telefónica (objetivo 2006) • Puesta en marcha del autodiagnóstico de RC en proveedores de riesgo • Puesta en marcha de la fase de auditorías selectivas a proveedores de riesgo • Política de compras a proveedores sociales (objetivo 2006)
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de productos orientados a fomentar la “Inclusión Digital” en América Latina • Aprobación de 5 políticas asociadas al proyecto Telefónica Accesible (ámbitos de la accesibilidad) • Impulso a los proyectos de voluntariado corporativo, integrando los enfoques de Fundación Telefónica y Telefónica O2 Europa • Orientar la política de patrocinios a favorecer el uso social de las TIC.



Con un incremento significativo en América Latina En 2006, la satisfacción media de los clientes de Telefónica se aproximó a 7 sobre 10

En Telefónica queremos mejorar la atención al cliente. Nos hemos propuesto mejorar su satisfacción y para conseguirlo hemos puesto en marcha iniciativas como la adoptada en España con el Servicio de Defensa del Cliente. No sólo nos esforzamos por mejorar nuestro servicio, sino también por ofrecer productos más innovadores que nuestros competidores.

Queremos mejorar

En 2006 nos convertimos en la tercera compañía con mayor número de clientes en el mundo (203 millones). Sólo dos compañías chinas gestionan más accesos que Telefónica. Queremos que cada día estén más satisfechos. Tanto, que queremos convertirlos en fans.

Por ello, a 2006 se ha creado un grupo interdisciplinar, formado por más de 30 profesionales con el triple objetivo de identificar las demandas de los clientes. Mejorar los procesos peor valorados e introducir los cambios en el modelo de gestión.

¿Cuál fue la satisfacción de nuestros clientes en 2006?

El Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) global de la compañía evolucionó de manera bastante estable a lo largo de 2006. El cuarto trimestre se situó en una media de 6,78 sobre 10 puntos.

Los clientes de Telefónica en España han evaluado a la compañía en esta materia de forma muy similar a la valoración global del grupo, comportamiento coherente con el peso de España en este índice global.

Europa es, en términos comparativos, la región que presenta los mayores niveles de satisfacción, circunstancia asociada, al menos en parte, al peso que tienen las operaciones de telefonía móvil, que por lo general suelen presentar niveles de satisfacción superiores a las de telefonía fija.

El Índice de Satisfacción de Clientes de América Latina experimentó un incremento significativo en el segundo trimestre originado por la incorporación al índice de las operaciones móviles en la región.

Tarifas y facturación

Ofrecemos tarifas competitivas e intentamos que ningún ciudadano quede excluido de las ventajas de los servicios de telecomunicaciones por motivos asociados al coste del servicio.

La factura tiene gran importancia para nuestros clientes y para nosotros es un medio de contacto permanente con ellos. Trabajamos para ofrecer claridad y precisión en estas comunicaciones y para ofrecerles información complementaria que les pueda interesar. El objetivo es que nuestros clientes perciban que las facturas son fiel reflejo de los servicios que han contratado, así como que sean capaces de comprenderlas.

Publicidad

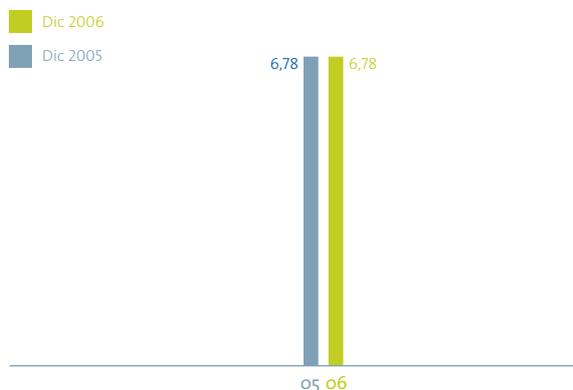
La publicidad es el principal medio que utilizamos para informar a nuestros clientes de nuestros servicios y productos. Una publicidad demasiado agresiva, poco respetuosa o engañosa podría ser contraproducente para la compañía, ya que minaría la confianza de nuestros clientes y repercutiría negativamente en sus decisiones de compra futuras. Por eso, mantenemos el compromiso de desarrollar una política publicitaria clara, respetuosa y responsable.

Además para asegurar su legalidad, nuestras piezas publicitarias cuentan con un proceso de aprobación antes de su emisión final. La mayoría de nuestras campañas deben contar con el visto bueno de los responsables de asesoría jurídica de cada una de las empresas, con el objetivo de asegurar el respeto a la regulación y los competidores en la mayor parte de los casos.

Para asegurar que los mensajes publicitarios no contienen mensajes ofensivos para ningún colectivo en especial, también solemos realizar un test previo con diferentes grupos de personas representativas de la sociedad.

Evolución Índice de Satisfacción de Clientes¹

Total Compañía y Regiones



Evolución del ISC

España

6,85

6,78

05 06

Evolución del ISC

Latam

5,92

6,36

05 06

Evolución del ISC

Europa

7,37

7,25

05 06

* Puntuación media en escala de 0 a 10

Principales reconocimientos

- Telefónica Movistar, operadora con menos reclamaciones (Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones)
- Telefónica de España, líder en calidad precio (UCE)
- La banda ancha de Telefónica, la mejor de España (Asociación de Internautas)
- El 1004, mejor call center

Servicio de Defensa del Cliente de Telefónica España

En abril de 2006 Telefónica fue pionera en su sector al crear un departamento independiente de las áreas de negocio encargado de velar por los derechos de nuestros clientes. De esta forma, damos respuesta a sus necesidades y a las que el mercado y los reguladores demandan.

Su función principal es proporcionar una vía de revisión a los clientes que previamente hayan acudido a las vías ordinarias de presentación de reclamaciones que Telefónica pone a su disposición, actuando, por tanto, como mecanismo de última instancia. La actuación del Servicio de Defensa del Cliente se guiará en todo momento por los principios de objetividad e independencia, con el fin de actuar en defensa y protección de los derechos de los clientes.

A este servicio pueden dirigirse los clientes de las empresas que se han adherido al Servicio: Telefónica de España y Telefónica Móviles España. Es requisito que los clientes se hayan dirigido con anterioridad a los servicios 1004 o 609 y que no esté de acuerdo con la respuesta recibida o no haya recibido respuesta en un plazo máximo de 30 días.

Los primeros meses de actividad de esta área se han fundamentado en la comunicación paulatina de su nacimiento a los clientes y al resto de grupos de interés, así como la gestión de las primeras reclamaciones recibidas.

A cierre de año, del medio millar de reclamaciones recibidas, el 63% fueron competencia del Servicio de Defensa del Cliente en virtud de su reglamento y, por lo tanto, admitidas a trámite.

Del total de expedientes resueltos, en un 83% de los casos se ha emitido una resolución favorable al cliente.

Estas resoluciones son vinculantes para la empresa y para su emisión, el Servicio de Defensa del Cliente profundiza en el análisis de cada reclamación, evaluando las circunstancias específicas que han afectado al expediente y que, para este servicio, constituyen un factor a tener en cuenta.

La información obtenida a partir de las reclamaciones gestionadas está permitiendo ampliar el conocimiento de las necesidades de los clientes de Telefónica, con el fin de identificar mejoras en los procesos y actuaciones que llevan a cabo actualmente las empresas del grupo. Dichas mejoras irán encaminadas a reforzar en el día a día de las mismas la filosofía de orientación al cliente, con el fin de unirse al objetivo común de la compañía de garantizar la satisfacción de las necesidades de los clientes y el cumplimiento de los compromisos de calidad adquiridos con ellos.



Datos clave de calidad del servicio*

	España	Latinoamérica
ADSL		
Tiempo de provisión	10,5 días	6,6 días
% averías asociadas a la provisión	3,8%	10,8%
Averías / 1000 líneas	1,21	5,8
Reclamaciones de facturación / 1000 facturas	5,09	28
Tiempo medio de reparación de línea	12,9 horas	33 horas
Servicio básico telefonía		
Tiempo de provisión	17,5 días	6,2 días
Averías / 1000 líneas	1,6	4,5
Reclamaciones de facturación / 1000 facturas	3,48	28
Tiempo medio de reparación de línea	16,4 horas	48 horas
Servicios móviles		
Efectividad de la red GSM	98,9%	>96%
Reclamaciones / 1000 facturas	3,22	n.d.

(*) No se dispone información de Telefónica O2 Europa

Uso responsable de la tecnología

Las nuevas tecnologías ofrecen innumerables posibilidades a nuestros clientes para acceder a todo tipo de servicios y contenidos digitales. Esta misma extensión de las redes a escala global hace posible que los usuarios reciban ataques externos como spam, intrusión, ataques a la propiedad intelectual, contenidos inadecuados, pornografía infantil, fraude, phishing, injurias...

En Telefónica asumimos la responsabilidad de colaborar con administraciones públicas, ONG, padres, tutores... para fomentar el uso responsable de la tecnología.

Correo basura

De acuerdo a los datos presentados en marzo de 2007, el 84% de los correos electrónicos que circulan por España contienen basura, porcentaje similar al de otros países del mundo. Este tráfico implica que tengamos que invertir en redes capaces de transportar dicho correo, que satura la capacidad existente para transportar los contenidos útiles y legales.

España ocupa la quinta posición mundial por generación de correo basura, con el 5,8% del volumen mundial. Una de las principales causas es la inseguridad de los ordenadores españoles, ya que han crecido los troyanos que secuestran ordenadores domésticos y los convierten en servidores de spam a las órdenes de los criminales.

La colaboración de Telefónica en la lucha contra el correo basura incluye consejos a los clientes acerca de cómo utilizar Internet, canales de recepción de denuncias y oferta de herramientas y servicios para proteger los equipos de los clientes. Para la gestión del spam, Telefónica en España cuenta con el proyecto Nmesis.

Por último, ante la extensión del spam a las redes móviles, Telefónica Móviles y O2 suscribieron los Códigos Voluntarios de Conducta sobre spam móvil del GSM Association.

El spam favorece la aparición de webs que simulan ser bancos y entidades de comercio electrónico (phishing). El phishing es un problema internacional, con más de 120 entidades financieras atacadas al día de promedio.

Protección de datos

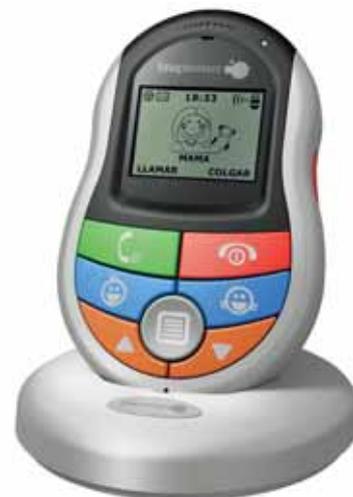
Las normativas y procedimientos de las empresas de Telefónica para proteger la información personal de los clientes, estipulan que sólo se suministre información a los titulares de la línea y únicamente se procesan solicitudes referentes al servicio realizadas directamente por ellos. La petición de información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

Propiedad intelectual

El desarrollo y protección de la creación artística hace preciso colaborar con la Administración pública y los titulares de derechos de propiedad intelectual en la lucha contra la utilización ilícita de las redes de comunicaciones electrónicas.

Telefónica considera que éste es un factor esencial para el desarrollo equilibrado de la Sociedad de la Información y para ello es preciso adoptar medidas de sensibilización, prevención, disuasión y, finalmente represión contra las actividades vulneradoras de la propiedad intelectual en la red.

Dentro de las diversas actuaciones promovidas por Telefónica para potenciar el acceso legal de los usuarios a Internet es la puesta a disposición de contenidos legales a través de sus propios servicios como por ejemplo Pixbox e Imagenio.



Se estima imprescindible impulsar iniciativas de concienciación y formación de los ciudadanos para disminuir progresivamente y definitivamente eliminar las actividades vulneradoras de la propiedad intelectual.

Sin embargo, Telefónica considera que esta necesaria lucha debe ser compatible con el respeto estricto de los derechos fundamentales de los ciudadanos, el secreto de las telecomunicaciones y la protección de datos de carácter personal.

Protección del menor

Se estima que uno de cada dos niños españoles de entre 8 y 13 años tiene móvil. Las nuevas tecnologías forman parte de la vida de los jóvenes, que tienen un mayor conocimiento que sus padres y tutores. Emplean la tecnología, principalmente, para mantenerse en contacto entre ellos y como fuente de entretenimiento.

A través de la aplicación global de la normativa sobre “Contenidos para Adultos”, Telefónica está promoviendo un uso responsable de sus servicios por parte de los menores. El objetivo de la normativa es establecer la adecuada regulación en la provisión de servicios de contenidos para adultos por todas las unidades de negocio de Telefónica, ofreciendo las adecuadas garantías en la limitación del acceso de los menores a este tipo de servicios.

Para asegurar un uso responsable, Telefónica defiende un papel activo no sólo de los operadores, sino de los distintos agentes, buscando la implicación en primera instancia de los padres y educadores así como de las administraciones nacionales y comunitarias, las ONG y los propios proveedores de contenidos.

En este sentido, Telefónica intensificó su compromiso con el buen uso de la telefonía móvil entre los menores de edad al ratificar en 2007 un acuerdo marco con la Unión Europea destinado a incrementar las medidas de protección a los menores cuando éstos accedan a contenidos a través del móvil.

Telefonía móvil para niños

Cada vez los niños tienen antes su primer teléfono móvil. Estos aparatos, que se les regala o heredan de los adultos, cada vez cuentan con más posibilidades y contenidos, algunos de ellos inadecuados para ellos.

Este hecho sumado a una ausencia de formación en su uso, puede llevar en muchos casos a los pequeños a hacer un uso incorrecto, que asusta a muchos padres.

Ante esta situación, Telefónica Móviles España lanzó en colaboración con Imaginarium el teléfono Mo1, enfocado a niños a partir de 6 años. Mo1 ha sido concebido con una selección apropiada de funciones, sólo las necesarias y las que fomentan un aprendizaje que permita a los más pequeños hacer buen uso del móvil en el futuro.

Así, las llamadas entrantes y salientes están limitadas a los contactos introducidos por los padres en la agenda, a través de una web de acceso restringido, al igual que los mensajes que recibe, evitando cualquier contacto externo no deseado. Además, Mo1 posee el altavoz “manos libres” que se activa automáticamente y un servicio de localización, con una tecla especial de emergencia permanentemente habilitada.

Además, Mo1 cuenta con la recomendación de Protégeles, organización de protección de la infancia en Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, fundada en el año 2001.



Con el objetivo de ser “la mejor empresa para trabajar” en 2010 La satisfacción y el clima laboral en Telefónica se situó en 2006 en el 62,1% frente al 58,3% del año anterior

En Telefónica damos empleo a más de 230.000 personas a nivel mundial. Estamos impulsando una nueva cultura de trabajo que tiene como objetivo convertirnos en una empresa capaz de atraer y retener el mejor talento, ofreciendo el mejor lugar para trabajar a nuestros empleados en todos los países donde estamos presentes. Para lograr este objetivo vamos a desarrollar la “promesa del empleado” por medio de la cual Telefónica se compromete con sus profesionales y debe ser la base sobre la que apoyemos las políticas de Recursos Humanos.

Clima laboral

La motivación y el compromiso de nuestros empleados con la empresa es estratégico para nosotros. Con este fin, medimos su satisfacción a través del “Índice de satisfacción de empleados”, dentro de la encuesta de Clima Laboral. Este indicador nos muestra las percepciones de nuestros empleados en relación a sus compañeros de trabajo, la confianza en la dirección, la orientación al cliente, la innovación, la comunicación, el jefe inmediato, el desarrollo profesional así como la imagen sobre Telefónica. Para 2006 se estableció el objetivo de incrementar un 5% el Índice de Satisfacción Global y se ha sobrepasado, pasando del 58,36% en 2005 al 62,10% para 2006.

Por su parte, en Telefónica O2 Europa el 89% de empleados sienten orgullo de trabajar en la compañía y el 82% recomendarían nuestra empresa a amigos o familiares. Así mismo, durante 2007 se está trabajando con Telefónica O2 Europa con el fin de integrarles en la próxima encuesta de Clima Laboral.

Desarrollo profesional

Como compañía líder en el sector de las telecomunicaciones a nivel mundial queremos contar con los mejores profesionales para ofrecer los mejores servicios a nuestros clientes. Para conseguir este objetivo, la formación de los profesionales adquiere un valor estratégico. Por tanto, nos exige desde Telefónica fomentar y potenciar el desarrollo de las capacidades profesionales y personales de nuestros profesionales.

Durante 2006, Telefónica dedicó más de 54 millones de euros a la formación de sus empleados (*). Nuestros profesionales dedicaron cerca de 11 millones de horas de formación en el año 2006, lo que supone un crecimiento absoluto del 16,40% respecto a 2005 (*). Así mismo, más de 70.000 de nuestros empleados disponen de planes de formación individualizados.

Con el fin de retener a los profesionales con un mayor potencial se implantó durante 2006 la Universidad Corporativa, ubicada en Barcelona. La Universidad es el punto de encuentro de todos los profesionales de Telefónica en el mundo, en el que se comparten las mejores prácticas internas y externas de la compañía, se difunde el conocimiento del sector y se fomenta el debate sobre la aplicación de los ejes estratégicos de desarrollo de Telefónica. Está previsto que 1.200 de nuestros directivos y profesionales con alto potencial asistan durante 2007 a la Universidad Corporativa.

En 2006 se completó la implantación del nuevo modelo de desarrollo profesional, basado en unas nuevas competencias corporativas comunes a todos los negocios de Telefónica y acordes con el reposicionamiento estratégico de la compañía. Durante el año 2006, más de 103.000 de nuestros empleados fueron evaluados en base a sus competencias, sin considerar Atento, lo que supone un crecimiento respecto al 2005 del 30,9%.

Diversidad e igualdad de oportunidades

En Telefónica tratamos a todas las personas sin discriminación por razón de raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares. Creemos que la diversidad es reflejo de la sociedad en la que trabajamos y beneficia a la buena marcha de nuestro negocio.

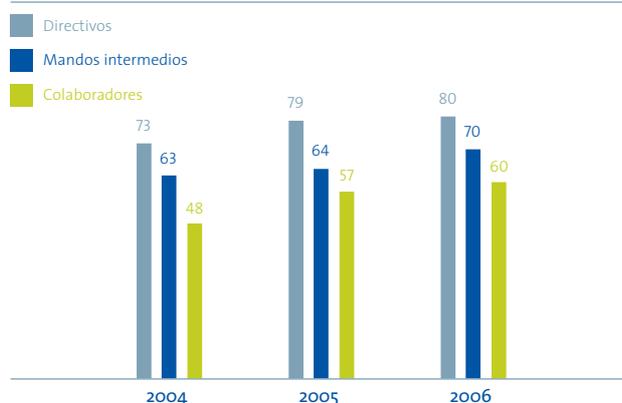
El 49,5% de la plantilla del Grupo Telefónica está compuesta por mujeres. Si hablamos de puestos directivos, hay más de 1.900 mujeres en puestos de dirección y de mandos intermedios en nuestra compañía, cifra que representa un 22,7% sobre el total de estos mandos.

Cerca de 1.400 profesionales con discapacidad trabajan en Telefónica, que suponen el 0,59% de su plantilla en el mundo.

* Datos no incluyen operaciones de Reino Unido, Alemania, Irlanda e Isla de Man.

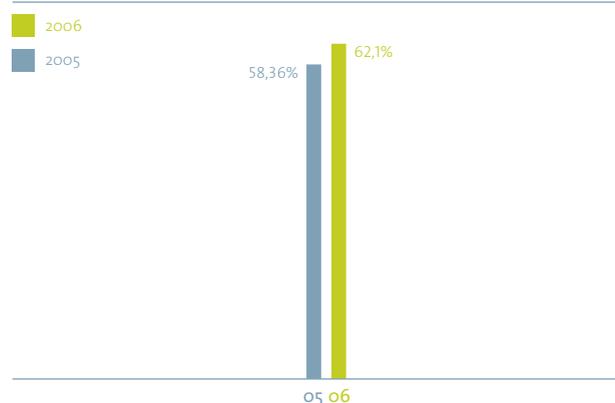
Satisfacción global

Datos en %



Nota global satisfacción Grupo Telefónica

Resultados índice de clima laboral



Diálogo social

El diálogo social y la negociación colectiva son instrumentos insustituibles para la gestión y gobierno de las relaciones laborales así como para conseguir la adaptabilidad de la negociación colectiva a los cambios que se van produciendo en las empresas. Telefónica promueve el diálogo social tanto a nivel internacional a través del acuerdo marco global firmado con UNI (Union Network International) como a nivel nacional (en España el acuerdo firmado entre la empresa y los sindicatos mayoritarios se ha demostrado muy eficaz).

En el Grupo Telefónica hay cerca de 50.000 empleados con afiliación sindical(*), de los cuales casi 16.000 están en España. Por otra parte a cierre de 2006, más de 162.000 empleados de Telefónica tienen reguladas sus condiciones de trabajo en base a Convenios Colectivos, frente a los 142.700 del año 2005.

Seguridad y salud

Asegurar un entorno de trabajo seguro es una de las responsabilidades que tenemos como empresa. Uno de nuestros principios éticos establece que ofreceremos a nuestros empleados un entorno laboral seguro y que estableceremos los mecanismos adecuados para evitar los accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional.

Durante el último trimestre de 2006 creamos grupos de trabajo internos para homogeneizar los indicadores y los procedimientos de seguridad y salud entre los diferentes países, algo muy complejo debido a las diferencias en la regulación de cada país. Los resultados de dicho trabajo se empezarán a aplicar a partir de 2007.

Indicadores Clave 2006:

País	Con Atento	Sin Atento
Número total de empleados	234.900	128.476
España	57.058	42.453
Europa	33.818	33.818
América Latina	142.983	52.205
Resto Mundo	1.041	-
Empleados con jornada partida ¹	6,75%	5,18%
Generación de empleo²		
Número de altas	130.989	13.025
Número de bajas voluntarias	60.226	5.944
Número de bajas forzadas	59.635	6.470
Rotación externa	52,77%	9,7%
Desarrollo profesional		
Total gasto de formación (miles de €) ³	54.728	49.793
Formación por empleado (€) ³	260	479
Horas de formación totales ³	10.881.938	3.538.693
% empleados con evaluación de competencias ¹	78,88%	83,04%
% empleados con remuneración variable ¹	74,09%	59,08%
Diversidad		
% mujeres	49,46%	34,00%
% mujeres en puestos medios y directivos ⁴	22,74%	22,05%
Nº empleados con discapacidad	1.388	952
Seguridad y salud		
Tasa de incidencia ⁵	-	11,91
Nº empleos sujetos a exámenes médicos preventivos ³	147.943	77.590

1 Cálculo excuyendo plantilla física de Holanda (Endemol) y Marruecos (Atento)

2 Datos de altas/bajas de Europa calculados en base a plantilla equivalente

3 Datos no incluyen Reino Unido, Alemania, Irlanda, Isla de Man, Holanda

4 Datos para Telefónica O2 sólo consideran senior management

5 Número de accidentes por cada 1.000 empleados. Indicador para Telefónica de España

* Datos no incluyen operaciones de Reino Unido, Alemania, Irlanda e Isla de Man.



Basadas en la flexibilidad y en una cultura más abierta

La nueva sede de Telefónica, Distrito C, ha iniciado unas nuevas formas de trabajo que se implantarán progresivamente en todo el Grupo

En 2006 Telefónica empezó a poner en marcha una nueva cultura de trabajo apoyándose en el traslado a Distrito C: Más de 2.000 de nuestros empleados trabajan ya en movilidad.

El cambio supone gestionar los espacios y la tecnología para que el empleado pueda trabajar cuando y donde necesite, aportando la flexibilidad necesaria para compaginar las tareas profesionales con la vida personal.

A continuación explicamos cómo estamos afrontando estos cambios y presentamos Distrito C, la sede central de Telefónica que marca un hito histórico en esta compañía.

Fomentamos la flexibilidad y la orientación a objetivos de nuestros profesionales

Distrito C es un proyecto de transformación de espacios que tiene a las personas como protagonistas. La nueva forma de trabajar tiene que ver con un cambio hacia alternativas en las que se fomente la movilidad en sus diversas formas, el trabajo colaborativo y en equipos de proyecto en los que el rendimiento se mide en términos de resultados y no por tiempo de presencia.

Estamos convencidos de que avanzar en la gestión por objetivos aumenta la productividad. Es una manera de fomentar la flexibilidad y de impulsar la colaboración y el trabajo en equipo. De esta manera se capturan las ventajas de la diversidad y se incrementa el compromiso de nuestros empleados.

Los directivos y mandos intermedios deben ser los principales motores de esta transformación siendo su papel estimular a sus colaboradores a adaptarse a las nuevas formas de trabajo a través de comportamientos ejemplares.

En esta nueva cultura de trabajo la jerarquía se desdibuja construyéndose relaciones basadas en proyectos comunes y en ir más allá de las responsabilidades de cada uno para compartirlas.

Las nuevas tecnologías nos aportan flexibilidad

Las nuevas tecnologías nos permiten una mayor flexibilidad y dinamismo en nuestro trabajo diario. La tecnología permite la plena conectividad: que nuestra gente pueda trabajar cuando y donde necesite.

Más de 2.000 empleados del Grupo Telefónica trabajan en movilidad. La sede central de la compañía en Madrid es un claro ejemplo de ello: Los empleados que trabajan en Distrito C y tienen un “puesto avanzado” no disponen de una mesa asignada en la oficina. Trabajan con un ordenador portátil, una agenda electrónica, un teléfono móvil y con tarjetas personales que permiten el acceso a los diferentes espacios que pueden ser utilizados para trabajar. El objetivo es que en 2008 un 40% de los empleados de Distrito C trabajen en este esquema de “puestos avanzados”.

Adicionalmente, Distrito C se ha configurado como una “oficina sin papeles”, que además de las consiguientes ventajas medioambientales facilita e impulsa el uso de las tecnologías disponibles por los profesionales. En 2006 Telefónica en España consumió menos de la mitad del papel consumido en 2002.

El trabajo en movilidad, la redefinición de la relación jefes-secretarías trabajando en equipos, la desaparición del papel e impresoras personales en pro de equipos multifunción y las tele reuniones en lugar de viajes transoceánicos son algunos ejemplos de las nuevas formas de trabajar.

6.870 empleados trabajan ya en Distrito C



Distrito C, “un nuevo espacio para una nueva forma de trabajar”

La sede central de Telefónica pretende ser la bandera de nuestro cambio cultural. Al ser una infraestructura compartida por las diferentes empresas del grupo es más fácil la comunicación entre todos nuestros empleados. Además, el diseño de los edificios y de los despachos acerca a los directivos a sus equipos favoreciendo la cercanía y la transparencia.

Distrito C es un ejemplo de innovación en muchos sentidos. Los empleados, que han trasladado a las nuevas oficinas entre 2006 y 2007, reciben información sobre estos cambios y también sobre la estrategia de la compañía a través de pantallas planas en las que se proyectan las noticias y también a través de la Intranet a la que tienen acceso.

Otra de las novedades de la sede es la seguridad. Para facilitar las cosas a nuestros empleados utilizamos unas nuevas tarjetas denominadas 'RFID' (Radio Frequency IDentification) que permiten la identificación por radiofrecuencia de las personas que acceden a los edificios y también la de sus equipos informáticos, que sólo hay que acercar a un sensor para que sean reconocidos. Este sistema facilita y agiliza las cosas puesto que no es necesario mostrar las tarjetas de identificación ni tampoco los códigos de barras de los ordenadores cada vez que se accede a los edificios.

Por último, Distrito C es una muestra del compromiso de Telefónica con la Responsabilidad Corporativa. Los edificios se integran en el entorno y están pensados para reducir al máximo las barreras arquitectónicas. La sede de la compañía se diseñó bajo el concepto de 'arquitectura sostenible' que facilita la generación de energía solar, fomenta el uso eficiente de los recursos y el tratamiento adecuado de los residuos.

Adaptación a la nueva sede

El traslado a Distrito C se está llevando a cabo con normalidad. No obstante, algunos de los trabajadores que todavía no se han trasladado son reticentes a este cambio. Consideran que existen asuntos que la compañía tiene pendiente de resolver como la facilidad de acceso por carretera, el transporte público y los lugares donde poder comer.

Los nuevos accesos por carretera estarán disponibles en breve así como la estación de metro 'Ronda de Comunicaciones', en la que Telefónica ha invertido 14 millones de euros. En relación a los servicios de restauración se están ofreciendo ya alternativas.

Confiamos en que las dificultades que existen todavía pasen pronto y que las ventajas de flexibilidad, desarrollo profesional y entorno de trabajo sean beneficiosas para todos a medio plazo a medida que se vayan consolidando las políticas asociadas y cada uno avance con su esfuerzo en el proceso de cambio que hemos iniciado.



Con iniciativas de inclusión geográfica, económica y educativa Telefónica apuesta por las nuevas tecnologías como motor de progreso social

Los Objetivos del Desarrollo del Milenio constituyen un plan convenido por todas las naciones del mundo para luchar contra la pobreza y reducir desigualdades en materia económica y social. Su meta 18 dice que “En colaboración con el sector privado, velar por que se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones.”

Este objetivo conlleva el importante desafío de adoptar acciones concretas para reducir las brechas en materia económica, geográfica, de salud y educación existentes y, de esta forma, que el mundo sea más equitativo y ofrezca mayores oportunidades para todos sus ciudadanos, valiéndose para ello de alianzas estratégicas entre los sectores público, privado y la sociedad civil con el apoyo de los organismos internacionales.

Inclusión económica

En América Latina el crecimiento del servicio de telefonía básica en los segmentos más desfavorecidos de la sociedad está sustentado en el desarrollo y oferta de productos adecuados a sus necesidades de consumo y a sus posibilidades económicas.

Por ello ofrecemos paquetes prepago y de contrato, así como paquetes comerciales que permitan llegar a una amplia gama de presupuestos, buscando que los clientes puedan optimizar su consumo telefónico.

El 81% de nuestros 83 millones de clientes de servicios móviles en América Latina utilizan productos prepago. Además, el despliegue de redes GSM está permitiendo que nuestros clientes puedan acceder a comprar terminales más económicos.

Las más de 6,4 millones de líneas fijas prepago y control del consumo, sumados a las 536.000 teléfonos de uso público ya suponen más del 32% de nuestra planta en América Latina. Si se compara este porcentaje con el de ingresos generados por las líneas, y también con los ingresos generados por la comercialización de tarjetas prepago, se puede apreciar que este tipo de servicios está ofreciendo una alternativa real a los estratos de menores recursos de la sociedad.

Inclusión geográfica

Telefónica Móviles ha reforzado su posición como el principal operador de la región, ampliando la cobertura en todos los países en los que desarrolla operaciones.

En Latinoamérica, las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio. Las provisiones por contribución acumuladas desde la creación de fondos de universalización del servicio superaron los 350 millones de euros. (*)

Inclusión educativa

Las barreras tecnológicas no son las únicas que pueden provocar la aparición de la brecha digital. Existen barreras de capacitación y de conocimiento que pueden ser más altas que las tecnológicas, especialmente en países en vías de desarrollo y en colectivos de personas mayores o discapacitadas. Telefónica, en colaboración con su Fundación, viene desarrollando programas orientados a capacitar a la sociedad en el uso de las nuevas tecnologías.

Telefónica Accesible

‘Telefónica Accesible’ es un proyecto integral que pretende hacer a Telefónica un grupo plenamente accesible en todos sus procesos y que contribuye activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

Desde que en 2004 empezamos a trabajar en este programa en colaboración con el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), las diferentes empresas y líneas de negocio de la compañía adaptaron su actividad a lograr los objetivos de este plan integral:

- Mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y facilitar su inclusión en la sociedad.
- Garantizar la plena accesibilidad del Grupo Telefónica y de sus productos y servicios.
- Fomentar la colaboración entre Telefónica, las administraciones públicas y las organizaciones que representan a personas con discapacidad.
- Promover un mejor conocimiento y sensibilización social de las necesidades de las personas con discapacidad.

Telefónica accesible se presentó públicamente en 2006 y la compañía anunció inversiones por valor de 35 millones de euros.

* Incluye telefonía fija en Argentina, Brasil, Perú y Colombia; telefonía móvil de Argentina, Brasil y Colombia.

www.telefonica.es/accesible

Mejor Iniciativa para Reducir la Brecha Digital en el Día de Internet 2006.

Cobertura de redes móviles en América Latina (%)

Argentina	86%
Brasil	90%
Chile	93%
Colombia	69%
Ecuador	N.D.
El Salvador	77%
Guatemala	71%
México	81%
Nicaragua	64%
Panamá	56%
Perú	68%
Uruguay	80%
Venezuela	94%

I Encuentro Iberoamericano sobre “Objetivos del Milenio de Naciones Unidas” y Tecnologías de Información y Comunicaciones.

En Septiembre de 2006 se celebró en Punta del Este (Uruguay) un encuentro sobre Objetivos del Milenio y TIC. Dicho encuentro fue organizado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y AHCJET y contó con la asistencia de casi un centenar de participantes, que representaron a los sectores público y privados. Algunas de sus conclusiones fueron:

Cabe destacar que, la meta 18 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio ha reconocido a las TIC como una herramienta importante para sus logros. Es necesario entender que la inversión en TIC impulsa el crecimiento económico y el desarrollo a mediano y largo plazo.

Los aspectos claves en el desarrollo de las TIC en la región son la inversión en infraestructuras y la promoción de usos eficientes entre ciudadanos, empresas y administraciones. Para fomentar la aceleración del crecimiento económico a través de las TIC es imprescindible contar con una visión compartida de todos los actores, que genere políticas coherentes y de largo plazo y un clima de inversión favorable.

Frente a esta oportunidad y dados los esfuerzos que tanto los gobiernos, como el sector privado y la sociedad civil han realizado, el reto de los países Iberoamericanos se orienta hacia la generación de un marco promotor de las TIC que permita la inclusión de todos sus ciudadanos en el desarrollo económico y social.

Las conclusiones de dicho encuentro fueron apoyadas en la Cumbre de Jefes de Estado de Iberoamérica, celebrada en 2006

- Las TIC pueden ser una herramienta para paliar las desigualdades existentes entre áreas urbanas y rurales, así como entre las distintas regiones y países de Iberoamérica; contribuyendo a atenuar movimientos demográficos y mejorando las oportunidades y calidad de vida de las zonas menos favorecidas.

- Las TIC pueden colaborar en la reducción de las desigualdades a nivel educativo, acercando la enseñanza a las zonas menos favorecidas, impulsando la igualdad de oportunidades de género, la inclusión de los pueblos indígenas y mejorando el nivel de capacitación de los formadores.

- Las TIC pueden ser una herramienta para: (i) la optimización en la gestión de todo el sistema sanitario; (ii) la reducción de las desigualdades en el acceso a servicios de salud; (iii) el acceso del ciudadano a información y contenidos sobre prevención de enfermedades y buenas prácticas en materia de salud; y, (iv) la integración de las personas discapacitadas a la sociedad. Todo ello repercute positivamente en la reducción de las desigualdades y la exclusión social.

- Las TIC pueden generar impactos positivos en la actividad económica, a través de un mejor acceso a los mercados, una mayor competitividad empresarial y nuevas oportunidades de negocio para los países en desarrollo.

- Las TIC pueden mejorar la calidad de las instituciones, acercando el Estado al ciudadano, constituyendo una herramienta para democratizar la gestión pública y fomentar la transparencia.

- Las TIC pueden contribuir a mejorar la productividad de los distintos sectores económicos, generando un impacto favorable en la competitividad del conjunto de la sociedad, lo cual resulta clave para competir en un mundo globalizado.



Se han constituido comités de medioambiente en todos los países Telefónica en 2006 comenzó a implantar su normativa de requisitos mínimos ambientales

Telefónica mantiene una apuesta decidida por alcanzar un equilibrio eficiente entre su propia actividad y la sostenibilidad a través de su compromiso con el medio ambiente. Todas estas actividades se desarrollan conforme a una política ambiental que será suscrita por todas las operaciones a lo largo del 2007.

El Grupo Telefónica firmó el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2002 y se obligó así a trabajar desde un enfoque preventivo, a fomentar la responsabilidad ambiental y a favorecer el desarrollo de tecnologías respetuosas con el entorno. Además, participa en diversas iniciativas internacionales enfocadas a promover el desarrollo sostenible como GeSI o el grupo de sostenibilidad de empresas de telecomunicaciones europeas ETNO.

Gestión medioambiental

Para garantizar el cumplimiento de este compromiso contamos con una norma interna de "Requisitos Mínimos Ambientales", cuyo objetivo final es la certificación ambiental de todas nuestras operaciones. Con una metodología común aseguramos que todas las empresas del grupo tienen un comportamiento responsable en esta materia. Para facilitar el cumplimiento de la norma establecimos cinco pasos de actuación: el compromiso, requisitos de aplicación, mejora del comportamiento, implantación de sistemas y certificación.

El seguimiento del cumplimiento de la norma se hace a través de los comités de medio ambiente país, presentes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México y Perú. El seguimiento de las actividades ambientales de todos los comités se presentan periódicamente a la Comisión de Reputación y Recursos Humanos.

Una de las claves para garantizar una adecuada gestión ambiental es la formación y sensibilización del personal. A lo largo de 2006, más de 8.000 profesionales recibieron formación ambiental centrada en su actividad.

Uno de los grandes retos es extender nuestro compromiso medioambiental a nuestros proveedores y que ellos lo asuman. Como primer paso en los contratos que lo precisan se incluyen cláusulas específicas de medio ambiente, según la legislación que aplique al producto o servicio que se suministre. A lo largo de 2007 se aprobará un procedimiento de trabajo para garantizar el seguimiento de las actuaciones de los proveedores que tengan mayor incidencia ambiental.

Evaluamos los aspectos derivados de nuestra actividad ambiental para establecer un proceso de mejora continua en aquellas actividades que tengan más relevancia a en el medio ambiente, y realizar un control y seguimiento de las mismas. Para realizar una correcta gestión ambiental integramos

nuestros aspectos ambientales al desarrollo normal de las actividades en el día a día. Estos aspectos están relacionados, entre otros, con las emisiones electromagnéticas, con el impacto visual o la ocupación del suelo de nuestras instalaciones, con los residuos derivados de nuestras actividades y con la energía consumida.

Emisiones electromagnéticas

En los últimos años el público se ha interesado por los posibles efectos negativos de los campos electromagnéticos. Una atención que ha rebasado el ámbito estrictamente científico y médico, convirtiéndose en un tema en el que prima una percepción distorsionada del riesgo.

Además de establecer mecanismos para garantizar un estricto cumplimiento de la ley sobre la exposición a campos electromagnéticos, Telefónica ha establecido una serie de canales con los que dar respuesta a la demanda de información de las personas interesadas en esta cuestión.

Además, realizamos un control y seguimiento de las emisiones radioeléctricas de nuestras instalaciones. En 2006 medimos más de 14.000 emplazamientos. Todos ellos cumplen estrictamente con los niveles de emisión de todas las normas y recomendaciones internacionales.

Impacto de las instalaciones

La planificación, construcción, mantenimiento y funcionamiento de estas instalaciones lleva asociados aspectos ambientales como el impacto visual o la ocupación del suelo. La evaluación de estos aspectos, previa a su instalación, se realiza a través de estudios de impacto ambiental. Durante 2005 se realizaron 658 estudios, cumpliendo así los requisitos legales o voluntarios en zonas protegidas o de interés natural. Del total de los emplazamientos instalados a lo largo de 2006, unos 60 corresponden a zonas de protección o interés natural.

Para minimizar el impacto de nuestras instalaciones prestamos atención a la “fragilidad visual paisajística”, instalamos antenas y equipos sobre infraestructuras existentes antes de buscar un nuevo emplazamiento, tratamos de compartir los emplazamientos entre operadores, instalamos nuevas antenas en infraestructuras de telecomunicaciones existentes o utilizamos antenas duales o tribanda.

También controlamos el ruido generado por nuestras instalaciones. Trabajamos en dos frentes. Primero, realizando adecuaciones en los emplazamientos de los equipos de aires mediante la instalación de campanas metálicas, sistemas insonorizados, etc. En 2006 realizamos del orden de 400 adecuaciones acústicas. Segundo, controlando las instalaciones mediante mediciones acústicas para la verificación de niveles y del cumplimiento legal. En 2006 medimos más de 1.000 instalaciones.

Gestión de residuos

La generación de residuos es uno de los principales aspectos ambientales que incumben a las empresas. Dependiendo de la actividad que desarrollen, pueden generar exclusivamente residuos de oficina (papel, cartuchos de toner, etc) u otro tipo de residuos específicos de la actividad como los eléctricos o los electrónicos. Estos últimos representan el mayor volumen de los que generamos. En ocasiones se generan compuestos peligrosos para el medioambiente. Trabajamos para garantizar su gestión adecuada.

Consumo de papel

Telefónica puso en marcha en España en 2003 un plan para la mejora de la eficiencia operativa, la movilidad y el impacto ambiental a través del ahorro de papel. Entre 2003 y 2006 este plan permitió reducir el consumo de papel de 232 millones de hojas a 109 millones, lo que significa obtener ahorros cuantificables de 56,2 millones de euros, ahorros directos de 18,6 millones de euros e indirectos de 37,6 millones.

Con este ahorro, evitamos la tala de 46.879 árboles, el consumo de 256 millones de litros de agua y el consumo de 583.000 litros de petróleo.

Consumo energético

Telefónica realiza importantes mejoras de eficiencia energética en sus oficinas y redes. Fomenta el uso de energías renovables como ocurre en su nueva sede de Las Tablas y desarrolla campañas de concienciación interna dirigidas a sus empleados para fomentar el ahorro. Estas acciones de optimización de consumos trae pareja una reducción de las emisiones de CO₂.

El impacto positivo de las telecomunicaciones en el medio ambiente

Las telecomunicaciones contribuyen a la sostenibilidad actuando como vía de transporte de ideas y datos con un bajo impacto medioambiental. Algunos de los servicios tradicionalmente considerados con impacto medioambiental positivo son el teletrabajo, la oficina remota, la audioconferencia y videoconferencia, la teleeducación, el comercio electrónico, el servicio móvil de consulta de información de forma personalizada, el contestador en red y el identificador de llamadas. El impacto de estos servicios es mayor cuando se consideran sistemas de transporte y distribución, eficiencia energética en edificios, ahorro de papel mediante catálogos y facturas electrónicas o desmaterialización.

Telefónica publica en su página web mensualmente artículos que analizan la relación del uso de las nuevas tecnologías con la sostenibilidad, que hacen un análisis más profundo del impacto ambiental de las telecomunicaciones.



Hemos medido los niveles de emisiones electromagnéticas en más de 14.000 emplazamientos en todo el mundo

Telefónica asegura el cumplimiento de todas las normativas y los límites de potencia en cada país

En los últimos años la atención por los posibles efectos de los campos electromagnéticos ha rebasado el ámbito estrictamente científico y médico y se ha convertido en un tema de interés público en el que prima una percepción distorsionada del riesgo. En muchos casos, esta situación dificulta el despliegue de las infraestructuras necesarias para garantizar la cobertura y la calidad del servicio. Ante este marco, Telefónica desarrolla una intensa actividad para informar a los clientes y a todas las personas interesadas en este tema.

Qué es y cómo funciona la telefonía móvil

Es un sistema que permite al usuario establecer y recibir una comunicación de voz o datos dentro de la zona de cobertura de la antena con la que el terminal móvil se ha conectado una vez encendido.

Para poder ofrecer este servicio y satisfacer las necesidades de los usuarios necesitamos desplegar una red de estaciones base que proporcionen una cobertura y calidad adecuadas.

Los sistemas de telefonía móvil requieren de la existencia de elementos fundamentales como son el propio teléfono móvil, estaciones base, los medios de transmisión y las centrales de conmutación.

Todas las estaciones base se instalan conforme a un proyecto realizado por un técnico que vela por el cumplimiento de todas las normas aplicables relativas a seguridad y protección.

Emisiones electromagnéticas

Para transmitir el sonido, la telefonía móvil emplea ondas de radio que en realidad son emisiones electromagnéticas de la misma naturaleza que la luz. Asimismo, existen multitud de aplicaciones de estas emisiones como la televisión, la radiodifusión, los hornos microondas o el radar por poner sólo algunos ejemplos. La única diferencia entre ellas es la frecuencia y la potencia utilizada en cada caso.

Además de las fuentes artificiales necesarias para las aplicaciones descritas anteriormente, existen fuentes naturales de campos electromagnéticos. La naturaleza nos proporciona muchos ejemplos de cambios eléctricos y magnéticos: los relámpagos no son más que descargas eléctricas desencadenadas por fuertes campos eléctricos que se forman durante las tormentas; la tierra por sí sola genera campos magnéticos debido a las corrientes creadas por el movimiento

de las masas. Una aplicación práctica de los campos magnéticos es el uso de las brújulas (que miden estos campos) para determinar los puntos cardinales.

Una onda electromagnética se caracteriza por su frecuencia. La frecuencia es una medida del número de veces que una onda electromagnética oscila por segundo y cuya unidad de medida recibe el nombre de "hercio".

Ondas

La telefonía móvil utiliza en todo el mundo ondas de radio con frecuencias entre 900 y 2000 MHz. Los servicios móviles emplean en la actualidad las siguientes bandas de frecuencias: el denominado Global System for Mobile Communications (GSM), que emplea tecnología digital y que opera en la banda de frecuencias de los 900 MHz., y una extensión de este sistema, el European Digital Cordless System (DCS-1800), muy semejante al GSM pero que opera en la banda de 1800 MHz y la tecnología Universal Mobile Telecommunication System (UMTS-2000).

Normativa sobre campos electromagnéticos

La seguridad de las infraestructuras de telefonía móvil se basa en la rigurosa observación de los límites de exposición a las emisiones radioeléctricas establecidos por los organismos internacionales de referencia y por la normativa de cada país.

Dichos límites establecidos incorporan amplios márgenes de seguridad que distan de los niveles en los que pudieran existir riesgos para la salud. Y tanto los cálculos previos de la instalación de una antena como las mediciones que se realizan continuamente en programas de inspección y control demuestran que las antenas de telefonía móvil emiten habitualmente centenares e incluso miles de veces por debajo de los límites establecidos en las normativas internacionales.

Certificaciones de emplazamientos

<p>Tipo ⁽¹⁾</p> <p>B</p> <p>con variación</p> <p>2940</p>	<p>Tipo ⁽²⁾</p> <p>C</p> <p>sin variación con respecto al año anterior</p> <p>3331</p>	<p>Tipo ⁽³⁾</p> <p>D</p> <p>espacios sensibles</p> <p>2409</p>
--	---	---

1 Emplazamiento con variación en el sistema radiante respecto a 2005

2 Sin variación en el sistema radiante respecto a 2005

3 Emplazamientos situados en espacios sensibles (hospitales, colegios, etc.).

En la normativa actual se distingue dos tipos de límites en los campos electromagnéticos. Por un lado limita la potencia máxima de una estación de base de telefonía móvil y por el otro limita los campos electromagnéticos máximos a los que se puede exponer una persona.

Estos límites están basados en las diferentes conclusiones de organismos internacionales como el CENELEC (Comité Europeo de Normas Electrotécnicas) o ICNIRP (Comisión Internacional sobre Protección frente a Radiaciones No-Ionizantes), pero principalmente en la Recomendación del Consejo de la Unión Europea de 12 de julio de 1999. Éstos son los mismos establecidos en países de nuestro entorno como Alemania, Grecia, Reino Unido, Irlanda, Finlandia, Dinamarca, Suecia, etc. Es muy importante recalcar que los límites de exposición incorporan algunas precauciones adicionales.

Además, las investigaciones han permitido a instituciones y organismos competentes como la Organización Mundial de la Salud (OMS), Comisión Internacional para la Protección contra Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP), Comité Europeo de Normalización Electrotécnico (CENELEC), Instituto de Estandarización Americano (ANSI), Consejo de Ministros de Sanidad de la Unión Europea o las comisiones de expertos de Reino Unido, Francia y España establecer normativas y emitir informes en los que se concluye que “la exposición a las emisiones de ondas electromagnéticas generadas por la telefonía móvil, dentro de los límites establecidos, no tiene efectos adversos sobre la salud”.

Algunos países, entre ellos España, han desarrollado una normativa completa tal y como aparece en el Real Decreto 1066/2001 que recoge la Recomendación del Consejo de la Unión Europea de 12 de julio de 1999. Añade criterios de planificación de las nuevas redes, lo que garantiza el cumplimiento de los límites de exposición a las radiofrecuencias.

El 100% de las estaciones base en España cumplen con los límites establecidos por la ley. Durante 2006, agentes externos certificaron 8.680 emplazamientos.

Cómo actuamos e informamos

No sólo cumplimos de forma estricta la normativa vigente sobre exposición a campos electromagnéticos, sino que además, para responder a las demandas de información de la población, las empresas de Telefonía disponen de diferentes canales para hacer llegar la información más relevante a todas las personas que tengan interés sobre este tema.

Telefonía Móviles España, a través de su página web, informa ampliamente sobre esta cuestión. Colabora además continuamente con la administración y con otros organismos competentes con el objetivo de armonizar los despliegues de red y disponer de una mejor y mayor difusión de información.

También ha suscrito diversos convenios de colaboración con ayuntamientos, con la Federación Española de Municipios y Provincias y con asociaciones de consumidores. Igualmente, colabora en la celebración de jornadas informativas tanto para ciudadanos como para las administraciones, que al mismo tiempo que deben atender a situaciones de alarma social impulsan el despliegue de las infraestructuras necesarias para los servicios de telefonía móvil demandados por la población.



Contratando más de 18.000 millones de euros Telefónica colabora con más de 19.000 proveedores en todo el mundo

A través de la cadena de suministros, Telefónica ha iniciado la difusión de las prácticas empresariales éticas y responsables en todo el mundo. En este sentido las nuevas herramientas de correo electrónico incrementan la transparencia y la igualdad de oportunidades.

Tratamos de influir positivamente en toda nuestra cadena de suministro para que, cada vez más, nuestros proveedores incorporen criterios de responsabilidad corporativa en sus actuaciones. Para ello, estamos implantando unos requisitos que permitan, en ocasiones, ir más allá del cumplimiento de la ley.

Nuestros proveedores

El volumen de compra adjudicado con cargo al presupuesto de 2006 ascendió a más de 18.000 millones de euros(*). Su distribución por países mantiene a España como el país con mayor volumen de compra y a Brasil en segundo lugar.

Dicho volumen de compra fue adjudicado a 19.079 proveedores en todo el mundo (18.834 en 2005). Los diez principales proveedores del Grupo Telefónica en el mundo fueron: Alcatel, Brightstar, Ericsson, Huawei, LG, Motorola, Nokia, Samsung, Siemens y Sony Ericsson.

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

Para asegurar el cumplimiento de nuestros principios de igualdad de oportunidades y transparencia, el modelo de compras de Telefónica está estructurado en torno a las Mesas de Compras. En ellas se presentan las compras con participación de todas las áreas implicadas y se toman las decisiones de adjudicación por unanimidad.

El comercio electrónico incrementa la transparencia y la competencia

Innovamos constantemente nuestros sistemas de relación con proveedores. Las negociaciones y la formalización electrónica de compromisos, así como el envío y recepción de pedidos, albaranes y facturas electrónicas a través de Internet, son prácticas comunes en Telefónica que hacen más eficiente el proceso. Todo ello basado en una plataforma global de comercio electrónico gestionada por Adquira.

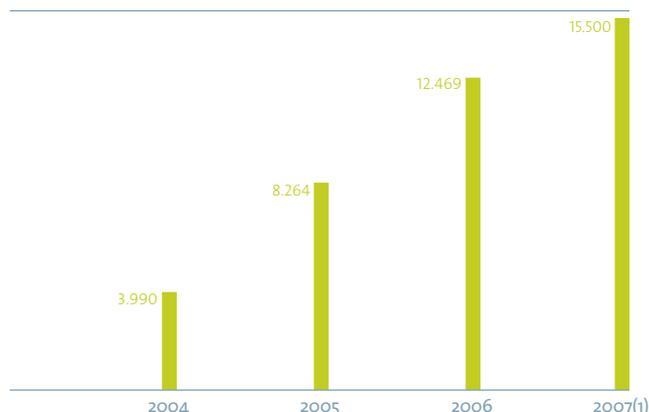
El comercio electrónico incrementa la transparencia, dado que todas las transacciones se registran en el sistema y el proveedor es quien introduce su oferta en la herramienta. Además, cualquier información relacionada con el proceso es accesible por todos los proveedores participantes y de forma simultánea.

En 2006 las herramientas de comercio electrónico se desplegaron en nuevos países, incluyendo a Colombia, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá. Durante 2006 se ha producido un aumento significativo en el número de negociaciones y formalizaciones electrónicas:

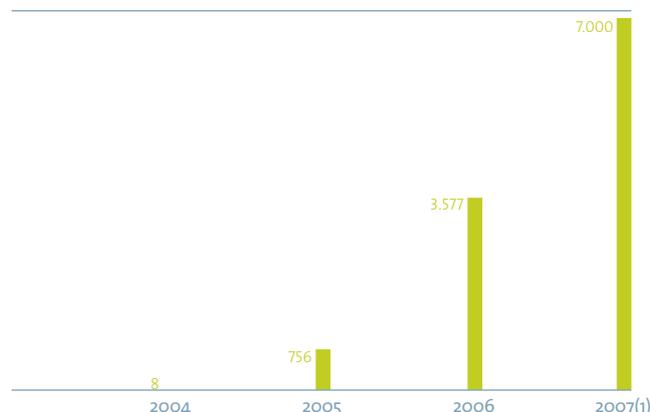
- Más de 12.500 millones de euros adjudicados electrónicamente. De ellos, aproximadamente 1.366 millones € fueron adjudicados por subastas
- Más de 2.400 subastas, con un incremento del 61% respecto a 2005
- Más de 82.000 formalizaciones electrónicas (contratos, cartas de adjudicación y pedidos)

* Los datos de compras incluyen el perímetro de España, América Latina y República Checa. No se incluyen las operaciones en Reino Unido, Alemania e Irlanda.

**Volumen de compras
Negociado electrónicamente**
Importe en millones de euros



**Volumen de compras
Formalizado electrónicamente**
Importe en millones de euros



(i) Objetivo de Telefónica para 2007

En 2006 incorporamos nuevas funcionalidades al proceso de facturación electrónica con el que se completa el proceso electrónico con el proveedor, al que damos la facilidad de emitir la factura a partir de un pedido previo electrónico o convencional.

Todos estos procesos electrónicos aportan también ventajas a nuestros proveedores:

- Mayor eficiencia operativa
- Contribuye a la igualdad de oportunidades
- Facilita la objetividad en las adjudicaciones
- Mayor agilidad y seguridad en el intercambio de información
- Accesibilidad y conectividad a otros potenciales clientes (clientes de Adquiria Marketplace)
- Evitar o disminuir los retrasos en los plazos de pago acordados (factura electrónica)

Estándares éticos en la cadena de suministro

Telefónica interactúa con sus proveedores de una manera ética y responsable para promover los estándares laborales y la protección ambiental a lo largo de la cadena de suministro. En nuestras Condiciones Generales de Suministro de Bienes, exigimos el cumplimiento de la legislación vigente en materia laboral, de seguridad, higiene en el trabajo e impacto medioambiental de nuestros proveedores.

Entre todos estos requisitos, los que vamos a exigir con mayor firmeza a nuestros proveedores son: no permitir el trabajo infantil, ni el trabajo forzado, no aceptar condiciones laborales de riesgo para la vida de los trabajadores ni consentir un trato inhumano en el trabajo y exigir el cumplimiento de la ley en materia medioambiental.

En el ejercicio 2006 desarrollamos un análisis de riesgos en esta materia aplicado a toda nuestra cadena de suministro. Los criterios aplicados eran la visibilidad del producto al cliente, asociación con la marca, visibilidad a los medios, país donde se desarrollan las actividades y naturaleza del suministro. El análisis de riesgos concluyó que los terminales y equipos de telecomunicaciones, los servicios de instalación y mantenimiento de redes, los productos de merchandising o las actividades de telemarketing son aquellos suministros a los que debemos prestar una mayor atención.

Nuestro enfoque para el año 2007 en esta materia incluye:

- Concienciación en información a nuestros compradores acerca de los aspectos críticos de RC en nuestras compras.
- Poner en marcha la Norma de Responsabilidad en la cadena de suministro que se basa en estándares internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas y las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- Desarrollar auditorías en materia de RC de algunos de nuestros proveedores.
- Fomentar que nuestros proveedores apliquen medidas similares en sus respectivas cadenas de suministro.

Telefónica no enfoca el reto de la responsabilidad en la cadena de suministro en solitario, ya que forma parte de una iniciativa sectorial sobre cadena de suministro a través de GeSI. En ella, distintos a fabricantes y operadores de telecomunicaciones están colaborando con el objetivo de promover la buena conducta empresarial en este sentido; desarrollando o promoviendo herramientas, prácticas de gestión, procesos y sistemas que permitan que cada participante pueda controlar los riesgos de RC asociados a su cadena de suministro.



En 2006 Telefónica destinó más de 50 millones de euros en Acción Social

Fundación Telefónica es el principal motor de la acción social del grupo. En 2006, destinó más de 33 millones de euros, un 6% más que en 2005, a 673 iniciativas sociales que beneficiaron a más 30 millones de personas directamente. También destacan los 13 millones de euros destinados a favorecer la integración de personas con discapacidad a través de ATAM.

En Telefónica hemos contraído un firme compromiso con la sociedad. Tenemos la convicción de que nuestra actividad beneficia a los países en los que operamos con el impacto de un mayor desarrollo económico, tecnológico y social. Sin embargo, creemos que al desempeño de nuestra actividad debemos sumar otras actuaciones sociales y culturales allí donde estamos presentes.

En 2006 contribuimos con más de 50 millones de euros a la acción social con la inversión de Fundación Telefónica, O2, las aportaciones de ATAM y los patrocinios sociales.

La parte más importante de esos recursos (33 millones de euros) los invirtió Fundación Telefónica, el principal instrumento de la acción social del grupo. Desde 2006, la fundación ha reorientado su estrategia hacia la educación, la integración social de los niños en América Latina, el impulso de la sociedad del conocimiento y la gestión de los programas de voluntariado corporativo como explicaremos en este capítulo.

ATAM

ATAM es la asociación del grupo para las personas con discapacidad con la que desde hace 34 años los empleados y la compañía buscamos mejorar la calidad de vida de estas personas mediante la prevención y la plena integración social.

Se financia en gran medida con las aportaciones solidarias y voluntarias de cerca de 61.000 empleados de 22 empresas del grupo. Los trabajadores aportan el 2 por mil de sus retribuciones fijas y la compañía dobla esas aportaciones.

Las cuotas que recibió ATAM por parte de todas las empresas de Telefónica en 2006 fue de 13,6 millones de euros y beneficiaron a 3.981 personas.

Con este proyecto sin ánimo de lucro ofrecemos a los beneficiarios y a sus familias una amplia cobertura de protección social durante toda la vida ante situaciones de discapacidad y dependencia. Por lo tanto, además de contribuir en una acción solidaria a cambio de una pequeña cuota, los socios y sus familias disponen de una garantía de presente y de futuro frente a cualquiera de estas necesidades.

Patrocinios sociales

El tercer eje principal de la acción social de Telefónica es el de los patrocinios sociales. La compañía colabora con actividades en los países donde opera. En 2006 realizamos 73 patrocinios sociales que suponen un 9% de los patrocinios de la compañía.

Seguimos apoyando proyectos de carácter benéfico social y dando nuestro respaldo a instituciones que trabajan en estos campos a través de la colaboración con programas de promoción de tecnologías de la información. Destacaron la colaboración con: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, Asociación Española Contra el Cáncer, Cruz Roja Española y otras organizaciones sin ánimo de lucro.

Inversión de Telefónica en acción social

Datos en miles de euros

	2005	2006
Fundación Telefónica ¹	28.999	33.015
ATAM ²	13.605	13.658
Patrocinios sociales ³	2.571	1.608
O2 ⁴	0	2.493
Total	45.175	50.774

1 Presupuesto de FT.

2 Aportaciones de Telefónica y sus empleados a ATAM.

3 Incluye patrocinios sociales y no culturales.

La cantidad real fue de 2,9 millones de euros, a la que hemos restado algunos patrocinos de Proniño contabilizados por Fundación Telefónica en Colombia

4 Dato aplicable desde 2006.

1 Incluye FT Colombia, entidad constituida legalmente en 2007

Total Personas participantes/beneficiadas directamente por la actividad de Fundación Telefónica en 2006*

Área	Número de personas
Educared	25.076.321
Proniño	25.339
Voluntarios Telefónica	12.595
Forum	13.570
Arte y Tecnología	7.302.272
Otros programas	1.090.179
Total	33.520.276

* Incluye beneficiarios presenciales y beneficiarios a través de Internet

Fundación Telefónica

¿Qué es Fundación Telefónica?

Fundación Telefónica es la expresión del compromiso del Grupo Telefónica con las sociedades de los países donde está presente. Desde 1998 es el instrumento de la acción social y cultural del grupo cuyo eje estratégico está enfocado a la Educación a través de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Su principal misión es contribuir a la construcción del futuro de las regiones donde opera Telefónica e impulsar el desarrollo social a través de la educación utilizando para ello su fortaleza y capacidad tecnológica, su presencia territorial y su extensa base de clientes y empleados.

El 95% de las personas que han tenido relación directa con la Fundación en 2006 accedieron a contenidos, servicios e información a través de Internet, lo que refleja el papel que juegan las tecnologías como motor de desarrollo social.

Los principales programas de Fundación Telefónica son:

- **Proniño**
- **EducaRed**
- **Forum**
- **Voluntarios Telefónica**
- **Arte y Tecnología**

¿Dónde está Fundación Telefónica?

Fundación Telefónica está presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela. Con un enfoque global, las ocho fundaciones comparten los mismos objetivos y métodos de trabajo, si bien cada una de ellas actúa de acuerdo con la realidad social de su país. Además, la acción social y cultural de fundación con el programa Proniño se extiende a otros países de Latinoamérica como Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Panamá, Ecuador y Uruguay.

Magnitudes de Fundación Telefónica

Distribución de recursos destinados a los proyectos e iniciativas realizados por Fundación Telefónica en 2006 por área de actividad.



Distribución de presupuesto por país

Argentina	7%
Brasil	10%
Chile	3%
Colombia	4%
España	65%
México	2%
Perú	5%
Venezuela	3%

Más de **25.000** niños, niñas y adolescentes escolarizados.

Más de **92.000** beneficiados indirectos

646 escuelas y centros educativos participan en Proniño



Proniño

El Grupo Telefónica, a través de su Fundación, gestiona Proniño, un programa de acción social que aspira a ayudar significativamente al cumplimiento de las metas regionales de erradicación de las peores formas de trabajo infantil en Latinoamérica antes del 2015. Se trata de un programa de atención integral que, a través de una escolarización de calidad, asegura logros educativos y el conocimiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Asimismo, incorpora en sus actividades actuaciones específicas de fortalecimiento de las instituciones y agentes sociales vinculados con la atención del niño y promoción de los derechos de la infancia para hacer sostenible a largo plazo la erradicación del trabajo infantil.

Proniño apuesta por la calidad educativa, mejorando las infraestructuras de los centros y aportando nuevos enfoques educativos y pedagógicos adaptados a cada situación social, que favorecen no sólo a los beneficiarios directos de Proniño, sino a todo el entorno educativo de los lugares en los que interviene.

A 31 de diciembre de 2006, Proniño beneficiaba de forma directa a 25.339 niños, niñas y adolescentes de trece países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela y Uruguay), y a 92.115 de forma indirecta en 646 centros educativos y escuelas.

Los pilares básicos de Proniño son las 35 ONG de reconocido prestigio internacional con las que trabaja directamente, además de las escuelas, las instituciones públicas y privadas y la colaboración de las comunidades de los países en los que trabaja Proniño.

Los Voluntarios Telefónica juegan un papel fundamental en el programa, participando en diferentes actividades y aportando tiempo y talento.

Porcentaje de niños, niñas y adolescentes que trabajan¹

País	Ocupados (en miles)	Tasa de trabajo
Belice	9	11%
Bolivia	656	28%
Brasil	5.071	12%
Colombia	1.568	15%
Costa Rica	114	10%
Chile	196	5%
Ecuador	779	21%
El Salvador	288	15%
Guatemala	938	23%
Honduras	356	15%
Jamaica	16	2%
Nicaragua	253	14%
Panamá	46	6%
Paraguay	322	10%
Perú	1.987	26%
R. Dominicana	436	18%

¹ Fuente: Organización Internacional del Trabajo 2006. "La eliminación del trabajo infantil: un objetivo a nuestro alcance"

Durante 2006 EducaRed on line recibió más de **40** millones de visitas con un total de **220** millones de páginas consultadas en sus cinco portales

Es el programa educativo líder en España y Latinoamérica



EducaRed

Es un programa creado por Fundación Telefónica en 1998 de acuerdo con las 16 principales organizaciones de la comunidad educativa española. Pretende contribuir a la mejora de la calidad de la Educación para fomentar la igualdad de oportunidades mediante la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Aunque EducaRed nació en España, es un programa transnacional que cuenta con portales locales en Argentina, Brasil, Chile, Perú y próximamente en Colombia y México. Sólo en España existen 11.846 colegios inscritos en el programa, lo que representa más de 372.000 profesores y 4,4 millones de alumnos.

Dos son las líneas principales de actividad en EducaRed:

- **EducaRed on line.**
- **EducaRed presencial.**

Líneas de Actuación

EducaRed on line

- **Los mejores contenidos didácticos en software y webs educativas:**
El Navegador de EducaRed
- **Las herramientas más avanzadas en el Navegador de EducaRed:**
Software y webs educativas
- **Formación on line para profesores y alumnos:**
Profesores Innovadores
Aprende con Internet
- **Certámenes y actividades interactivas**
A navegar
JaqueMate
- **Comunidades virtuales**
EducaRed 2.0
Tam-Tam
Cositas Bõas 2007

EducaRed Presencial

- **Formación e innovación para la comunidad educativa:**
EducaRed Innova
Aula Móvil
- **Red de centros modelo**
- **Exposiciones de divulgación científica y tecnológica:**
Divulga Biotec
- **Programas educativos de intergración:**
EducaRed Integra
- **Actividades de dinamización educativa:**
Congreso Internacional
Congresos Iberoamericanos
Día de EducaRed
EducaParty

Fundación Telefónica se ha convertido en referente en la investigación y conocimiento del impacto social de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

12.595 empleados del Grupo Telefónica de **14** países participaron en 2006 en iniciativas de Voluntariado Corporativo a las que se dedicaron más de **55.200** horas

Forum

Forum es un área de Fundación Telefónica que se concibe como una unidad de creación, debate y divulgación del conocimiento para ser referente en el desarrollo de la Sociedad de la Información, construir y utilizar las estructuras necesarias para la generación y difusión del conocimiento y apoyar proyectos innovadores.

A través de este programa, Fundación Telefónica planifica actividades para fomentar y facilitar la investigación avanzada, el análisis y el conocimiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su impacto social principalmente en España y Latinoamérica.

Líneas estratégicas

- **Investigación y análisis.** Impulso de investigaciones y estudios de tendencias en materias relacionadas con la Sociedad de la Información.
- **Debates e intercambios.** Seminarios, conferencias y foros de debate, presenciales y en red, sobre los temas investigados, sobre otros temas y tendencias de actualidad.
- **Difusión del conocimiento.** Creación de Colección Fundación Telefónica. Publicaciones sobre resultados de investigaciones, estudios, debates y temas relevantes relacionados con la sociedad del conocimiento.
- Además, destaca **Fórum en Red** como apartado específico dentro de la página web de Fundación Telefónica en la que queda constancia actualizada de las principales líneas de actuación del programa y la **revista Telos**, referente de los estudios sobre comunicación en lengua española.

Voluntarios Telefónica

El programa de Voluntariado Corporativo del Grupo Telefónica busca incentivar y potenciar las actividades de voluntariado social entre los empleados, facilitando y desarrollando los medios necesarios para que dicho voluntariado sea efectivo y permanente.

Concebido como una iniciativa transnacional, su objetivo es organizar y fortalecer el desarrollo de una red solidaria constituida por empleados en activo, prejubilados y jubilados del Grupo Telefónica que quieran trabajar de forma proactiva en beneficio de la comunidad y de sus colectivos más desfavorecidos.

El programa de Voluntariado Corporativo gestionado a través de Fundación Telefónica desarrolla tres grandes líneas de trabajo:

- Fomentar la participación de los empleados en las actividades de voluntariado identificando posibilidades de colaboración en los programas propios de acción social de Fundación Telefónica como Proniño o a través de acuerdos con ONG.
- Apoyar técnica y financieramente la puesta en marcha de programas solidarios realizados por grupos de empleados.
- Potenciar la capacidad de liderazgo del voluntario a través de una formación que le dote de conocimientos del mundo social y recursos para mejorar el impacto de sus acciones y su capacidad de trabajo con organizaciones sociales, además de ofrecerle herramientas prácticas para la formulación, implementación y evaluación del proyecto.

7,3 millones de personas han participado en las numerosas actividades de Arte y Cultura realizadas por la Fundación en España y Latinoamérica durante 2006

Arte y Tecnología

Arte y Cultura

Desde sus orígenes Fundación Telefónica viene promoviendo una intensa labor de difusión de la cultura y el arte contemporáneos, buscando la relación entre los valores de vanguardia artística e innovación tecnológica que ha caracterizado siempre el desarrollo de las telecomunicaciones, y con una atención reciente y muy especial a las creaciones del arte digital y su acceso y distribución a través de la Red.

En ese sentido, la primera tarea de Fundación Telefónica en materia de Arte y Tecnología es la gestión del patrimonio artístico del Grupo compuesto fundamentalmente por las siguientes colecciones:

- **Colección Histórica de Arte Español Contemporáneo.** Valorada por la crítica como uno de los ejemplos más relevantes del coleccionismo corporativo, está compuesta de un total de 84 piezas de artistas españoles de enorme prestigio internacional: Pablo Picasso, Luis Fernández, Eduardo Chillida y Antoni Tàpies.
- **Colección de Cubismo.** Un total de 41 cuadros cubistas del periodo 1912-1933, pertenecientes a 18 autores (Gleizes, Lhote, Marcoussis, Metzinger, Barradas, María Blanchard, Torres García, Xul Solar, etc.) y agrupados en torno a un excepcional conjunto de 11 obras de Juan Gris.
- **Colección de Fotografía Contemporánea.** 78 obras (276 piezas) de 48 autores internacionales (Bernd y Hilda Becher, Thomas Ruff, Thomas Struth, Vik Muniz, Helena Almeida, etc.) que reflejan el cambio de paradigma que desde los años 60 hasta la actualidad se produce en la cultura visual.

- **Archivo Histórico-Fotográfico de Telefónica.** Uno de los más importantes grupos de fotografía documental de la España del siglo XX, con cerca de 12.000 imágenes y una veintena de películas del periodo 1924-1931, realizadas por los más importantes reporteros gráficos españoles de la época: Alfonso, Luis Ramón Marín, etc.
- **Colección "Telos".** 418 obras de un total de 43 artistas: Antonio Saura, Luis Feito, Eduardo Úrculo, etc. La Colección surge en 1985 a partir de los originales expresamente encargados para su publicación como ilustraciones en la revista Telos, editada por Fundación.

La Fundación tiene por otra parte encomendada la gestión de la Colección Histórico Tecnológica de Telefónica y el correspondiente Museo de las Telecomunicaciones, uno de los más importantes del mundo en su especialidad.

Fundación Telefónica desarrolla además un intenso programa de exposiciones temporales de arte (con salas propias en Madrid, Santiago de Chile, Buenos Aires y Lima) que en el año 2006 ha supuesto un total de 579.200 visitantes.

Ars Virtual

Museo virtual dedicado al patrimonio cultural y que permite la visita interactiva y en 3D de casi 50 monumentos (Patrimonio Nacional, catedrales, iglesias y monasterios, Parques Naturales etc.) de España, Latinoamérica y Marruecos. En 2006 su portal de Internet recibió más de 3 millones de visitas directas e indirectas.

Gobierno Corporativo

El presente capítulo ofrece una versión resumida del Informe anual de Gobierno Corporativo de Telefónica S.A. correspondiente al ejercicio 2006.

Dicho Informe, que responde a las exigencias establecidas en la Circular 1/2004, de 17 de marzo, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, se publica con carácter anual y puede consultarse a través de la página web que la Compañía dedica a los accionistas e inversores

Propiedad

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

De acuerdo con la información disponible en la Compañía, no existe ninguna persona física o jurídica que, directa o indirectamente, aislada o conjuntamente, ejerza o pueda ejercer control sobre Telefónica. Existen, sin embargo, dos accionistas que son titulares, de forma directa e indirecta, de participaciones significativas, tal y como se muestra en el siguiente cuadro: La Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona (La Caixa), y el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA), con el 5,08% y el 6,43% del capital social, respectivamente.

Accionistas titulares de participaciones significativas

Nombre o el Denominación social	% total sobre el capital social
BBVA	6,43%
La Caixa	5,08%

El Gobierno Corporativo en el Grupo Telefónica

Principios de Gobierno Corporativo

Las reglas fundamentales del Gobierno Corporativo de Telefónica están contenidas en sus Estatutos Sociales, en el Reglamento de la Junta General de Accionistas y en el Reglamento del Consejo de Administración. El Reglamento de la Junta establece los principios de la organización y funcionamiento de ésta, ofreciendo al accionista un marco que garantice y facilite el ejercicio de sus derechos en relación con la Junta General en cuanto órgano soberano de la Compañía. Por otra parte, el Reglamento del Consejo de Administración, como norma fundamental en el Gobierno Corporativo de la Compañía, determina los principios de actuación del Consejo de Administración, regula su organización y funcionamiento, y fija las normas de conducta de sus miembros.

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

En relación con el interés social. El Consejo de Administración desarrolla sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Compañía y, en este sentido, actúa para garantizar la viabilidad de la Compañía a largo plazo y para maximizar su valor, ponderando además los intereses plurales legítimos, públicos o privados, que confluyen en el desarrollo de toda actividad empresarial.

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

el Consejo de Administración se compromete a garantizar un tratamiento igualitario en sus relaciones con los accionistas. De igual forma, la Compañía da a conocer toda la información de interés para los accionistas a través de su página web.

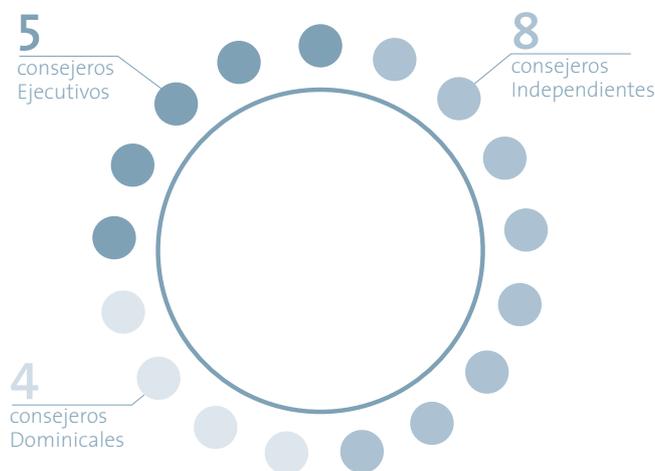
En relación con el mercado. El Consejo se compromete a realizar cuantos actos sean necesarios y a adoptar cuantas medidas sean precisas para asegurar la transparencia de la Compañía ante los mercados financieros, y para promover la correcta formación de los precios de las acciones de la Compañía, evitando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

El Consejo de Administración

El Reglamento del Consejo de Administración configura a éste, básicamente, como un órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, encomendando la gestión ordinaria de los negocios de la misma en favor de los órganos ejecutivos y del equipo de dirección. Además, y de acuerdo con lo establecido en el citado Reglamento, no podrán ser objeto de delegación aquellas facultades legal o estatutariamente reservadas al exclusivo conocimiento del Consejo, ni aquellas otras necesarias para un responsable ejercicio de su función básica de supervisión y control. De acuerdo con esto, y en el ámbito de sus funciones de supervisión y control, el Consejo de Administración (i) fija las estrategias y directrices de gestión de la Compañía, (ii) establece las bases de la organización corporativa en orden a garantizar la mayor eficiencia de la misma, (iii) implanta y vela por el establecimiento y el cumplimiento de adecuados procedimientos de información de la Compañía a los accionistas y a los mercados en general, (iv) adopta las decisiones procedentes sobre las operaciones empresariales y financieras de especial trascendencia para la Compañía, y (v) aprueba las bases de su propia organización y funcionamiento para el mejor cumplimiento de estas funciones.

Composición del Consejo de Administración

Abril 2007



Los Estatutos Sociales de Telefónica prevén que el Consejo de Administración esté compuesto por un mínimo de cinco y un máximo de veinte Consejeros. En el mes de abril de 2007, el Consejo de Administración estaba integrado por 17 Consejeros; 5 Consejeros ejecutivos, 4 Consejeros dominicales y 8 Consejeros independientes.

La Comisión Delegada del Consejo de Administración

El Consejo de Administración, siempre con sujeción a las disposiciones legales vigentes, tiene delegadas expresamente todas sus facultades y atribuciones, salvo aquellas legal o estatutariamente indelegables, en una Comisión Delegada con capacidad decisoria de ámbito general. Las relaciones entre el Consejo de Administración y su Comisión Delegada están basadas en un principio de transparencia, de forma que el Consejo tiene siempre conocimiento pleno de las decisiones adoptadas por esta Comisión. Así, el Consejo de Administración es informado en cada una de sus reuniones de todos los acuerdos adoptados por la Comisión Delegada, ratificándose aquellos que sean precisos. Por otro lado, la elección de los miembros del Consejo de Administración que vayan a configurar la composición de la Comisión Delegada debe contar con el respaldo de, al menos, dos tercios del Consejo de Administración.

Las Comisiones Consultivas o de Control del Consejo de Administración

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

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

Entre estas Comisiones destacan las siguientes:

La Comisión de Auditoría y Control, constituida en el año 1997 y regulada en los Estatutos Sociales y en el propio Reglamento del Consejo, bajo la presidencia de un Consejero independiente tiene, entre otras competencias: (i) conocer el proceso de información financiera y evaluar el sistema de verificación contable, (ii) velar por la independencia del auditor externo, supervisando sus trabajos y sirviendo de canal de comunicación entre el Consejo de Administración y el auditor externo; (iii) supervisar los servicios de auditoría interna y (iv) supervisar la adecuación e integridad de los sistemas internos de control sobre la información financiera.

Por otra parte, **la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno**, regulada en el Reglamento del Consejo e integrada en su totalidad por Consejeros independientes, tiene entre otras competencias las de (i) informar sobre las propuestas de nombramientos de Consejeros y Altos Directivos de la compañía y sus sociedades filiales, (ii) aprobar las bandas de retribuciones para los Altos Directivos de la Compañía, (iii) aprobar los contratos tipo para los altos directivos, (iv) determinar el régimen de retribuciones del Presidente, (v) informar y proponer al Consejo el régimen de retribuciones de los Consejeros y revisarlos de manera periódica, (vi) informar los planes de incentivos, (vii) realizar un examen anual de la política retributiva de los Consejeros y los Altos Directivos, (viii) informar sobre las propuestas de nombramiento de los miembros de las Comisiones del Consejo, (ix) elaborar y llevar un registro de las situaciones de los Consejeros y Altos Directivos de la Compañía, (x) elaborar el

Comisiones del Consejo de Administración de Telefónica

Comisión del Consejo de Administración	Consejeros externos	Consejeros ejecutivos	Nº de sesiones 2006
Comisión Delegada	4	4	19
Auditoría y Control	4	0	11
Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno	4	0	11
Regulación	3	1	11
Recursos Humanos y Reputación Corporativa	4	0	5
Calidad del Servicio y Atención Comercial	3	0	4
Asuntos Internacionales	5	0	3

Informe Anual de Gobierno Corporativo y (xi) ejercer aquellas otras competencias asignadas a dicha Comisión por el Consejo de Administración.

Además, el Consejo de Administración cuenta con cuatro Comisiones consultivas adicionales para el análisis y examen de aquellos temas que la compañía ha considerado de especial relevancia para la gestión del negocio, tales como regulación, responsabilidad corporativa, calidad y satisfacción al cliente. Dichas Comisiones, integradas en su mayoría por Consejeros externos, son las siguientes: la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa; la Comisión de Regulación; la Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial; y la Comisión de Asuntos Internacionales.

Los Consejeros

Nombramiento

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

Derechos y obligaciones

El Reglamento del Consejo describe con amplitud los derechos y las obligaciones de los Consejeros, detallando los deberes que dimanan 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. Por otra parte, el Reglamento del Consejo

recoge el derecho de los Consejeros a obtener la información y el asesoramiento necesario para el cumplimiento de sus funciones, así como el establecimiento de los cauces adecuados para su ejercicio. En este sentido, la Compañía adopta las medidas necesarias para asegurar que los Consejeros dispongan con la antelación precisa de la información suficiente, específicamente elaborada y orientada para preparar las sesiones del Consejo y de sus Comisiones. De conformidad con lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración, éste evalúa anualmente su funcionamiento y la calidad de sus trabajos con ocasión de la aprobación del Informe Anual de Gobierno Corporativo.

Política retributiva

Por lo que se refiere a la política de retribución de los Consejeros, ésta es propuesta, evaluada y revisada por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Buen Gobierno procurando que ésta sea acorde con la que se satisfaga en el mercado en compañías de similar tamaño y actividad. En la actualidad no existe en Telefónica ningún sistema de remuneración referenciado al valor de cotización de las acciones o que conlleve la entrega de acciones o de derechos de opción sobre acciones, destinado a los Consejeros externos. 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, consignando la que individualizadamente corresponde a cada uno de los cargos del Consejo y sus Comisiones. Toda la información acerca de la estructura del Gobierno Corporativo de la Compañía se encuentra disponible en la web de Telefónica en Información para accionistas e inversores.

Transparencia de la información a los accionistas

Normativa de Información a los Mercados

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

Auditor Externo

La Comisión de Auditoría y Control tiene entre sus competencias fundamentales proponer al Consejo de Administración, para su sometimiento a la Junta General de Accionistas, la designación del Auditor de Cuentas, así como, en su caso, sus condiciones de contratación, el alcance de su mandato profesional y la renovación o no de su nombramiento. Por su parte, el Auditor Externo tiene acceso directo a la Comisión de Auditoría y Control, participando en sus reuniones, sin la presencia del equipo gestor cuando esto pudiera ser necesario. De acuerdo con la normativa interna de la Compañía, y en línea con las exigencias legales impuestas por la normativa española y americana, la contratación de cualquier servicio con el Auditor Externo de la Compañía debe contar siempre con la aprobación previa de la Comisión de Auditoría y Control. Esta contratación de servicios distintos de los de la propia auditoría de cuentas española se realiza con un estricto cumplimiento de la Ley de Auditoría de Cuentas y de la Ley Sarbanes-Oxley y su normativa de desarrollo. En este sentido, el importe de los trabajos distintos a los de auditoría sobre el total facturado por la firma auditora fue del 2,2% en el ejercicio 2006.

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

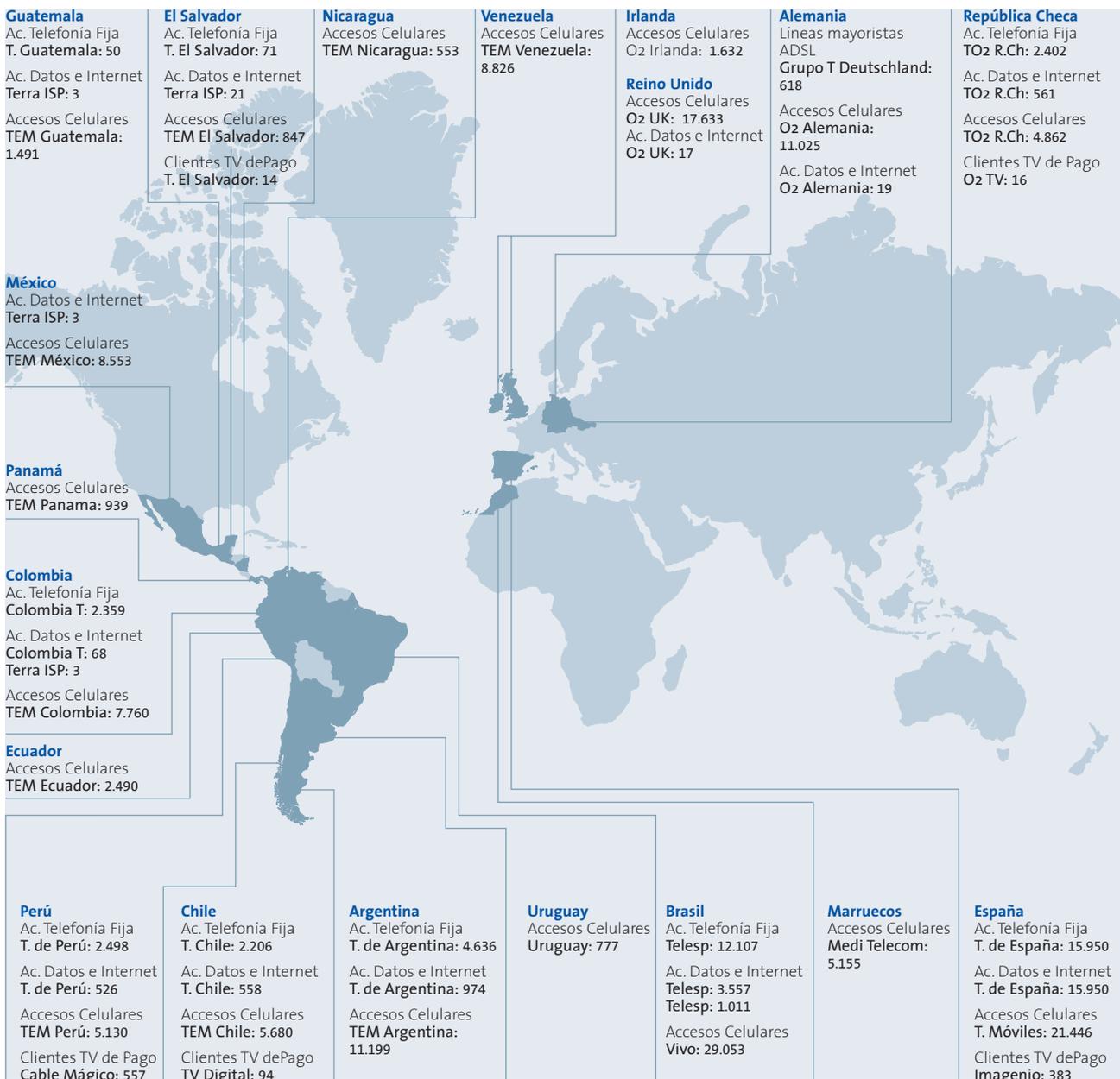
	Tipo de Consejero	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones, Buen Gobierno	Recursos Humanos y Reputación Corporativa	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Asuntos Internacionales
César Alierta Izuel (Presidente)	●	●						
Isidro Fainé Casas (Vicepresidente)	●	○						
Gregorio Villalabeitia Galarraga (Vicepresidente)	●	○	○			○		○
Fernando de Almansa Moreno-Barreda	○					○		●
José María Álvarez-Pallete	●							
David Arculus	○							
Maximino Carpio García	○	○	●	○				
Carlos Colomer Casellas	○	○					○	
Peter Erskine	●	○						
Alfonso Ferrari Herrero	○			●	○			○
Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	○		○	○			●	○
Pablo Isla Álvarez de Tejera	○			○	●			
Julio Linares López	●	○				○		
Antonio Massanell Lavilla	●		○		○		○	
Vitalino Manuel Nafría Aznar	●							
Enrique Used Aznar	○				○	●		○
Antonio Viana-Baptista	●	○						
Secretario no Consejero								
Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies								
Vicesecretario no Consejero								
Antonio Hornedo Muguero								

● Ejecutivo ● Dominical ○ Independiente ● Presidente ○ Vocal

Resultados enero - diciembre 2006

Grupo Telefónica: tamaño de mercado

Datos en miles



Grupo Telefónica accesos

Datos no auditados (Miles)

enero-diciembre

	2006	2005	% Var
Accesos Clientes Finales	200.700,7	151.669,6	32,3
Accesos de telefonía fija ¹	42.340,7	40.859,9	3,6
Accesos de datos e internet	12.170,9	11.002,6	10,6
Banda estrecha	3.997,7	5.166,9	(22,6)
Banda ancha ²	7.974,8	5.653,0	41,1
Otros ³	198,4	182,7	8,6
Accesos celulares	145.125,1	99.124,0	46,4
TV de Pago	1.064,0	683,2	55,7
Accesos Mayoristas	2.479,4	1.827,4	35,7
Bucle Alquilado	962,2	441,7	117,8
Bucle Compartido	527,7	279,0	89,1
Bucle Desagregado	434,5	162,7	167,1
Mayorista ADSL ⁴	1.288,6	1.330,1	(3,1)
Otros ⁵	228,6	55,6	n.s.
Total Accesos	203.180,2	153.497,0	32,4

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 conexiones en régimen de reventa minorista correspondientes a T. Deutschland.

⁵ Circuitos cuyo cliente final son operadoras.

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

Principales Aspectos Destacados

Los aspectos más destacados de los resultados del Grupo Telefónica en el ejercicio 2006 son los siguientes:

- El Grupo Telefónica se consolida como la operadora incumbente europea con la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad:
 - Los ingresos crecen un 41,5% en el año hasta 52.901 millones de euros. En el cuarto trimestre el crecimiento interanual asciende al 37,4%.
 - El beneficio neto básico por acción aumenta el 42,9% hasta 1,304 €/acción.
- El beneficio neto alcanza una cifra récord histórica en 6.233 millones de euros frente a 4.446 millones de euros del ejercicio 2005 (+40,2%).
- El mayor perfil de crecimiento del Grupo Telefónica viene sustentado por el sólido crecimiento de la base de clientes, gracias a la intensa actividad comercial desarrollada durante todo el ejercicio, y en especial en el cuarto trimestre:
 - La base de accesos totales se sitúa en 203,2 millones, un 32,4% más que a diciembre de 2005.
 - Los Dúos y Tríos del Grupo Telefónica superan a cierre del ejercicio los 3 millones.

- Sólo en el cuarto trimestre la ganancia neta de accesos ha superado los 7,3 millones, de los que más de 6,6 millones corresponden a telefonía móvil, casi 700.000 a banda ancha minorista y cerca de 200.000 a TV de pago.
- El crecimiento orgánico¹ de los ingresos alcanza el 7,8%, a la cabeza del sector.
- La continua eficiencia en la gestión integrada de las operaciones, la optimización de costes y las sinergias obtenidas consiguen que:
 - El OIBDA aumente un 27,0% respecto a enero-diciembre 2005.
 - La generación libre de caja (OIBDA-CapEx) crezca un 12,3% respecto a 2005 y totalice 11.122 millones de euros, a pesar del mayor esfuerzo inversor.

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2005 y el Grupo O2 en febrero-diciembre 2005. Excluye la consolidación de Telefónica Telecom (anteriormente denominada Colombia Telecom) en mayo-diciembre 2006 e Iberbanda en julio-diciembre 2006.

² Objetivos 2006 asumen tipos de cambios constantes a 2005. Las cifras base publicadas incluyen seis meses de Telefónica O2 República Checa (consolidada desde julio 2005) e incluyen TPI como operación en discontinuación. Excluyen cambios en el perímetro de consolidación con la excepción del Grupo O2 (incluido en febrero-diciembre 2006). Para el cálculo de los objetivos, el OIBDA y OI excluyen otros ingresos/gastos excepcionales no previsible en 2006. Reestructuraciones de plantilla y Programa Inmobiliario están incluidos como ingresos/gastos operativos. Con objeto de la comparación, otros ingresos/gastos excepcionales registrados en 2005 son también eliminados de los datos publicados. La asignación del fondo de comercio procedente de la compra de O2 no se ha considerado en el cálculo del objetivo del OI.

- El Grupo Telefónica cumple e incluso supera los objetivos financieros fijados para 2006³ en términos de ingresos, OIBDA y OI:
 - Los ingresos³ crecen un 38,8%, confirmando el objetivo de crecimiento “superior al 37%” revisado al alza desde el rango inicial del +34%/+37%.
 - El OIBDA³ aumenta un 28,9%, en la parte alta del rango anunciado (+26%/+29%).
 - El crecimiento del OI³ se sitúa en el 29,2%, dentro del rango comunicado (+26%/+30%).
- Tras la rápida integración de las últimas adquisiciones realizadas, el Grupo presenta un mejor perfil de diversificación geográfica:
 - Latinoamérica y Europa representan ya un 61,2% de los ingresos totales y un 55,6% del OIBDA total.
 - España reduce su contribución a los ingresos consolidados hasta el 37,9% y en el OIBDA consolidado al 43,8%.
- Política de retribución al accionista más atractiva:
 - Dividendo a cuenta de 0,3 €/acción con cargo a los resultados del ejercicio 2006 y 0,3 €/acción a pagar en el primer semestre de 2007.
 - Programa de recompra de acciones que se completará hasta final de 2007 por valor de 2.700 millones de euros (a 31/12/06 la autocartera ascendía a un 1,5% del capital social).

³ Objetivos 2006 asumen tipos de cambios constantes a 2005. Las cifras base publicadas incluyen seis meses de Telefónica O2 República Checa (consolidada desde julio 2005) e incluyen TPI como operación en discontinuación. Excluyen cambios en el perímetro de consolidación con la excepción del Grupo O2 (incluido en febrero-diciembre 2006). Para el cálculo de los objetivos, el OIBDA y OI excluyen otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2006. Reestructuraciones de plantilla y Programa Inmobiliario están incluidos como ingresos/gastos operativos. Con objeto de la comparación, otros ingresos/gastos excepcionales registrados en 2005 son también eliminados de los datos publicados. La asignación del fondo de comercio procedente de la compra de O2 no se ha considerado en el cálculo del objetivo del OI.

Resultados Consolidados

Los resultados obtenidos por el Grupo Telefónica y los comentarios de gestión incluidos en este informe se presentan atendiendo a las actuaciones llevadas a cabo por las distintas líneas de actividad que existen en el Grupo y que constituyen las unidades sobre las cuales se efectúa la gestión de estos negocios. Ello supone una presentación de los resultados basada en la gestión real de los distintos negocios en los que el Grupo Telefónica está presente, en lugar de atender a la estructura jurídica que conforman las sociedades participadas.

En este sentido, se presentan cuentas de resultados por negocios que presuponen, básicamente, que cada una de las líneas de actividad participa en las sociedades que el Grupo posee en el negocio correspondiente, con independencia de la estructura jurídica.

Debe destacarse que esta presentación por negocios, en ningún caso altera los resultados totales obtenidos por el Grupo Telefónica y que dichos resultados son incorporados desde la fecha de adquisición efectiva de la participación por el Grupo.

A partir del primer trimestre de 2007 y de acuerdo a la aprobación el 26 de julio de 2006 en el Consejo de Administración de la adecuación de la estructura directiva de la Compañía a un nuevo modelo de gestión regional e integrada, los resultados consolidados del Grupo Telefónica se presentarán con la información segmentada por unidades de negocio: Telefónica España, Telefónica Europa y Telefónica Latinoamérica. En uno de los anexos de este documento, se publican las cuentas de resultados de 2006 bajo este nuevo modelo.

Los resultados del Grupo Telefónica de España y del Grupo Telefónica Latinoamérica incorporan los resultados de las operaciones de Terra Networks desde el 1 de enero de 2005. De esta forma, los resultados de Terra España, Azeler y Maptel se incorporan en el Grupo Telefónica de España, mientras que los resultados de Terra en Latinoamérica se incluyen en el Grupo Telefónica Latinoamérica.

A partir del 1 de febrero de 2006 los resultados del Grupo O2 se integran en la línea de actividad Telefónica O2 Europa. Esta línea de actividad está constituida por los activos del Grupo O2, Telefónica O2 República Checa (en el período julio-diciembre 2005 era una línea de actividad independiente) y Telefónica Deutschland (en 2005 estaba incluida en Otras sociedades del Grupo Telefónica).

Desde el 1 de mayo de 2006 los resultados de Colombia Telecom (a partir de noviembre 2006 cambia su denominación por Telefónica Telecom) se incorporan en el Grupo Telefónica Latinoamérica.

Desde el 1 de julio de 2006 los resultados de Iberbanda se incorporan en el Grupo Telefónica de España.

En el último trimestre del ejercicio se incluyen los resultados de Telefónica O2 Eslovaquia en Telefónica O2 Europa.

Consecuencia del proceso de venta de Telefónica en TPI, los resultados del Grupo Telefónica en 2005 y 2006 se presentan con el Negocios de Directorios como operación en discontinuación, de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Los resultados del ejercicio 2006 consolidan al Grupo Telefónica como la operadora europea incumbente que presenta la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad de la industria.

El crecimiento diferencial tiene lugar en todas las partidas de la cuenta de resultados, desde los ingresos, que crecen un 41,5% respecto al año anterior, hasta el beneficio neto básico por acción, que aumenta un 42,9% (1,304 euros por acción). De esta forma, el Grupo Telefónica ha obtenido en el ejercicio 2006 una cifra histórica récord de beneficio neto (6.233 millones de euros), un 40,2% superior al obtenido en 2005.

Al mismo tiempo, el ejercicio 2006 se caracteriza por la rápida y exitosa integración de las últimas adquisiciones realizadas, entre otras el Grupo O2 y Telefónica Telecom. Así, la eficiencia en la gestión integrada, la optimización de costes y las sinergias ya alcanzadas se han traducido en un crecimiento del OIBDA del 27,0% y de la generación de caja (OIBDA-CapEx) del 12,3% hasta totalizar 11.122 millones de euros. Todo ello se ha logrado a pesar del importante gasto comercial realizado, que ha permitido elevar la base de accesos totales a 203,2 millones a cierre del ejercicio.

La evolución de los resultados ha permitido que el Grupo Telefónica haya cumplido e incluso superado los objetivos financieros fijados para el ejercicio 2006. Así, el crecimiento del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) se sitúa en el 38,8%, confirmando el crecimiento "superior al 37%"; el incremento del Resultado Operativo antes de Amortizaciones (OIBDA) es del 28,9%, en línea con el objetivo de la parte alta del rango anunciado (+26%/+29%); el Resultado Operativo (OI) aumenta un 29,2%, dentro del rango proporcionado (+26%/+30%).

Durante el año 2006 se ha anunciado una nueva política de remuneración al accionista a largo plazo más atractiva y competitiva, que tiene como objetivos para el ejercicio 2009 el duplicar el beneficio por acción y el dividendo, partiendo de las cifras de 0,91 euros y 0,5 euros por acción correspondientes al ejercicio 2005. En este sentido, se ha abonado un dividendo a cuenta de 0,3 euros por acción el 10 de noviembre de 2006 con cargo a los resultados del ejercicio 2006. Esta remuneración se complementará con otra de 0,3 euros por acción a pagar en el primer semestre de 2007. El programa de recompra de acciones por valor de 2.700 millones de euros se completará antes del final de 2007 y las acciones serán canceladas. A 31 de diciembre de 2006, la Compañía contaba con 75.632.559 acciones en autocartera, equivalente al 1,5% del capital social actual.

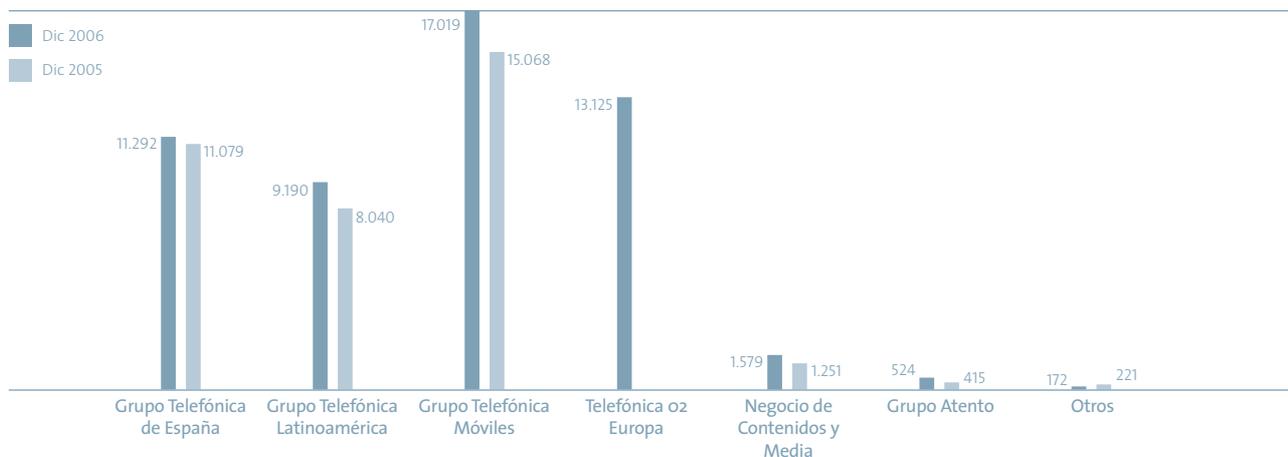
Los accesos totales del Grupo Telefónica a cierre de 2006 ascienden a 203,2 millones (+32,4% interanual) consecuencia tanto de la fuerte actividad comercial llevada a cabo como del dinamismo de los mercados de operaciones, lo que ha permitido mantener nuestra posición competitiva. Durante el cuarto trimestre han destacado las campañas de Navidad, especialmente en banda ancha, telefonía móvil y en la extensión de la oferta de servicios paquetizados de voz, ADSL y TV. Por geografías, los accesos en España alcanzan 44,2 millones (41,8 millones en 2005), en Latinoamérica 114,7 millones (98,8 millones a diciembre 2005) y en Europa 39,2 millones (8,8 millones a cierre de 2005).

A diciembre de 2006, los accesos celulares gestionados por el Grupo Telefónica se sitúan en 145,1 millones (99,1 millones en 2005 y 138,4 en septiembre 2006), destacando el buen nivel de captación y retención de clientes de valor realizado en las distintas operadoras. En España, tras registrar una ganancia neta superior a los 426.000 clientes en el último trimestre del año y

¹ Objetivos 2006 asumen tipos de cambios constantes a 2005. Las cifras base publicadas incluyen seis meses de Telefónica O2 República Checa (consolidada desde julio 2005) e incluyen TPI como operación en discontinuación. Excluyen cambios en el perímetro de consolidación con la excepción del Grupo O2 (incluido en febrero-diciembre 2006). Para el cálculo de los objetivos, el OIBDA y OI excluyen otros ingresos/gastos excepcionales no previsibles en 2006. Reestructuraciones de plantilla y Programa Inmobiliario están incluidos como ingresos/gastos operativos. Con objeto de la comparación, otros ingresos/gastos excepcionales registrados en 2005 son también eliminados de los datos publicados. La asignación del fondo de comercio procedente de la compra de O2 no se ha considerado en el cálculo del objetivo del OI.

Ventas a terceros por línea de actividad

Datos en millones de euros



1,6 millones en el ejercicio, el parque totaliza 21,4 millones. En Latinoamérica, el parque de cliente alcanza los 83,3 millones, con una ganancia neta en el cuarto trimestre de 4,5 millones y de 12,8 millones en el año. En Europa, la ganancia neta trimestral supera los 824.000, situando el parque en 35,2 millones. Por último, en Marruecos el parque crece respecto al año anterior un 28,1% hasta 5,2 millones.

A final de ejercicio, el Grupo Telefónica cuenta con 8,0 millones de accesos minoristas a Internet de banda ancha, lo que supone un incremento interanual del 41,1% y del 9,5% respecto a septiembre de 2006. La oferta de servicios paquetizados de voz, ADSL y TV está siendo determinante para dicho crecimiento en España y Latinoamérica y como instrumento de fidelización de nuestros clientes. En España, los 3,7 millones de accesos (3,4 millones a septiembre 2006 y 2,7 millones a diciembre 2005) suponen una cuota de mercado estimada en banda ancha del 56%. Latinoamérica cuenta con 3,8 millones, un 40,0% más que en diciembre de 2005 y un 8,1% más que a septiembre 2006.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Telefónica alcanza en 2006 los 52.901 millones de euros, un 41,5% superior al registrado en 2005. De este crecimiento, la incorporación del Grupo O2, Telefónica O2 República Checa, Telefónica Telecom e Iberbanda aportan 32,1 p.p. (+32,4 p.p. a septiembre) y el impacto positivo de los tipos de cambio, aunque es decreciente a lo largo del ejercicio, contribuye con 1,6 p.p. (+3,2 p.p. a septiembre). El crecimiento orgánico² se situaría en el 7,8% (0,3 p.p. superior al obtenido en los nueve primeros meses del ejercicio), apoyado en la contribución positiva de todos los negocios, destacando Móviles Latinoamérica y el Grupo O2, unido a la solidez del negocio fijo, por la aportación creciente de la banda ancha.

El Grupo Telefónica Móviles, con unos ingresos de 18.403 millones de euros registra un crecimiento interanual del 11,4% (+11,2% en euros constantes). Telefónica Móviles España cierra el ejercicio con un aumento de las ventas respecto a 2005 del 4,1% fundamentalmente por el buen comportamiento de los ingresos por servicio (+4,5%) ante los mayores ingresos de clientes (+6,5%), que crecen en línea con el parque de clientes (+7,8%). En el cuarto trimestre se produce una aceleración en los ingresos de Telefónica Móviles España (+5,4%) respecto al tercer trimestre (+5,1%) por la mayor venta de terminales que se produce durante la campaña de Navidad.

En Telefónica Móviles Latinoamérica, los ingresos crecen respecto a 2005 un 19,9% (+19,4% sin el efecto tipo de cambio), destacando las aportaciones de Venezuela (+45,7% en moneda local), Argentina (+32,5% en moneda local) y México (+28,2% en moneda local).

Telefónica O2 Europa, que integra los activos del Grupo O2 desde el 1 de febrero de 2006 y de Telefónica O2 República Checa y Telefónica Deutschland desde el 1 de enero de 2006, contribuye a los ingresos consolidados de 2006 con 13.159 millones de euros. En un entorno competitivo muy dinámico y exigente, los ingresos por servicio en O2 Reino Unido continúan mostrando un fuerte crecimiento (+14,7% en moneda local) sostenidos por el aumento de la base de clientes y del ARPU, mientras que en O2 Alemania el incremento interanual es del 6,7%. En Telefónica O2 República Checa, los ingresos aumentan sobre 2005 un 0,4% en moneda local (incluyendo otros ingresos recurrentes) gracias al crecimiento de la telefonía móvil (+6,1% en moneda local).

² Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2005 y el Grupo O2 en febrero-diciembre 2005. Excluye la consolidación de Telefónica Telecom en mayo-diciembre 2006 y Iberbanda en julio-diciembre 2006.

Los ingresos del Grupo Telefónica de España ascienden a 11.964 millones de euros en el periodo enero-diciembre 2006 y crecen un 1,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Los mayores ingresos de Internet y Banda ancha (+26,2%), Datos (+4,4%) y Tecnologías de la Información (+19,9%) más que compensan los menores ingresos por acceso tradicional (-2,1%) y servicios de voz tradicional (-5,7%).

El Grupo Telefónica Latinoamérica totaliza unos ingresos en el conjunto del año 2006 de 9.537 millones de euros, un 14,2% más que en 2005 en euros corrientes, desacelerándose respecto a septiembre (+17,5%) fundamentalmente por el menor efecto positivo de los tipos de cambio (+6,0 p.p. a diciembre frente a +10,2 p.p. a septiembre). En euros constantes y eliminando los ingresos de Telefónica Telecom desde el 1 de mayo de 2006 (398 millones de euros), el aumento interanual de los ingresos alcanza el 3,5%. TASA, con un crecimiento en moneda local del 13,6%, es la operadora que mayor crecimiento aporta, seguida de Telesp (+1,5% en moneda local si bien ralentiza su crecimiento respecto a septiembre: +2,1%), TdP (+2,6% en moneda local) y Telefónica Chile (+0,2% en moneda local). Los ingresos de las operadoras se han apoyado en la mayor aportación de Internet y banda ancha que permiten compensar, en parte, los menores ingresos procedentes del negocio tradicional.

Además de la diversificación de los ingresos por negocios que se ha puesto de manifiesto, es importante destacar la diversidad geográfica de los mismos. A diciembre de 2006, España representa un 37,9% de los ingresos consolidados (13,6 p.p. menos que en 2005), Latinoamérica un 34,7% (-6,9 p.p. respecto al año anterior) y Europa un 26,5% (20,9 p.p. más que hace doce meses por la incorporación del Grupo O2 desde el mes de febrero). Brasil disminuye su peso sobre las ventas totales hasta el 14,4% (18,4%

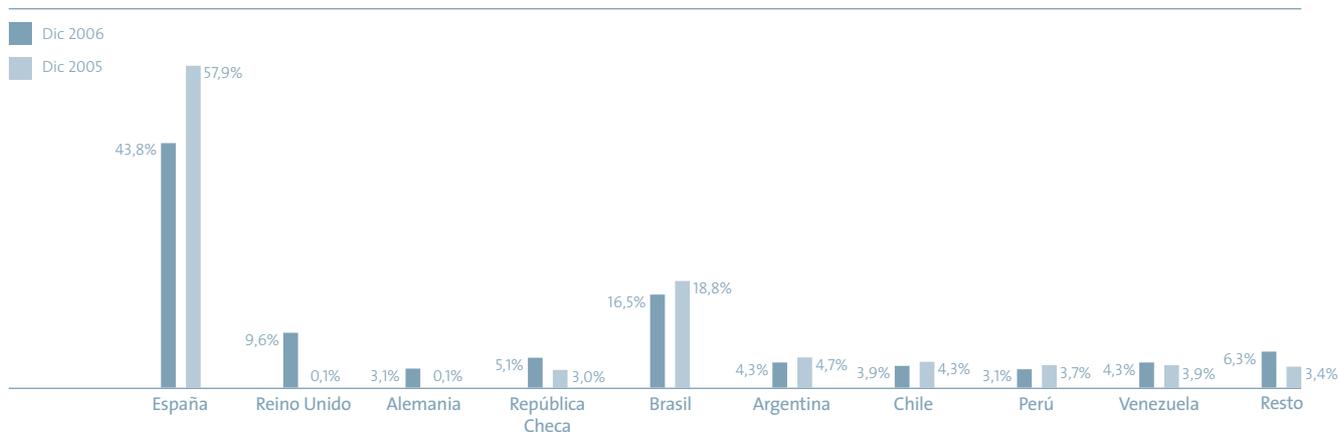
a diciembre 2005), mientras que Reino Unido pasa a tener una participación del 12,8% (0,5% el ejercicio anterior) y Alemania un 6,4% (1,0% hace doce meses).

Los gastos por operaciones del Grupo Telefónica en el ejercicio 2006 ascienden a 34.386 millones de euros y registran un aumento interanual del 49,7%, ligeramente superior al acumulado a septiembre (+47,8%). El mayor nivel de costes respecto al año anterior se justifica por la incorporación al perímetro de consolidación de nuevas operadoras y el mayor esfuerzo comercial realizado en los mercados de actividades, principalmente en la telefonía móvil, en un contexto de esfuerzo continuo en lograr la máxima eficiencia en la estructura de costes.

Los aprovisionamientos del ejercicio aumentan respecto a 2005 un 66,3% (+65,0% eliminando el efecto tipo de cambio) hasta 16.629 millones de euros. Esta variación se explica por los cambios en el perímetro de consolidación, principalmente el Grupo O2, por Telefónica Móviles Latinoamérica por las mayores compras de terminales y por Telefónica Latinoamérica ante los mayores gastos de interconexión. Respecto a septiembre el crecimiento se reduce en 1,6 p.p. en moneda constante de 2005.

En el periodo enero-diciembre 2006 los gastos de personal totalizan 7.622 millones de euros y presentan un crecimiento interanual del 37,8% (+36,6% en euros constantes). La plantilla promedio se incrementa en 36.752 empleados hasta 227.137 empleados por la incorporación del Grupo O2 y el incremento en el Grupo Atento (+20,1% excluyendo Atento hasta 127.364). Adicionalmente, es importante señalar que la provisión respecto al E.R.E. del Grupo Telefónica de España asciende a 982 millones de euros. De este importe, 479 millones de euros corresponden a la provisión de 1.542 empleados previstos inicialmente para 2006

OIBDA por países



y 503 millones de euros asociados al adelanto del plazo de adhesión de 1.762 empleados del ERE 2007 al 21 de septiembre de 2006. Durante el último trimestre del año, los gastos de personal aceleran su tendencia de crecimiento (+72,2% vs. +26,1% a septiembre) debido fundamentalmente a dos razones; 1) gasto por reestructuración de plantilla por el adelanto del plazo de adhesión al ERE 2007 correspondiente a 1.762 empleados y 2) Plan de Previsión Social de Directivos en el Grupo Telefónica, por el que se registra un gasto correspondiente a las aportaciones ordinarias a dicho plan en 2006 por importe de 21 millones de euros, y correspondiente a las aportaciones extraordinarias de 113 millones de euros.

Los gastos por servicios exteriores acumulados a cierre del ejercicio (9.230 millones de euros) aumentan un 38,6% interanual (+36,9% en euros constantes) fundamentalmente por la incorporación del Grupo O2 (donde se produce un fuerte esfuerzo comercial), por Telefónica Móviles Latinoamérica (mayores costes comerciales, de publicidad y red) y por Telefónica Móviles España (gastos de gestión de clientes). Respecto a los nueve primeros meses (+33,3% eliminado el impacto por tipo de cambio) se produce una aceleración en estos gastos por la mayor actividad comercial en el Grupo Telefónica de España y Telefónica Móviles España, unido a los mayores gastos en O2 Alemania y Telefónica O2 República Checa (costes relativos al lanzamiento de operaciones en O2 Eslovaquia y de cambio de marca). Por lo que respecta al resultado por enajenación de activos, a diciembre totaliza 236 millones de euros frente a los 250 millones de euros devengados el ejercicio anterior. El importe contabilizado en 2006 corresponde, en su mayor parte, a la venta de acciones de Sogecable (6,6% del capital social) en la OPA lanzada por el Grupo Prisa y la plusvalía por la enajenación de activos inmobiliarios en el Grupo Telefónica de España.

El OIBDA consolidado del Grupo Telefónica en enero-diciembre 2006 totaliza 19.126 millones de euros, un 27,0% superior al obtenido en el mismo periodo del 2005. El efecto positivo de los tipos de cambio aporta 1,8 p.p. al crecimiento (+3,3 p.p. a septiembre). La variación orgánica³ se situaría en el 2,8%. Si excluimos la provisión por el adelanto del plazo de adhesión al ERE 2007 correspondiente a 1.762 empleados y el Plan de Previsión Social de Directivos, el crecimiento orgánico del OIBDA ascendería al 6,4%. En términos de margen sobre ingresos, a cierre del ejercicio se sitúa en el 36,2%, presentando una caída interanual de 4,1 p.p., impactado fundamentalmente por la incorporación desde el mes de febrero del Grupo O2, con un margen inferior.

El Grupo Telefónica Móviles representa un 33,7% del OIBDA total y alcanza en los doce meses del año 6.443 millones de euros y aumenta un 10,8% sobre el mismo periodo de 2005 (+10,7% en euros constantes). En Telefónica Móviles España, a pesar de la alta actividad comercial realizada, el OIBDA (4.128 millones de euros) se sitúa prácticamente en línea con el del año anterior y el margen OIBDA alcanza el nivel de 44,9% frente a 46,7% en 2005. Por su parte, Telefónica Móviles Latinoamérica alcanza un OIBDA de 2.429 millones de euros y registra un fuerte crecimiento interanual del 38,5% (+38,3% eliminando el efecto tipo de cambio) principalmente por las menores pérdidas de Telefónica Móviles México (-10 millones de euros en 2006 vs. -159 millones de euros en 2005) y la mayor eficiencia obtenida en la gestión regional. Asimismo, Telefónica Móviles Latinoamérica registra una mejora interanual del margen sobre ingresos de 3,5 p.p. hasta 26,3% (24,7% a septiembre).

³ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2005 y el Grupo O2 en febrero-diciembre 2005. Excluye la consolidación de Telefónica Telecom en mayo-diciembre 2006, Iberbanda en julio-diciembre 2006 y Telefónica O2 Eslovaquia en octubre-diciembre 2006.

El OIBDA del Grupo Telefónica de España (23,9% del OIBDA consolidado) se sitúa en 4.572 millones de euros y registra una caída del 4,4% sobre el obtenido en 2005, al haber presentado un descenso interanual en el cuarto trimestre del 37,3% debido a la provisión dotada por la reestructuración de plantilla. De esta forma, el margen OIBDA alcanza el 38,2%, si bien eliminando el efecto del E.R.E. en ambos periodos ascendería al 46,4%, 0,6 p.p. mejor que el año anterior.

En el Grupo Telefónica Latinoamérica, el OIBDA representa un 22,0% del OIBDA total, y asciende en el ejercicio 2006 a 4.209 millones de euros (+11,7% sobre 2005). Excluyendo la aportación positiva de los tipos de cambio (+6,1 p.p. vs. +10,4 p.p. a septiembre) y de Telefónica Telecom (203 millones de euros), el crecimiento se reduce al 0,3% (+3,3% eliminando el resultado por enajenación de activos en ambos periodos). El margen OIBDA, sin tener en cuenta Telefónica Telecom y el resultado por enajenación de activos, es del 42,0% frente al 43,8% con el que terminó 2005.

Telefónica O2 Europa aporta 3.708 millones de euros al OIBDA consolidado, lo que significa un 19,4% del OIBDA consolidado. El Grupo O2 aporta un OIBDA de 2.773 millones de euros en los once primeros meses del año. En O2 UK el margen sobre ingresos se ha reducido 0,9p.p. respecto a febrero-diciembre 2005 hasta el 28,4% reflejando el elevado ritmo de crecimiento de clientes. O2 Alemania alcanza un margen OIBDA del 20,7%, 1 p.p. inferior que al registrado en febrero-diciembre 2005. Por lo que respecta a Telefónica O2 República Checa, totaliza un OIBDA en el ejercicio de 985 millones de euros y el margen OIBDA se sitúa en el 45,8%. A cierre del ejercicio 2006, el OIBDA por áreas geográficas también refleja una mayor diversificación que el ejercicio anterior, al reducirse la aportación de España al OIBDA consolidado al 43,8%, 14,1 p.p. inferior a la contribución de hace

doce meses, aumentarse la de Europa hasta el 20,0% (6,1% a diciembre 2005) y mantenerse prácticamente estable la de Latinoamérica (35,6% en 2006 vs. 36,6% en 2005).

La amortización del inmovilizado totaliza 9.704 millones de euros en el ejercicio 2006 y presenta un crecimiento interanual del 45,0%. Este aumento se explica por la incorporación del Grupo O2 desde el mes de febrero y la amortización del valor asignado a los activos en el proceso de asignación del precio de compra del Grupo O2 (861 millones de euros en febrero-diciembre 2006) y Telefónica O2 República Checa (155 millones de euros en enero-diciembre 2006). La variación orgánica⁴ de la amortización del inmovilizado sería del 8,1% (+9,1% en los nueve primeros meses del año).

El resultado operativo aumenta un 12,7% respecto al período enero-diciembre 2005 hasta alcanzar 9.421 millones de euros. A nivel orgánico⁴, el resultado operativo presenta una caída del 2,0% (+6,2% a septiembre), si bien aislando la provisión por el adelanto del plazo de adhesión al ERE 2007 correspondiente a 1.762 empleados y el Plan de Previsión Social de Directivos crecería un 4,8%.

El resultado de las sociedades por puesta en equivalencia se sitúa en 77 millones de euros en los doce meses del año, cambiando de signo respecto a 2005 (-128 millones de euros) cuando se registró en el cuarto trimestre un saneamiento del valor remanente de la licencia de UMTS de IPSE. El resultado positivo de 2006 se produce fundamentalmente por la mayor contribución de Portugal Telecom.

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2005 y el Grupo O2 en febrero-diciembre 2005. Excluye la consolidación de Telefónica Telecom en mayo-diciembre 2006, Iberbanda en julio-diciembre 2006 y Telefónica O2 Eslovaquia en octubre-diciembre 2006.

Los costes financieros de 2006 ascendieron a 2.734 millones de euros, un 68,0% superiores a los de 2005. Si se excluyen los resultados debidos a las diferencias de cambio, las cifras serían de 2.795 millones de euros en 2006 y 1.793 millones de euros en 2005, con lo que se observaría un aumento del 55,9% en los costes financieros ajustados de 2006 respecto de 2005. Este incremento resulta de dos factores contrapuestos. Por una parte, la subida del 83,9% de la deuda neta media total (54.315 millones de euros a 31 de diciembre de 2006, incluyendo los compromisos por prejubilaciones) conllevaría un incremento de 1.372 millones de euros. Por otra parte, los gastos financieros se han visto minorados en 369 millones de euros como consecuencia de una reducción de 47 millones de euros en el gasto asociado a las posiciones contabilizadas a valor de mercado, y por la reducción de 109 p.b. en el coste medio de la deuda del Grupo (año 2006 vs año 2005) ahorrando 322 millones de euros, debido principalmente a que el incremento de deuda figura a tipos de interés inferiores a la media de 2005. La cifra de gastos financieros del 2006 supone un coste medio del 5,0% sobre la deuda neta media total del año, y un 5,1% si se excluyen los resultados por tipo de cambio.

El flujo de caja libre generado por el Grupo Telefónica a lo largo del 2006 ha ascendido a 8.916 millones de euros, de los cuales 2.401 millones de euros han sido dedicados a compra de autocartera de Telefónica S.A., 2.627 millones de euros al pago de dividendo y 830 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el grupo, fundamentalmente derivados de programas de reducción de plantilla. Dado que las inversiones financieras en el período (neto de desinversiones inmobiliarias y de la caja de O2, Telefónica Telecom y TPI en el momento de la compra/venta) han ascendido a 21.550 millones de euros, fundamentalmente por la adquisición de O2 (ya

iniciada en 2005 mediante la compra de acciones en el mercado bursátil), ha sido necesario incrementar la deuda financiera neta en 18.492 millones de euros. A ello hay que sumar otros 3.586 millones de euros por variaciones del perímetro de consolidación y otros efectos sobre cuentas financieras (principalmente por la incorporación de la deuda bruta de O2 y Telefónica Telecom) minorados por la depreciación de la deuda por efecto de tipo de cambio. Esto arroja un incremento total de 22.078 millones de euros con respecto a la deuda consolidada a finales del ejercicio 2005 (30.067 millones de euros), situando la deuda financiera neta del Grupo Telefónica al cierre de 2006 en 52.145 millones de euros.

La provisión por impuestos devengada en el ejercicio 2006 asciende a 1.781 millones de euros, lo que implica una tasa impositiva del 26,3% 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 2006 la tasa impositiva se ha visto afectada por varias cuestiones, de signo contrario. Por una parte, la modificación parcial de la ley del Impuesto sobre Sociedades en España, que supone una reducción del tipo impositivo actual (35%), quedando fijado para los ejercicios finalizados a partir del 1 de enero de 2007 hasta el 32,5%, y para los ejercicios terminados a partir del 1 de enero de 2008 hasta el 30%, supondrá a futuro una menor tributación de los resultados imponibles positivos de las empresas españolas, si bien supone asimismo una reducción del importe a recuperar por las pérdidas fiscales de ejercicios anteriores, reducción que ha supuesto en el ejercicio 2006 un gasto por impuesto por importe de 355 millones de euros. En sentido contrario, el Impuesto sobre Sociedades se ha visto

reducido por las deducciones por actividad exportadora (910 millones de euros) que se han generado por las últimas operaciones de compra realizadas por el Grupo.

El resultado de las operaciones en discontinuación asciende a 1.596 en 2006 tras contabilizarse en el tercer trimestre la plusvalía neta por importe de 1.564 millones de euros asociada a la venta de la participación de Telefónica en TPI.

Los resultados atribuidos a socios externos en el período enero-diciembre de 2006 reducen el resultado neto en 346 millones de euros, un 9,2% menos que en el mismo período de 2005 (-381 millones de euros). Esta variación se produce principalmente por la venta de TPI, el cambio de participación en Telefónica Móviles y la consolidación de Telefónica Telecom desde mayo de 2006, que compensan parcialmente, entre otros, el mayor beneficio neto registrado por Telesp y por Endemol (salida a bolsa en noviembre de 2005).

Resultado de la evolución de las diferentes partidas descritas anteriormente, el beneficio neto consolidado asciende en el ejercicio 2006 a 6.233 millones de euros, un 40,2% superior al obtenido en 2005. En el cuarto trimestre el resultado neto alcanza 1.047 millones de euros, un 12,2% inferior al del mismo período del año anterior.

El CapEx consolidado acumulado a diciembre 2006 totaliza 8.003 millones de euros, lo que representa un aumento respecto a 2005 del 55,3%. En términos orgánicos⁵, el crecimiento se reduce al 7,7% explicado fundamentalmente por la mayor inversión realizada en España y Latinoamérica en banda ancha y en Europa

tanto en la red de tercera generación como de segunda generación, principalmente en Alemania. Respecto al CapEx anunciado para 2006 (aproximadamente 7.200 millones de euros), la Compañía ha terminado el ejercicio con 7.749 millones de euros⁶ debido a la anticipación de inversiones ante la oportunidad inversora en banda ancha fija y móvil y a la mayor aceleración en el despliegue de las redes de tercera generación, principalmente en Alemania y el adelanto de las inversiones en redes de segunda generación, fundamentalmente en GSM en Latinoamérica.

⁵ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-diciembre 2005 y el Grupo O2 en febrero-diciembre 2005. Excluye la consolidación de Telefónica Telecom en mayo-diciembre 2006, Iberbanda en julio-diciembre 2006 y Telefónica O2 Eslovaquia en octubre-diciembre 2006.

⁶ Asumiendo tipos de cambio constantes de 2005 y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación, con la excepción del Grupo O2 (incluido en febrero-diciembre 2006)

Datos Financieros

Grupo Telefónica accesos Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	enero-diciembre		
	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios (Ingresos)	52.901	37.383	41,5
Resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)	19.126	15.056	27,0
Resultado operativo (OI)	9.421	8.363	12,7
Resultado antes de impuestos	6.764	6.607	2,4
Resultado neto	6.233	4.446	40,2
Resultado neto básico por acción	1,304	0,913	42,9
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.779,0	4.870,9	(1,9)

Nota: A efectos del cálculo del resultado neto básico por acción, la media ponderada de acciones en circulación durante el periodo ha sido obtenida aplicando las disposiciones de la NIC 33 "Ganancias por acción". Por tanto, no computan como acciones en circulación la media ponderada de acciones en autocartera durante el periodo ni las acciones asignadas a programas de opciones sobre acciones para empleados. Asimismo, de acuerdo con la NIC 33, la media ponderada de acciones en circulación de todos los periodos, ha sido ajustada por aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones en circulación, sin una variación asociada en la cifra de patrimonio neto, como si éstas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Se trata del reparto de la reserva por prima de emisión de acciones mediante entrega de acciones a razón de 1 acción por cada 25 acciones, aprobado por la JGA de 31 de mayo de 2005.

Grupo Telefónica Resultados por compañías

Datos no auditados (Millones de euros)

	Importe neto Cifra de Neg.			OIBDA			Resultado operativo		
	enero-diciembre			enero-diciembre			enero-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Grupo Telefónica de España ¹	11.964	11.755	1,8	4.572	4.784	(4,4)	2.706	2.645	2,3
Grupo Telefónica Latinoamérica ¹	9.537	8.352	14,2	4.209	3.766	11,7	2.251	1.967	14,4
Grupo Telefónica Móviles	18.403	16.514	11,4	6.443	5.817	10,8	4.012	3.443	16,5
Telefónica O2 Europa ²	13.159	1.316	n.c.	3.708	454	n.c.	309	146	n.c.
Grupo Atento	1.027	856	19,9	142	116	21,8	113	88	28,2
Negocio de Contenidos y Media	1.608	1.269	26,7	362	269	34,4	336	240	39,6
Otras sociedades ³	826	595	38,9	(270)	(186)	45,3	(334)	(236)	41,4
Eliminaciones	(3.623)	(3.274)	10,6	(40)	36	c.s.	29	69	(58,6)
Total Grupo	52.901	37.383	41,5	19.126	15.056	27,0	9.421	8.363	12,7

1 Los resultados del Grupo Telefónica de España y del Grupo Telefónica Latinoamérica incorporan los resultados de las operaciones de Terra Networks desde el 1 de enero de 2005.

2 Telefónica O2 Europe incluye en 2006 el Grupo O2 (febrero-diciembre), Telefónica O2 Rep. Checa y T. Deutschland. En 2005 Telefónica O2 Europe sólo incluye Telefónica O2 Rep. Checa desde julio, y T. Deutschland desde enero.

3 Para el OIBDA y el Resultado Operativo, estos datos no incluyen el importe de la variación de la "provisión de cartera de control" y el beneficio por la venta de TPI registrados por Telefónica, S.A a nivel individual y que se elimina en el proceso de consolidación.

Grupo Telefónica CapEx por línea de actividad

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	2006	2005	% Var
Grupo Telefónica de España ¹	1.555	1.401	11,0
Grupo Telefónica Latinoamérica ¹	1.285	989	29,9
Grupo Telefónica Móviles	2.275	2.227	2,2
Telefónica O2 Europa ²	2.553	162	n.c.
Grupo Atento	35	40	(12,3)
Negocio de Contenidos y Media	33	25	30,9
Resto y Eliminaciones	266	308	(13,6)
Total Grupo	8.003	5.153	55,3

Nota: CapEx del Grupo en 2006 a tipo de cambio promedio acumulado. A efectos comparativos, el CapEx del ejercicio 2005 se ha recalculado a tipo de cambio promedio acumulado del periodo correspondiente.

- 1 Los resultados del Grupo Telefónica de España y del Grupo Telefónica Latinoamérica incorporan los resultados de las operaciones de Terra Networks desde el 1 de enero de 2005.
- 2 Telefónica O2 Europe incluye en 2006 el Grupo O2 (febrero-diciembre), Telefónica O2 Rep. Checa (incluida Eslovaquia) y T. Deutschland. En 2005 Telefónica O2 Europe sólo incluye Telefónica O2 Rep. Checa desde julio, y T. Deutschland desde enero.

Grupo Telefónica Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

octubre-diciembre

	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	52.901	37.383	41,5	14.196	10.329	37,4
Trabajos para inmovilizado ¹	719	601	19,6	195	263	(25,9)
Gastos por operaciones	(34.386)	(22.968)	49,7	(9.867)	(6.378)	54,7
Aprovisionamientos	(16.629)	(9.999)	66,3	(4.645)	(2.926)	58,7
Gastos de personal	(7.622)	(5.532)	37,8	(2.421)	(1.406)	72,2
Servicios exteriores	(9.230)	(6.657)	38,6	(2.578)	(1.795)	43,7
Tributos	(905)	(781)	15,9	(224)	(251)	(10,9)
Otros ingresos (gastos) netos	(263)	(186)	41,3	2	(1)	n.s.
Resultado de enajenación de activos	236	250	(5,5)	12	72	(82,7)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(81)	(23)	n.s.	(66)	(11)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	19.126	15.056	27,0	4.472	4.274	4,6
Amortizaciones de inmovilizado	(9.704)	(6.694)	45,0	(2.495)	(1.891)	31,9
Resultado operativo (OI)	9.421	8.363	12,7	1.977	2.383	(17,0)
Resultado particip. puestas en equivalencia	77	(128)	c.s.	16	(138)	(111,5)
Resultados financieros	(2.734)	(1.628)	68,0	(805)	(503)	60,1
Resultado antes de impuestos	6.764	6.607	2,4	1.187	1.742	(31,8)
Impuesto de Sociedades	(1.781)	(1.904)	(6,5)	(67)	(495)	(86,5)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	4.983	4.703	6,0	1.120	1.247	(10,2)
Resultado operaciones en discontinuación	1.596	124	n.s.	0	70	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(346)	(381)	(9,2)	(73)	(125)	(41,5)
Resultado neto	6.233	4.446	40,2	1.047	1.193	(12,2)
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.779,0	4.870,9	(1,9)	4.853,6	4.813,1	0,8
Resultado neto básico por acción	1,304	0,913	42,9	0,216	0,248	(12,9)

- 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 autocarartera durante el periodo ni las acciones asignadas a programa de opciones sobre acciones para empleados. Asimismo, de acuerdo con la NIC 33, la media ponderada de acciones en circulación de todos los periodos, ha sido ajustada por aquellas operaciones que hayan supuesto una modificación en el número de acciones en circulación, sin una variación asociada en la cifra de patrimonio neto, como si éstas hubieran tenido lugar al inicio del primer periodo presentado. Se trata del reparto de la reserva por prima de emisión de acciones mediante entrega de acciones a razón de 1 acción por cada 25 acciones, aprobado por la JGA de 31 de mayo de 2005.

Grupo Telefónica

Balance consolidado

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	2006	2005	% Var
Activos no corrientes	91.269	59.545	53,3
Intangibles	20.758	7.877	163,5
Fondo de comercio	21.739	8.910	144,0
Propiedad, planta y equipo y Propiedades de inversión	33.888	28.027	20,9
Inmovilizaciones Financieras y otros activos a largo plazo	6.183	6.346	(2,6)
Activos por impuestos diferidos	8.702	8.385	3,8
Activos corrientes	17.713	13.629	30,0
Existencias	1.012	920	10,0
Deudores	9.666	7.516	28,6
Administraciones Públicas deudoras por impuestos corrientes	1.555	1.448	7,4
Inversiones financieras temporales	1.679	1.518	10,7
Efectivo y equivalentes de efectivo	3.792	2.213	71,3
Activos no corrientes destinados para la venta	9	14	(38,2)
Total Activo = Total Pasivo	108.982	73.174	48,9
Fondos propios	20.001	16.158	23,8
Fondos propios atribuibles a los accionistas de la sociedad dominante	17.178	12.733	34,9
Socios externos	2.823	3.425	(17,6)
Pasivos no corrientes	62.644	35.126	78,3
Deuda financiera a largo plazo	50.675	25.168	101,4
Pasivos por impuestos diferidos	4.700	2.477	89,7
Provisiones a largo plazo	6.287	6.353	(1,0)
Otros acreedores a largo plazo	982	1.128	(12,9)
Pasivos corrientes	26.337	21.889	20,3
Deuda financiera a corto plazo	8.382	9.236	(9,2)
Acreedores comerciales	8.533	6.933	23,1
Administraciones Públicas acreedoras por impuestos corrientes	2.841	2.192	29,7
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	6.580	3.528	86,5
Pasivos asociados a activos no corrientes destinados a la venta	0	0	n.s.
Datos financieros			
Deuda financiera neta ¹	52.145	30.067	73,4

¹ Deuda Financiera Neta = Deuda financiera a L/P + Otros acreedores a L/P + Deuda financiera a C/P - Inversiones financieras temporales - Efectivo y equivalentes de efectivo - Inmovilizaciones Financieras y otros activos a L/P.

Grupo Telefónica

Flujo de caja y variación de deuda

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

		2006	2005	% Var
I	Flujo de caja operacional	18.824	13.854	35,9
II	Pagos de intereses financieros netos ¹	(2.296)	(1.449)	
III	Pago de impuesto sobre sociedades	(1.100)	(1.233)	
A=I+II+III	Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	15.428	11.172	38,1
B	Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales	(6.828)	(4.410)	
C=A+B	Flujo de caja operativo retenido	8.600	6.762	27,2
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	24	100	
E	Pagos netos por inversión financiera	(21.574)	(5.940)	
F	Pagos netos por dividendos y operaciones con acc. propias ²	(5.542)	(4.823)	
G=C+D+E+F	Flujo de caja libre después de dividendos	(18.492)	(3.901)	
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	(511)	1.396	
I	Efectos de var. de perímetro sobre la deuda fin. neta y otros	4.097	1.076	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	30.067	23.694	
K=J-G+H+I	Deuda financiera neta al final del period	52.145	30.067	

¹ Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.

² Pagos de dividendos de Telefónica S.A. y pagos de dividendos a minoritarios por las filiales consolidadas por integración global y operaciones con acciones propias.

Grupo Telefónica

Reconciliaciones del flujo de caja con OIBDA menos CAPEX

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	2006	2005	% Var
OIBDA	19.126	15.276	25,2
- CAPEX devengado en el periodo ¹	(8.003)	(5.359)	
- Pagos por compromisos	(830)	(894)	
- Pago de intereses financieros netos	(2.296)	(1.449)	
- Pago de Impuesto sobre Sociedades	(1.100)	(1.233)	
- Resultado por enajenación de inmovilizado	(236)	(249)	
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	1.939	670	
= Flujo de caja operativo retenido	8.600	6.762	27,2
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria	24 100		
- Pagos netos por inversión financiera	(21.574)	(5.940)	
- Pagos netos por dividendos y operaciones con acc. propias	(5.542)	(4.823)	
= Flujo de caja libre después de dividendos	(18.492)	(3.901)	n.s.

¹ El CAPEX de 2005 está calculado a tipo de cambio final del periodo.

Nota: En la Conferencia de Inversores de octubre 2003 se utilizó el concepto de "Flujo de caja libre" esperado 2003-2006, el cual refleja el cash flow disponible para remuneración al accionista de la matriz Telefónica S.A., protección de los niveles de solvencia (deuda financiera y compromisos) y flexibilidad estratégica. Las diferencias con el "Flujo de caja operativo" de la tabla anterior se deben a que el "Flujo de caja libre" se calcula antes de amortización de compromisos (por reducciones de plantilla y garantías) y después del pago de dividendos a minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.

	ene-dic 2006	ene-dic 2005
Flujo de caja operativo retenido	8.600	6.762
+ Pagos por amortización de compromisos	830	693
- Pago de dividendos ordinarios a minoritarios	(514)	(347)
= Flujo de caja libre	8.916	7.108

Grupo Telefónica

Deuda financiera neta más compromisos

Datos no auditados (Millones de euros)

diciembre 2006

	Acreeedores a LP	51.163
	Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP	8.249
	Tesorería	(3.792)
	Inversiones financieras a CP y LP ¹	(3.474)
A	Deuda financiera neta	52.145
	Garantías otorgadas a IPSE 2000	365
B	Compromisos por garantías	365
	Compromisos brutos por reducción de plantilla ²	5.447
	Valor de activos a largo plazo asociados ³	(734)
	Impuestos deducibles ⁴	(1.624)
C	Compromisos netos por reducción de plantilla	3.089
A + B + C	Deuda total + Compromisos	55.599
	Deuda financiera neta / OIBDA⁵	2,67x
	Deuda total + Compromisos/ OIBDA⁵	2,85x

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

4 Valor presente de los ahorros impositivos a los que darán lugar los pagos futuros por amortización de los compromisos por reducción de

5 Calculado a partir del OIBDA acumulado de los últimos 12 meses incluido T. O2 República Checa, O2 y Telefónica Telecom.

Grupo Telefónica

Tipos de cambio aplicados

	Cuenta de resultados y capEx (1)		Balance (2)	
	ene - dic 2006	ene-dic 2005	diciembre 2006	diciembre 2005
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,255	1,242	1,317	1,180
Reino Unido (Libra/Euro)	0,682	-	0,672	0,685
Argentina (Peso Argentino/Euro)	3,857	3,631	4,033	3,577
Brasil (Real Brasileño/Euro)	2,728	3,002	2,816	2,761
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	28,338	29,780	27,495	29,005
Chile (Peso Chileno/Euro)	665,336	694,444	701,262	606,061
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2.949,853	2.881,844	2.949,853	2.695,418
El Salvador (Colon/Euro)	10,977	10,870	11,524	10,322
Guatemala (Quetzal/Euro)	9,548	9,496	10,004	8,974
México (Peso Mexicano/Euro)	13,664	13,517	14,330	12,715
Nicaragua (Córdoba/Euro)	22,031	20,799	23,703	20,222
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	4,108	4,096	4,205	4,051
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	30,183	30,331	32,201	28,490
Venezuela (Bolívar/Euro)	2.695,418	2.624,672	2.832,861	2.538,071

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 31/12/06 y 31/12/05.

Resultados por línea de actividad

Negocio de Telefonía Fija

Grupo Telefónica de España

Los resultados del Grupo Telefónica de España correspondientes al ejercicio 2006 han cumplido ampliamente con las previsiones avanzadas a comienzos del ejercicio y revisadas al alza en la publicación de resultados del tercer trimestre. En un año de fuerte actividad comercial en el que la compañía ha consolidado su posición competitiva en el mercado, los ingresos han crecido un 1,8% (objetivo +0,5% / +2%), y el OIBDA en términos comparables con los objetivos financieros comunicados ha crecido un 6,4% (objetivo de crecimiento superior al 5%).

El negocio de Internet y Banda Ancha, con excelentes resultados operativos y financieros, ha sido el principal responsable de este comportamiento en un entorno de crecimiento máximo histórico del mercado de banda ancha en España. En este contexto, Telefónica de España registró en 2006, una ganancia neta de más de un millón de nuevos accesos de clientes finales de banda ancha, superando en más de un 20% la ganancia neta conseguida en el año 2005.

Por su parte, las ofertas de productos empaquetados Dúos y Tríos alcanzan ya los 2,8 millones de unidades vendidas. El éxito de estos paquetes, junto con el de otras medidas lanzadas, ha permitido contener la pérdida de líneas de telefonía fija, al perderse en 2006 un 7% de líneas menos que en 2005; la pérdida de líneas en 2006 se situó en el 1,2% del total de la planta a final de 2005. Es relevante también citar el crecimiento obtenido en el ARPU global de nuestros clientes hasta alcanzar los 63,8€, como resultado del continuo esfuerzo de Telefónica de España por aumentar el valor de sus clientes.

Durante el último trimestre del año, en virtud del acuerdo alcanzado con la Representación de los Trabajadores, se acordó adelantar el plazo de adhesión al ERE de Telefónica de España 2007 al 21 de septiembre de 2006, tal y como se anticipaba en la

presentación de resultados del mes de septiembre. Este adelanto ha supuesto un aumento en la cifra de desvinculaciones sobre las 1.542 inicialmente previstas, hasta alcanzar las 3.304 adhesiones. En consecuencia, se ha incrementado la provisión correspondiente en 503 millones de euros sobre los inicialmente previstos, alcanzando la provisión total los 980 millones de euros. Estos efectos se han traducido en una reducción del crecimiento del OIBDA de 10,5 puntos porcentuales en 2006.

Analizando en detalle los últimos lanzamientos comerciales, cabe destacar:

- “ADSL 3 Mbps / 320 Kbps”. El producto se ofrece tanto de forma aislada como en dobles o triples ofertas por un euro más que el precio actual del producto de 1 Mbps.
- “UNO PROFESIONAL”, la primera oferta comercial conjunta con Telefónica Móviles España para Pymes y Profesionales. Este producto permite al cliente realizar llamadas gratuitas entre las líneas fijas y móviles del mismo cliente. También existe la posibilidad de ampliar la oferta a determinados destinos externos.

En relación a aspectos regulatorios, cabe destacar el aumento del 2,0% de la cuota mensual de abono de la línea telefónica básica, efectiva desde el 1 de enero de 2007. Igualmente, han sido comunicadas subidas del 3,7% en las tarifas del tráfico telefónico nacional no sujeto a paquetes, que entrarán en vigor a partir del 1 de marzo del 2007.

Por otro lado, la CMT ha rebajado, de forma cautelar, y desde el principio del año, el precio mayorista del acceso indirecto de banda ancha. Esta rebaja oscila entre el 22% y el 54%, según modalidades, para el servicio GigADSL y entre el 24% - 61% para el servicio ADSL-IP. De esta manera, la CMT sustituye la metodología “retail minus” que venía aplicando hasta el momento, por la de “cost plus”.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Telefónica de España en el año 2006 ha alcanzado los 11.964 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 1,8%. En el cuarto trimestre del año los ingresos alcanzan los 3.070 millones de euros, presentando un crecimiento del 2,0% que, como en trimestres anteriores, se ha visto minorado por el cambio de criterio de contabilización de los ingresos por tarjetas de minutos. El crecimiento de ingresos en 2006 sin el citado efecto, habría sido del 2,4%.

Telefónica de España Matriz alcanza en el año unos ingresos de 11.508 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 2,3%. En el cuarto trimestre, el crecimiento fue del 1,7%.

A continuación se hace un análisis detallado de los ingresos de Telefónica de España Matriz:

- Los ingresos por acceso tradicional, que alcanzan la cifra de 2.768 millones de euros, han sido un 2,1% inferiores respecto a los obtenidos en el pasado año, debido a la reducción del número de accesos de telefonía fija y a la congelación en 2006 de la cuota de abono de la línea básica. En el cuarto trimestre, la caída ha sido del 2,1%.

El mercado de acceso de telefonía fija en España ha experimentado en 2006 una aceleración en su crecimiento estimado, situándose en el 2,3% frente al crecimiento registrado en 2005 del 0,9%. Los accesos fijos de Telefónica de España han experimentado una reducción neta de 185.696 líneas en el año, ligeramente inferior a la pérdida de 199.243 líneas en 2005. La cuota de mercado de acceso de telefonía fija estimada para Telefónica de España se sitúa en el 82,5%, casi 2,5 puntos porcentuales inferior a la de 2005.

Por otra parte, el número total de accesos de Telefónica de España, donde adicionalmente a los de telefonía fija se incluyen los accesos de datos e Internet, los de televisión de pago y los mayoristas, ha registrado un crecimiento del 3,7%, hasta los 22,7 millones.

- Los ingresos por servicios de voz tradicional han alcanzado en el año 2006 los 4.868 millones de euros, con una reducción del 5,7%. Sin el cambio de criterio de contabilización de las tarjetas de minutos, esta caída habría sido del 4,3%.

Los ingresos por tráfico de salida de voz, 3.014 millones de euros, decrecen en el año un 7,7%, decrecimiento que viene explicado fundamentalmente por la caída del ingreso medio por minuto, especialmente en tráfico nacional.

La citada caída de ingresos no refleja el mejor comportamiento del tráfico de salida de voz, estimulado por las ofertas de Dúos y Tríos, que ha pasado de caer un 7,2% en el año 2005 a descender únicamente un 1,3% en 2006, alcanzando los 43.369 millones de minutos.

Este efecto, se observa también en el comportamiento del conjunto del mercado fijo de voz en España, que en el año 2006 se estima que descendió un 0,7%, mientras que en 2005 su caída se situaba en el 3,1%. La cuota de mercado estimada de Telefónica de España ha sido relativamente estable a lo largo del año, en torno al 66%.

En el año 2006, el tráfico de voz nacional cayó ligeramente, un 1,3%, respecto al pasado año, con un total de 33.087 millones de minutos. Es destacable el sistemático y significativo crecimiento que experimenta el tráfico interprovincial (11,7%), sin duda el más positivamente afectado por las nuevas fórmulas tarifarias. También es significativa la aceleración que experimenta el tráfico internacional (2.094 millones de minutos), con un crecimiento interanual del 6,4% en el conjunto del año y del 12,8% en el cuarto trimestre. Por su parte, el tráfico fijo-móvil (5.431 millones de minutos) continúa su tendencia decreciente, con una caída del 4,4% en el conjunto del año. Respecto a los paquetes de servicios, la base total de planes combinados y tarifas planas ascendió a 4.638.661, un 11,6% más que la alcanzada en septiembre de 2006.

Por otra parte, la planta de líneas preseleccionadas en diciembre de 2006 era de 1.906.519, lo que representa una reducción en el cuarto trimestre de 118.851 líneas, siendo la disminución acumulada en el año de 378.071 líneas.

- El mercado de accesos fijos a Internet de banda ancha en España ha alcanzado a finales de año, según nuestras estimaciones, 6,7 millones de accesos registrando, en los últimos meses del año, un máximo histórico de ganancia neta trimestral de 550.000 accesos, con un crecimiento interanual estimado próximo al 10%. Por su parte, el ADSL de Telefónica, en su conjunto (mayorista más minorista, incluyendo los accesos que sólo prestan el servicio Imagenio), alcanzaba en 2006 las 4.385.804 conexiones.

Los ingresos por servicios de Internet y Banda Ancha en el conjunto del año han sido de 2.403 millones de euros, un 26,2% más que el pasado año, compensando holgadamente la reducción de ingresos de los negocios tradicionales de acceso y voz. En el cuarto trimestre del año, el crecimiento de estos ingresos fue del 23,9%. Dentro de este apartado, los ingresos de banda ancha, tanto de acceso a Internet como de televisión de pago, crecen en el año un 32,6%, alcanzando 2.260 millones de euros, de los que el 84% son generados por el negocio minorista.

La oferta de accesos minoristas a Internet de banda ancha de Telefónica (ADSL, Fibra óptica y otras tecnologías, excluyendo los accesos que sólo prestan el servicio Imagenio) ha registrado una ganancia neta en el cuarto trimestre de 331.330 conexiones, lo que representa, según nuestras estimaciones, el 60% de la ganancia neta total de accesos de banda ancha del trimestre. Con ello, la planta total de accesos minoristas a Internet de banda ancha de Telefónica alcanzaba, a finales de 2006, 3.742.652 accesos. La compañía ha consolidado su liderazgo en este mercado, con una cuota de mercado estimada en Banda Ancha del 56%.

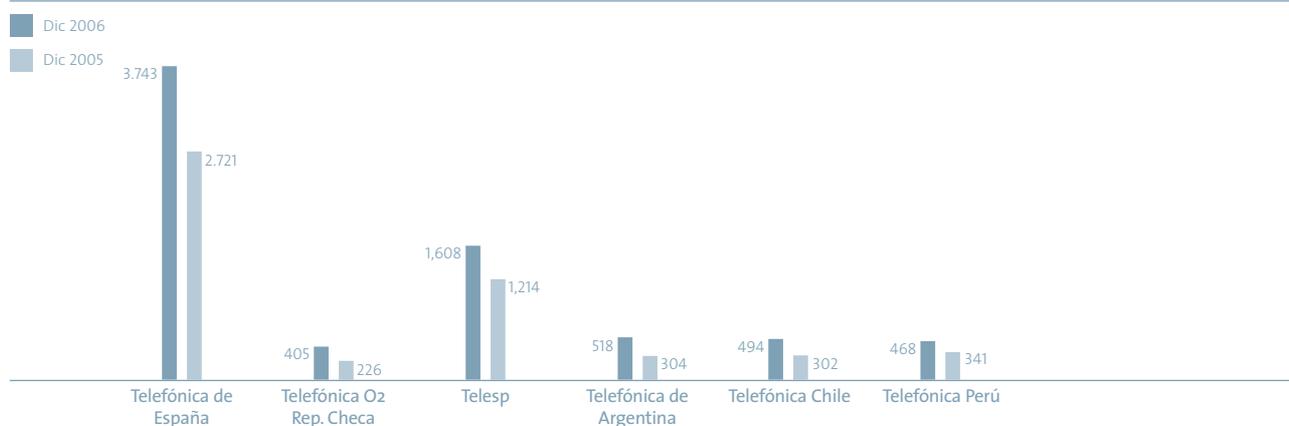
Los nuevos paquetes de productos han implicado una reducción interanual del ARPU de conectividad ADSL del 8,4%, que ha sido parcialmente compensada por el crecimiento del ARPU de servicios de valor añadido en un 19,4%, resultando una disminución del ARPU global de banda ancha en el año del 4,8%. Es significativo resaltar que más del 70% de los accesos minoristas a Internet de banda ancha de Telefónica de España tienen el servicio de conectividad a Internet dentro de algún tipo de paquete de doble o triple oferta.

La evolución de bucles alquilados ha mantenido un importante dinamismo a lo largo del año. En el cuarto trimestre de 2006 la ganancia neta ha sido de 164.201 bucles. Un alto porcentaje de la ganancia neta de bucles (60% en el conjunto del año y 52% en el último trimestre) corresponde a migraciones desde el servicio ADSL mayorista de Telefónica de España. Al cierre del año, la planta total de bucles alquilados alcanzó la cifra de 939.006 unidades, lo que representa, según nuestras estimaciones, el 14% de la planta total de accesos fijos a Internet de Banda Ancha del mercado español y un 17,6% de las líneas ADSL. Del conjunto de líneas de alquiler de bucle, el 56% son de la modalidad de bucle compartido, porcentaje que se mantiene estable en los últimos trimestres.

El servicio ADSL mayorista se está viendo afectado por la migración a bucles alquilados. Así, en el conjunto del año se ha registrado una pérdida de 135.522 accesos, lo que sitúa su planta total en 586.418, un 18,8% inferior a la del final del año 2005.

Accesos minoristas a internet de banda ancha

Datos en millones de euros



Los servicios de valor añadido (SVA) sobre banda ancha de Telefónica de España siguen siendo un factor fundamental en la oferta comercial de Telefónica de España. El número de servicios operativos alcanza ya los 3,1 millones de unidades. Entre estos servicios, cabe destacar las Soluciones ADSL, que alcanzan las 356.986 unidades operativas al final del año 2006, lo que representa un crecimiento del 8,5% respecto al trimestre anterior.

El crecimiento neto de clientes Imagenio en el cuarto trimestre del año ha sido de 78.674, lo que representa el 43% de la ganancia neta estimada del mercado de la TV de pago en España y el 45% del crecimiento neto de clientes de Imagenio en el conjunto del año. El parque de televisión de pago se sitúa en 383.027 clientes, con una cuota de mercado del 10% (+4 p.p. frente a 2005).

- Los ingresos por servicios de datos crecen en el conjunto del año un 4,4% hasta alcanzar los 1.076 millones de euros, siendo los ingresos mayoristas de datos los que aportan el crecimiento a lo largo del año, 19% en el acumulado.
- Por último, los ingresos por servicios de tecnologías de la información aportan al conjunto de ingresos de Telefónica de España 392 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 19,9%. En el cuarto trimestre, el crecimiento fue del 25,4%.

Los gastos por operaciones del Grupo Telefónica de España registran un crecimiento, respecto al año anterior, del 5,1% hasta 7.582 millones de euros, mientras que en el cuarto trimestre este crecimiento fue del 30,5%. Estas cifras están fuertemente afectadas por las provisiones por reestructuración de plantilla, con un total de bajas suscritas de 3.304 empleados en 2006, y una provisión que totaliza 980 millones de euros en 2006. Este importe se divide en 477 millones de euros correspondientes a la adhesión al E.R.E. de 1.542 empleados, inicialmente prevista para 2006, más 503 millones de euros asociados al adelanto del plazo de

adhesión al programa E.R.E. correspondiente a 1.762 empleados. Descontando el efecto de las provisiones por reestructuración de plantilla, los gastos por operaciones, en el año 2006, habrían descendido un 0,2%, avalando el resultado de la política de contención de gastos.

- Los gastos de personal han crecido, respecto al mismo periodo del pasado año, un 14,7% hasta 3.105 millones de euros. En el cuarto trimestre, el crecimiento es del 86,4%.

Descontando el efecto de las provisiones por reestructuración de plantilla del año 2005 (595 millones de euros incluyendo revisiones actuariales) y del año 2006, los gastos de personal crecerían un 0,7%.

La plantilla de Telefónica de España Matriz al final del año estaba formada por 32.397 empleados, con una reducción neta de 1.147 empleados desde principio del año. La plantilla media del Grupo Telefónica de España en 2006 se sitúa en 34.533 empleados, presentando una reducción del 4,2% frente a la plantilla media del 2005.

- Los gastos por aprovisionamientos decrecen un 1,1% en el año hasta 2.971 millones de euros. En el cuarto trimestre, sin embargo, se ha producido un crecimiento del 0,8% impulsado por la mayor actividad de Telyco en este último trimestre del año.
- Los gastos por servicios exteriores registran un crecimiento en el cuarto trimestre del 5,9% empujados por los gastos comerciales de este último tramo del año. En el conjunto del año 2006, estos gastos caen un 0,4% hasta los 1.302 millones de euros. Sin el cambio de criterio de contabilización de las tarjetas de minutos, este crecimiento habría sido del 5,5%.

Grupo Telefónica de España accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005		2006			% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	20.742,7	20.901,7	20.821,7	20.931,3	21.174,9	2,1
Accesos de telefonía fija ¹	16.135,6	16.108,5	16.019,7	15.978,1	15.949,9	(1,2)
Accesos de datos e internet	4.400,6	4.542,9	4.534,6	4.648,8	4.842,0	10,0
Banda estrecha	1.614,9	1.437,4	1.254,0	1.177,7	1.040,5	(35,6)
Banda ancha ²	2.720,8	3.042,7	3.220,1	3.411,3	3.742,7	37,6
Otros ³	64,9	62,8	60,4	59,8 5	8,8	(9,4)
TV de Pago	206,6	250,3	267,5	304,4	383,0	85,4
Accesos Mayoristas	1.164,1	1.260,4	1.369,3	1.406,5	1.531,8	31,6
Bucle Alquilado	434,8	546,7	678,3	774,8 9	39,0	116,0
Bucle Compartido	279,0	320,3	386,0	438,5	527,7	89,1
Bucle Desagregado	155,7	226,4	292,3	336,3	411,3	164,1
Mayorista ADSL ⁴	721,9	706,4	684,4	625,2	586,4	(18,8)
Otros ⁴	7,4	7,3	6,6	6,5	6,4	(14,0)
Total Accesos	21.906,8	22.162,1	22.191,0	22.337,7	22.706,7	3,7

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. Incluye Terra.

3 Circuitos punto a punto.

4 Circuitos mayoristas.

El OIBDA de Telefónica de España ha alcanzado en el año 2006 los 4.572 millones de euros, lo que representa una caída del 4,4% en el año y del 37,3% en el trimestre. Para explicar este comportamiento, es preciso tener en cuenta el impacto, antes mencionado, de las provisiones por reestructuración de plantilla. A efectos de comparación con los objetivos financieros comunicados, hay que excluir del OIBDA los ingresos/gastos excepcionales no previsibles, tanto en el ejercicio 2006 (entre los que destaca la provisión de 503 millones de euros asociada al adelanto del plazo de adhesión al ERE previsto para 2007) como en el ejercicio 2005. Una vez hecho este ajuste, el crecimiento del OIBDA se situaría en el 6,4%, en línea con el objetivo anunciado (superior al 5%).

Si, por otro lado, eliminamos los efectos puntuales, como son los derivados principalmente del E.R.E., programa Inmobiliario o subvenciones, el OIBDA subyacente habría crecido un 3,7%. El margen de OIBDA se ha situado en el año 2006 en el 38,2%, 2,5 p.p. por debajo del registrado el pasado año. Excluyendo el efecto de la provisión del E.R.E. y la revisión actuarial en ambos años, el margen habría experimentado una mejora interanual de 0,7 p.p. hasta el 46,4%.

El OIBDA de Telefónica de España matriz alcanza 4,593 millones de euros, con una caída anual del 2,6%.

Por último, el CapEx del Grupo Telefónica de España alcanza 1,555 millones de euros, registrando un crecimiento frente al año anterior del 11,0% tras anticipar inversiones ante el aumento de la demanda en el mercado de banda ancha.

Telefónica de España matriz

Ingresos por operaciones

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Acceso Tradicional¹	2.768	2.826	(2,1)	689	704	(2,1)
Servicios de Voz Tradicional	4.868	5.162	(5,7)	1.203	1.298	(7,4)
Tráfico nacional ²	1.211	1.331	(9,0)	308	335	(8,0)
Tráfico fijo-móvil	1.105	1.152	(4,1)	269	282	(4,4)
Tráfico internacional	500	474	5,3	130	120	8,2
Red Inteligente, otros consumos y bonif ³	199	310	(35,8)	33	87	(62,8)
Interconexión ⁴	907	944	(4,0)	211	227	(7,3)
Comercialización de terminales y otros ⁵	947	951	(0,4)	252	47	2,1
Servicios Internet y Banda Ancha	2.403	1.905	26,2	640	517	23,9
Banda Estrecha	143	201	(28,7)	26	48	(46,1)
Banda Ancha	2.260	1.704	32,6	615	469	31,1
Minorista ⁶	1.901	1.298	46,4	532	359	48,2
Mayorista ⁷	359	406	(11,5)	83	110	(24,8)
Servicios Datos	1.076	1.031	4,4	270	262	3,2
RPV, Circuitos y Retransmisiones	643	667	(3,6)	165	169	(2,7)
Mayorista	433	364	19,0	106	93	13,7
Servicios TI	392	327	19,9	136	108	25,4
Total Ingresos por Operaciones	11.508	11.251	2,3	2.939	2.890	1,7

1 Ingresos por cuotas de abono y conexión (RTB, TUP, RDSI y Servicios Corporativos) y Recargos en cabinas.

2 Tráfico metropolitano y larga distancia (provincial e interprovincial).

3 Incluye servicios IRIS, Servicios Especiales Tasados, Servicios de Información (118xy), bonificaciones y otros.

4 Incluye ingresos por tráfico de entrada fijo-fijo y móvil-fijo así como por carrier y tránsitos.

5 Incluye Servicios Gestionados de voz y otras líneas de negocio.

6 Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

7 Incluye Megabase, Megavía, GigADSL, y alquiler del bucle.

Nota: El 1 de julio de 2006 se ha producido la fusión de Terra España con Telefónica de España, S.A. con efectos retroactivos desde 1 de enero de 2006.

Grupo Telefónica de España

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	11.964	11.755	1,8	3.070	3.011	2,0
Trabajos para inmovilizado ¹	142	162	(12,1)	44	54	(18,7)
Gastos por operaciones	(7.582)	(7.213)	5,1	(2.321)	(1.779)	30,5
Otros ingresos (gastos) netos	(15)	18	c.s.	19	(12)	c.s.
Resultado de enajenación de activos	80	71	12,6	(3)	11	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(17)	(10)	66,0	(5)	(4)	25,9
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	4.572	4.784	(4,4)	803	1.281	(37,3)
Amortizaciones de inmovilizado	(1.866)	(2.138)	(12,7)	(453)	(511)	(11,4)
Resultado operativo (OI)	2.706	2.645	2,3	350	770	(54,5)

1 Incluye obra en curso.

Nota: Los resultados del Grupo Telefónica de España incorporan los resultados de las operaciones de Terra Networks desde el 1 de enero de 2005.

Grupo Telefónica Latinoamérica

A partir del 1 de enero de 2006, las cuentas de las operadoras de telefonía fija del Grupo Telefónica Latinoamérica incluyen los negocios de Telefónica Empresas en sus respectivos países. Los resultados de 2005 se muestran de manera comparable. Por otro lado, para facilitar la comparación interanual, las cifras del Grupo Telefónica Latinoamérica incluyen los resultados de las filiales de Terra en Latinoamérica desde el 1 de enero de 2005.

Por otra parte, desde el 1 de mayo los resultados del Grupo Telefónica Latinoamérica consolidan los resultados de Colombia Telecom, que a partir de noviembre cambió de denominación por Telefónica Telecom. En el mes de noviembre Telefónica Telecom se fusionó con Telefónica Empresas Colombia, por lo que la participación del Grupo Telefónica Latinoamérica en la nueva sociedad aumentó hasta el 52,03%. En estos ocho meses Telefónica Telecom ha registrado 398 millones de euros de ingresos y 203 millones de euros de OIBDA (sin considerar el negocio de Telefónica Empresas). En 2006 las monedas de los países donde el Grupo Telefónica está presente se han mantenido bastante estables a lo largo del año frente al dólar. A pesar de la apreciación del euro frente al dólar, los tipos de cambio han tenido un impacto positivo en el año de 6,0 p.p. en la tasa de crecimiento de los ingresos (10,2 p.p. hasta septiembre) y de 6,1 p.p. al crecimiento del OIBDA (10,4 p.p. hasta septiembre)

El Grupo Telefónica Latinoamérica alcanzó en el año un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 9.537 millones de euros, un 14,2% superior al mismo periodo de 2005 en euros corrientes. Excluyendo la aportación positiva de los tipos de cambio y los ingresos procedentes de Telefónica Telecom, el Grupo Telefónica Latinoamérica registró un crecimiento de ingresos del 3,5%. Este crecimiento se compara con el objetivo² anunciado que estimaba que el crecimiento de los ingresos se situara en torno al nivel

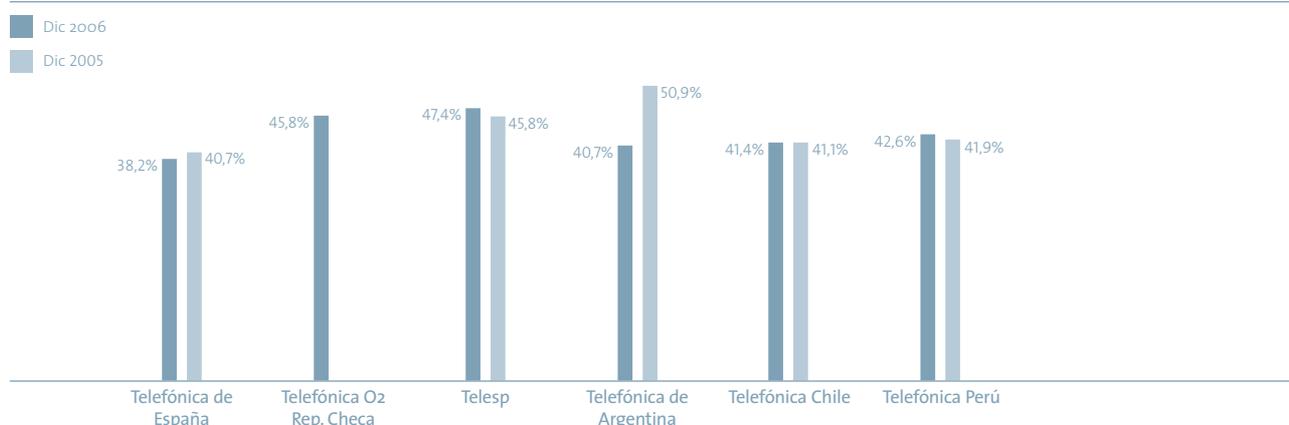
inferior del rango objetivo anunciado (4%-6%), incluyendo la reclasificación de los gastos por corresponsalías en Brasil, Argentina y Perú, y de las comisiones de telefonía pública en Brasil, que pasan a contabilizarse dentro de los gastos por operaciones (anteriormente se contabilizaban como un menor ingreso), todo ello con efecto 1 de enero de 2006, que finalmente han aportado 0,6 p.p. al crecimiento de ingresos en el conjunto del ejercicio (frente a los 0,7 p.p. estimados inicialmente).

El crecimiento de los ingresos del Grupo Telefónica Latinoamérica está sustentado principalmente en el crecimiento que han tenido todas las operadoras en banda ancha, que se ha traducido en un crecimiento de los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha + TV de pago) del 17,3% en euros constantes, y que representan ya el 14,9% de los ingresos (13,3% en 2005). Brasil presenta un crecimiento de 1,5% en moneda local en sus ingresos, explicado principalmente por el aumento del 15,3% en moneda local de los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha), ya que el negocio tradicional se mantiene prácticamente estable como consecuencia de la ligera disminución de líneas y la tendencia decreciente del tráfico, que la compañía está intentando contrarrestar con la comercialización de paquetes. Por su parte, Argentina ha registrado un crecimiento en ingresos del 13,6% en moneda local gracias tanto al crecimiento en el negocio tradicional (+10,9% en moneda local), principalmente por los paquetes de minutos y el negocio mayorista, como al buen comportamiento del negocio Internet (+34,4% en moneda local). Los ingresos de Perú crecen un 2,6% en moneda local como consecuencia del buen comportamiento de los ingresos de banda ancha y TV (por cable y satelital), que crecen un 24,4% conjunto en moneda local y compensan la caída del 2,0% en moneda local de los ingresos del negocio tradicional, impactados por el factor de productividad (IPC-10,07%), y por los menores ingresos de telefonía de uso

² Las previsiones para 2006 asumen tipos de cambio constantes de 2005 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación, por lo que no se considera la aportación de Telefónica Telecom.

Margen OIBDA - Telefónica Fija

Datos en millones de euros



público debido principalmente a la sustitución fijo-móvil. En Chile, en un entorno de fuerte competencia, y un importante efecto sustitución de la telefonía móvil, Telefónica logró mantener estables los ingresos (+0,2% en moneda local), gracias al aumento del 36,5% en moneda local de los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha y televisión), lo que ha permitido compensar los menores ingresos en el negocio tradicional (-3,0%). Terra, por su parte, registró un incremento de sus ingresos del 3,5% en euros constantes, hasta 299 millones de euros.

Los gastos por operaciones del Grupo Telefónica Latinoamérica, se situaron en 5.351 millones de euros, con un crecimiento del 17,9% en euros corrientes. Excluyendo la aportación de Telefónica Telecom y el efecto de los tipos de cambio, los gastos por operaciones registran un incremento del 7,6% en euros constantes. Este crecimiento de gastos está afectado por los gastos de reestructuración de plantilla llevados a cabo en Brasil, Argentina y Chile durante el año. Por otro lado, se registran mayores gastos por tributos en Telesp por el nuevo contrato de concesión, así como por el aumento de costes salariales en Argentina y los mayores gastos comerciales, especialmente de atención al cliente.

Como resultado de todo lo anterior, Telefónica Latinoamérica presenta un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 4.209 millones de euros, un 11,7% superior al del mismo periodo de 2005. Excluyendo la aportación de Telefónica Telecom, y la aportación positiva de los tipos de cambio, el OIBDA registra un incremento del 0,3% en euros constantes. Hay que señalar que estas variaciones interanuales están afectadas por la venta

en 2005 de Infonet y Telinver en Argentina, en el primer y último trimestre del año respectivamente y la venta en 2006 de TUMSAC en Perú. Excluyendo los resultados por enajenación de activos, el crecimiento del OIBDA se sitúa en el 15,1% (+3,3% sin efecto tipo de cambio y excluyendo Telefónica Telecom). Respecto a los objetivos financieros² para el conjunto del año, se esperaba que el crecimiento del OIBDA se situara en la parte alta del rango 3%-5% anunciado a principios de ejercicio, habiendo finalizado en el 3,7%, afectado por la inclusión a cierre de ejercicio del gasto asociado al Plan de Pensiones para Directivos, sin el cual el crecimiento sería del 4,6%.

El CapEx del Grupo Telefónica Latinoamérica en 2006 alcanzó los 1.285 millones de euros, con un crecimiento interanual del 29,9% (+10,2% en términos constantes y excluyendo la inversión de Telefónica Telecom), destinado en gran medida a la expansión de banda ancha y nuevos negocios. El CapEx registrado por el Grupo Telefónica Latinoamérica comparable al objetivo anunciado³ a principios de ejercicio ha ascendido a 1.090 millones de euros, frente al objetivo de entorno a 1.200 millones de euros anunciado inicialmente. El Grupo Telefónica Latinoamérica obtuvo en el ejercicio una generación libre de caja (OIBDA-CapEx) de 2.924 millones de euros, con un crecimiento del 5,3% (+0,7% en euros constantes y excluyendo la aportación de Telefónica Telecom y los resultados por enajenación de activos).

A cierre del año el Grupo Telefónica Latinoamérica gestiona 31,2 millones de accesos, un 10,9% más que en 2005, tras la incorporación de Telefónica Telecom, que cuenta con casi 2,4 millones de accesos de telefonía fija y 68.004 accesos minoristas a Internet de banda ancha. Los accesos minoristas a Internet de

² Las previsiones para 2006 asumen tipos de cambio constantes de 2005 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación, por lo que no se considera la aportación de Telefónica Telecom. Para el cálculo de los objetivos financieros el OIBDA excluye otros ingresos/gastos no previsible en 2006. A efectos comparativos, el equivalente de otros ingresos/gastos no previsible registrados en 2005 ha sido deducido de las cifras publicadas.

³ Las previsiones para 2006 asumen tipos de cambio constantes de 2005 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación, por lo que no se considera la aportación de Telefónica Telecom.

Telesp accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005		2006			% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	15.606,8	15.618,7	15.704,4	15.759,0	15.663,9	0,4
Accesos de telefonía fija ¹	12.340,3	12.370,4	12.336,1	12.295,1	12.107,1	(1,9)
Accesos de datos e internet	3.266,5	3.248,2	3.368,3	3.463,9	3.556,8	8,9
Banda estrecha	1.986,7	1.876,1	1.891,4	1.884,5	1.856,6	(6,5)
Banda ancha ²	1.213,8	1.307,3	1.382,4	1.485,2	1.608,2	32,5
Otros	66,0	64,8	94,5	94,2	92,0	39,3
Accesos Mayoristas	32,6	32,7	46,3	46,4	38,4	17,6
Total Accesos	15.639,4	15.651,3	15.750,8	15.805,4	15.702,2	0,4

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. Incluye Terra.

banda ancha del grupo mantienen el fuerte ritmo de crecimiento de trimestres anteriores, alcanzando una planta cercana a los 3,8 millones de accesos (+40,0% interanual), gracias al esfuerzo comercial realizado por todas las operadoras. Por otro lado, los accesos de telefonía fija alcanzan los 23,8 millones, un 10,0% más que en 2005, tras la incorporación de Telefónica Telecom, y gracias también al elevado ritmo de crecimiento de Telefónica del Perú y TASA, que compensa la menor planta en servicio de Telesp y Telefónica Chile. En cuanto a los accesos de TV de pago, el Grupo Telefónica Latinoamérica ya cuenta con 651.392 clientes en Perú y Chile.

TELESP

A finales de diciembre Telesp gestiona 15,7 millones de accesos, un 0,4% superior a diciembre 2005, gracias al fuerte crecimiento de su planta de accesos minoristas a Internet de banda ancha, que se sitúa en 1,6 millones (+32,5% interanual), tras haber registrado una ganancia neta en el año cercana a los 400.000 accesos. Los accesos de telefonía fija se sitúan en 12,1 millones (-1,9% interanual) de los que en torno al 19% son líneas prepago o con límite de consumo.

El tráfico de voz, 69.737 millones de minutos, presenta una caída interanual del 3,9%, producto de la caída del tráfico local (-3,1%), principalmente por menor consumo por línea y menor planta media que la operadora está intentando compensar con la venta de paquetes de tráfico. También el tráfico de larga distancia se reduce, principalmente intraestado, como consecuencia de la contracción de este mercado a causa del crecimiento de la telefonía móvil.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanzó 5.565 millones de euros, incrementándose un 1,5% en moneda local vs. un crecimiento del 2,1% hasta septiembre. Esta menor tasa de crecimiento se explica por la desaceleración del negocio tradicional (+0,1%, frente al +0,6% de los nueve primeros meses), en gran medida explicado por la reducción en la planta media facturable de telefonía fija y el descenso del tráfico por

línea. También contribuye en forma positiva el crecimiento de los negocios de banda ancha (+27,1% en moneda local), impulsado por el aumento de la planta, que han permitido que los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha) aporten el 8,5% de la facturación de Telesp (7,5% en el mismo periodo de 2005). En menor medida, también aportan crecimiento los negocios de datos y de tecnologías de la información (+6,2% y +14,7% en moneda local, respectivamente), que suponen de manera conjunta el 3,9% de los ingresos de la compañía.

Los gastos por operaciones muestran un crecimiento interanual del 4,8% en moneda local, principalmente por mayores gastos por tributos (+72,7% en moneda local), fundamentalmente por el canon establecido en el nuevo contrato de concesión, así como por mayores gastos de personal (+9,6% en moneda local) por el cargo extraordinario asociado al programa de reestructuración de plantilla realizado en el ejercicio, que comienza a mostrar sus beneficios. Excluyendo este cargo extraordinario los gastos de personal aumentarían un 0,7%, y los gastos por operaciones limitarían su crecimiento al 3,7% en moneda local. Por otro lado, los gastos por aprovisionamientos aumentan sólo un 0,7% en moneda local por la desaceleración de la interconexión como consecuencia de los menores ingresos por tráfico con terminación móvil. Los gastos en servicios exteriores presentan un crecimiento del 2,5% en moneda local, reflejando los esfuerzos de la operadora por contener los gastos.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de Telesp a diciembre alcanza 2.637 millones de euros un 5,1% más que en el mismo periodo del año anterior en moneda local, afectado positivamente por la recuperación de impuestos (PIS/Cofins) antiguos tras la sentencia favorable emitida en el mes de septiembre. El margen de OIBDA se sitúa en 47,4%, 1,6 p.p. por encima del margen de 2005.

Telefónica de Argentina accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006	
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Accesos Clientes Finales	5.417,3	5.465,4	5.548,3	5.611,3	5.609,9	3,6
Accesos de telefonía fija ¹	4.532,2	4.553,1	4.586,7	4.612,4	4.636,3	2,3
Accesos de datos e internet	885,1	912,3	961,6	998,9	973,7	10,0
Banda estrecha	564,0	548,9	536,1	504,1	439,2	(22,1)
Banda ancha ²	304,3	346,5	408,7	477,9	517,7	70,1
Otros	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8	0,0
Accesos Mayoristas	6,9	7,3	7,2	7,2	7,3	5,4
Total Accesos	5.424,2	5.472,7	5.555,5	5.618,4	5.617,2	3,6

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. Incluye Terra.

El CapEx acumulado a diciembre asciende a 639 millones de euros, un 1,3% inferior respecto al mismo del periodo de 2005 en moneda local, y a pesar de las mayores inversiones en banda ancha y nuevos negocios. Así, la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) se sitúa en 1.998 millones de euros (+7,3% interanual en moneda local).

Desde el punto de vista regulatorio, en diciembre finalmente fue aprobado el nuevo reglamento para migración de pulso a minuto, que debe comenzar el 1 de marzo. De acuerdo con ello, coexistirán dos planes de migración, el básico que en resumen traslada las cadencias actuales a minutos, y el PASOO (Plan Alternativo de Oferta Obligatoria).

Telefónica de Argentina

Argentina cierra el año mostrando una buena evolución de sus resultados, apalancándose en el fuerte aumento en los ingresos, derivado del crecimiento de diferentes iniciativas comerciales a pesar de la no indexación de tarifas desde 2001.

TASA gestiona al finalizar el año 5,6 millones de accesos (+3,6% respecto al mismo periodo del año anterior), gracias al incremento interanual tanto de los accesos de telefonía fija (+2,3%) hasta situarse en 4,6 millones, como al fuerte crecimiento de los accesos minoristas a Internet de banda ancha (+70,1%), que ascienden a 517.666, lo que le permite a la compañía mantenerse como líder del mercado de banda ancha en su zona de influencia.

El tráfico total de voz se mantiene estable respecto a los niveles de 2005, en línea con el comportamiento del tráfico local, que se mantiene sin variaciones, a lo que ha contribuido la venta de DUOS (tráfico local + banda ancha). Los crecimientos del tráfico de larga distancia (+2,1%), acompañado por un crecimiento del tráfico de interconexión (+1,0%) y al tráfico de Red Inteligente (+23,1%) compensan la disminución del tráfico de telefonía pública, afectada por la expansión del negocio móvil.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) asciende a 989 millones de euros, con un incremento interanual del 13,6% en moneda local, afectado por el cambio de contabilización de los gastos por corresponsalías, que a partir de septiembre pasaron a contabilizarse dentro de los gastos operativos, dejando de netear la línea de ingresos, con efecto 1 de enero de 2006. Descontando este efecto, el incremento de ingresos sería del 10,6% en moneda local, frente al 10,0% hasta septiembre. El negocio tradicional crece un 7,4% en moneda local (+10,9% incluyendo el efecto de las corresponsalías) derivado principalmente del crecimiento de los ingresos de tráfico, de interconexión y local, y de la buena evolución de la paquetización de minutos, así como por los menores descuentos comerciales y la mayor planta promedio en servicio (+3,5%). Adicionalmente se registra una buena evolución de los servicios a operadoras del negocio mayorista y los servicios de valor añadido, que compensan los menores ingresos del negocio de telefonía pública por el crecimiento de la telefonía móvil. El negocio de Internet mantiene un fuerte ritmo de crecimiento (+34,4% respecto al año anterior en moneda local), incrementando su aporte respecto al total de ingresos en +1,7 p.p. hasta alcanzar el 11,2%, debido al crecimiento explosivo de la banda ancha (cuyos ingresos crecen un 55,4% en moneda local), compensando la contracción del negocio de banda estrecha. Del mismo modo, mantienen elevados ritmos de crecimiento los negocios de datos y tecnologías de la información (+16,5% conjunto en moneda local), como consecuencia de las mayores ventas a empresas, fundamentalmente de RPV's y proyectos llave en mano.

Los gastos por operaciones presentan un crecimiento del 19,2% (sin considerar las reclasificaciones de las corresponsalías) en moneda local respecto a 2005. El principal aumento se produce en los gastos de personal (+26,5% en moneda local), afectado por las subidas salariales acordadas a finales de 2005 y por el impacto de los gastos de reestructuración de plantilla. Los aprovisionamientos aumentan un 17,8% (excluyendo las reclasificaciones de las corresponsalías) debido al aumento del gasto de interconexión

Telefónica Chile accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005	2006				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	2.876,0	2.873,8	2.853,4	2.817,1	2.858,2	(0,6)
Accesos de telefonía fija ¹	2.429,1	2.407,0	2.328,0	2.225,9	2.206,2	(9,2)
Accesos de datos e internet	446,9	466,7	514,9	538,9	557,7	24,8
Banda estrecha	130,5	110,7	95,6	72,8	53,3	(59,2)
Banda ancha ²	302,0	345,4	409,0	456,0	494,5	63,8
Otros	14,5	10,6	10,3	10,1	10,0	(31,0)
TV de Pago	0,0	0,0	10,4	52,4	94,2	n.s.
Accesos Mayoristas	25,9	23,9	22,8	21,9	19,9	(23,4)
Total Accesos	2.902,0	2.897,7	2.876,1	2.839,1	2.878,0	(0,8)

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. Incluye Terra.

con otros operadores y coste de equipos (asociado a mayores ingresos). Los servicios exteriores crecen un 14,8% en moneda local, principalmente por el aumento de los contratos de servicio que se encuentran también afectados por los incrementos salariales y la mayor actividad comercial y de atención al cliente. El ratio de provisión de incobrables sobre ingresos continúa por debajo del 1% gracias a la buena gestión de cobros y al volumen de planta prepago o con límite de consumo que se sitúa en torno al 30% del total de la planta.

TASA ha registrado un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 473 millones de euros, un 8,9% menor en moneda local al obtenido en 2005, afectado por la venta de Telinver en el último trimestre de 2005, y por los gastos por reestructuración de plantilla registrados en 2006. Excluyendo el efecto de la venta de Telinver, el OIBDA de TASA se ha mantenido prácticamente estable (-0,2% en moneda local).

El CapEx se sitúa en 140 millones de euros, 21,5% más en moneda local respecto a 2005 destinándose la mitad del mismo fundamentalmente a la banda ancha y nuevos negocios. De este modo, Argentina ha registrado una generación libre de caja (OIBDA-CapEx) de 333 millones de euros, un 7,2% inferior a la generada en el 2005 excluyendo la venta de Telinver.

Telefónica Chile

Telefónica Chile muestra a cierre del ejercicio 2006 una leve caída (-0,8%) en el número de accesos totales que gestiona, hasta los 2,9 millones. Durante el año se realizaron bajas extraordinarias en la planta de telefonía, debidos a ajustes en planta prepago inactiva (137.000 líneas) y a la revisión de los criterios para dar de baja estos accesos. Estas bajas extraordinarias no han supuesto ningún gasto adicional ni una merma en los ingresos de la compañía, ya que se encontraban inactivas. Con ello, el número de accesos de telefonía, alcanza los 2,2 millones a cierre del ejercicio (-9,2% interanual). Durante el cuarto trimestre del año la compañía ha continuado

profundizando en la estrategia de triple play, apalancando las nuevas ventas en los nuevos productos DUO y TRIO, que combinan telefonía básica, Internet de banda ancha y TV digital (DTH). Fruto de esta estrategia, Telefónica Chile cierra el ejercicio 2006 como líder del mercado de banda ancha, con 494.469 accesos (+63,8% interanual) y una cuota estimada del 49%. En junio de 2006 se produjo el lanzamiento de los nuevos servicios de TV digital por satélite (DTH). En siete meses de operaciones, Telefónica Chile ha alcanzado una cifra de 94.209 clientes de TV digital, consolidándose como segundo operador por número de clientes en el mercado chileno.

El tráfico de voz cursado por las redes continúa afectado por los efectos sustitución de la telefonía móvil y de Internet, así como por una mayor competencia en el mercado. En 2006 se cursaron en total unos 14.300 millones de minutos de voz, lo que representa una caída del 11,6% respecto al ejercicio anterior.

A pesar de la fuerte competencia en todos los mercados, Telefónica Chile logró alcanzar en 2006 un leve crecimiento en su importe neto de la cifra de negocios (ingresos), que en el año ascendió a 1.006 millones de euros (+0,2% interanual en moneda local). A lo largo de todo el ejercicio, ganan peso los ingresos por nuevos negocios, en detrimento de los del negocio tradicional, que caen un 3,0% en moneda local respecto a 2005 por la fuerte competencia existente. Los ingresos de Internet (banda estrecha + banda ancha + TV) muestran un fuerte crecimiento (+36,5% en moneda local), aportando ya un 10,7% de la facturación de la compañía, gracias a la buena evolución del negocio de banda ancha, y al lanzamiento de la TV satelital. Por su parte, los ingresos por datos y tecnologías de la información acusan la fuerte presión competitiva en el segmento empresas, cayendo un 0,6% conjunto en moneda local respecto al ejercicio anterior.

Gracias a las medidas de contención de costes emprendidas a partir del segundo trimestre, los gastos por operaciones rebajan

Telefónica del Perú accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006	
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Accesos Clientes Finales	3.211,0	3.277,9	3.374,2	3.469,9	3.581,2	11,5
Accesos de telefonía fija ¹	2.347,6	2.388,2	2.434,0	2.468,2	2.498,5	6,4
Accesos de datos e internet	401,2	414,9	449,8	494,2	525,5	31,0
Banda estrecha	52,5	47,6	52,0	49,6	47,8	(9,0)
Banda ancha ²	341,1	359,8	389,3	435,7	468,5	37,3
Otros	7,6	7,5	8,4	8,9	9,2	21,7
TV de Pago	462,2	474,7	490,4	507,5	557,2	20,5
Accesos Mayoristas	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	(17,0)
Total Accesos	3.211,6	3.278,5	3.374,7	3.470,4	3.581,6	11,5

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. Incluye Terra.

su crecimiento, hasta el 5,2% en moneda local por la mayor caída en los gastos de personal (sin tomar en cuenta gastos de reestructuración de plantilla), que se reducen un 5,8%, así como por el menor crecimiento de los aprovisionamientos, que crecen un 7,3% en moneda local debido a los mayores costes de interconexión fijo-fijo y alquiler de medios y a los costes necesarios para el servicio de TV. Los servicios exteriores presentan un crecimiento moderado (+3,0% en moneda local), dado el incremento de la actividad necesario para las mejoras de calidad en el servicio, el lanzamiento de nuevos productos y el incremento en el número de accesos de banda ancha.

Durante el año se ha realizado un gran esfuerzo en mejorar los parámetros de cobranza, lo que ha repercutido en una mejora en los ratios de incobrabilidad. A cierre de 2006, la provisión de incobrables sobre ingresos asciende al 2,7%, lo cual supone una mejora de 0,3 p.p. respecto al año anterior.

Durante el ejercicio 2006, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) acumulado ascendió a 417 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 1,0% respecto al ejercicio anterior. Sin tomar en cuenta los costes derivados de la reestructuración de plantilla llevada a cabo en el primer trimestre del año, el OIBDA presentaría un crecimiento del 3,7% respecto a 2005.

La inversión acumulada a cierre del mes de diciembre (CapEx) se sitúa en 163 millones de euros. Esta cifra supone un crecimiento en moneda local del 43,5% respecto al año anterior, debido principalmente al lanzamiento de la TV digital, al crecimiento en banda ancha, la mejora en la capacidad de las redes, y nuevos sistemas de información. Con ello, la generación libre de caja (OIBDA-CapEx) acumulada asciende a 254 millones de euros, un 15,2% menos que el año anterior en moneda local.

Telefónica del Perú

A finales de diciembre Telefónica del Perú llegó a un acuerdo con el Estado Peruano con el fin de promover el desarrollo de los

servicios públicos de telecomunicaciones en el país. Los principales compromisos son los siguientes: (i) reducción en las tarifas de diversos planes en un 22%, lo que beneficiará a 1,5 millones de hogares; (ii) creación de un plan con tarificación al segundo y sin cargo por establecimiento de llamada; (iii) ampliación del plazo de caducidad de las tarjetas prepago; (iv) inicio de un proceso de desregulación del mercado de larga distancia; (v) reducción de las tarifas de telefonía pública; (vi) plan de expansión de 685.000 nuevas líneas residenciales, orientadas a los segmentos de la población con menores recursos; (vii) compromiso por parte del Grupo Telefónica de invertir en el país 1.000 millones de dólares en 4 años (2006-2009).

Al cierre del año, Telefónica del Perú alcanza una planta de 3,6 millones de accesos, equivalente a un crecimiento interanual del 11,5%, favorecido por las campañas realizadas en el año y la mayor atención comercial. Cabe destacar el buen comportamiento tanto en el negocio tradicional (2,5 millones de accesos, +6,4% respecto del año anterior), como en banda ancha (468.488 accesos minoristas a Internet de banda ancha, +37,3% interanual). Adicionalmente el lanzamiento en julio de la TV por satélite ha impulsado el crecimiento del negocio de televisión que alcanza una planta a final del año de 557.166 de clientes (+20,5% interanual).

El tráfico de voz muestra un crecimiento respecto al año 2005 del 1,1%, por el mayor tráfico fijo-móvil, de larga distancia e interconexión (principalmente móvil-fijo), que compensa la caída del tráfico de telefonía de uso público en el año, por la mayor competencia y el crecimiento de la telefonía móvil.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) se sitúa en 1.097 millones de euros, un 2,6% superior en moneda local a la facturación de 2005. Se registra un crecimiento en moneda local del 21,4% en los ingresos de Internet (banda estrecha + banda ancha + televisión) como consecuencia del buen

Grupo Telefónica Latinoamérica accesos

Datos no auditados (Miles)

	2005		2006			% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	28.086,8	28.231,4	30.713,0	31.064,6	31.160,0	10,9
Accesos de telefonía fija ¹	21.649,1	21.718,8	23.895,5	23.964,2	23.807,5	10,0
Accesos de datos e internet	5.975,4	6.037,9	6.316,6	6.540,5	6.701,1	12,1
Banda estrecha ²	3.185,1	3.030,6	3.005,7	2.931,2	2.813,5	(11,7)
Banda ancha ^{3,4}	2.685,4	2.907,5	3.180,9	3.479,3	3.759,6	40,0
Otros	105,0	99,8	130,0	130,0	128,0	22,0
TV de Pago	462,2	474,7	500,9	559,9	651,4	40,9
Accesos Mayoristas	66,0	64,5	76,8	76,0	65,9	(0,1)
Total Accesos	28.152,7	28.295,9	30.789,8	31.140,6	31.225,9	10,9

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 ancha e ISP de TASA que presta servicios en la zona norte del país.

Nota: Se incluyen los accesos de telefonía fija y de datos e internet de Telefónica Telecom (antes Colombia Telecom) a diciembre 2006.

comportamiento de los ingresos de banda ancha (+30,5% en moneda local) y TV (+16,3% en moneda local) debido en ambos casos a la fuerte actividad comercial que se ha llevado a cabo a lo largo del año 2006 y al lanzamiento de la TV satelital, lo que ha permitido ampliar de manera destacada la cobertura del servicio de TV en Perú. Los ingresos de Internet continúan ganando relevancia sobre el total de ingresos alcanzando en el ejercicio el 20,2% (17,0% en 2005). Adicionalmente los ingresos de datos y tecnologías de la información crecen en moneda local un 6,5% y 13,7%, respectivamente, favorecido por los proyectos con la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) por las elecciones generales y municipales. Por el contrario, sufren retroceso los ingresos del negocio tradicional (-2,0% en moneda local), fundamentalmente por la aplicación del factor de productividad (IPC-10,07%) y por la caída de los ingresos en la telefonía de uso público (-8,7% en moneda local), fuertemente impactada la sustitución del tráfico fijo por móvil.

Los gastos por operaciones del conjunto del año muestran un crecimiento del 2,9% en moneda local. Los gastos de personal (+5,4% en moneda local) ralentizan su crecimiento por la venta de TUMSAC, que contaba con 1.220 empleados. Los aprovisionamientos aumentan un 2,6% en moneda local por la mayor actividad, mientras que los servicios exteriores se incrementan un 4,7% en moneda local fruto del mayor gasto por mantenimiento de planta y de la fuerte actividad comercial, que se tradujo en mayores altas de accesos, tanto en tradicional como en banda ancha y televisión.

El elevado peso de la planta prepago y de control de consumo sobre la planta de telefonía (en torno al 60%) favorece una baja morosidad, por lo que la provisión de incobrables sobre ingresos se sitúa por debajo del 1% para el conjunto del ejercicio.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) crece un 4,3% en moneda local y alcanza los 467 millones de euros, como consecuencia de los mayores ingresos que compensan el crecimiento de los gastos y el menor registro de contingencias

extraordinarias, fundamentalmente de tipo laboral y tributario, así como al registro de la plusvalía de la venta de TUMSAC en el tercer trimestre. El margen del OIBDA se sitúa en el 42,6%, +0,7 p.p. por encima del registrado en el año 2005.

Con relación al CapEx, durante el año 2006 se han invertido 132 millones de euros, lo que supone una inversión 7,8% superior a la del año anterior en moneda local. Así, la generación de caja obtenida (OIBDA-CapEx) se sitúa en 335 millones de euros (+3,0% interanual en moneda local) resultado del crecimiento del OIBDA, que compensa la mayor inversión en el año.

Telefónica Internacional Wholesale Services (TIWS)

Telefónica Internacional Wholesale Services (TIWS) cierra el cuarto trimestre de 2006 con un importante crecimiento en sus ingresos, en línea con los trimestres anteriores. En términos acumulados al mes de diciembre, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanza los 232 millones de euros, lo que, en términos constantes, significa un crecimiento del 24,1% respecto al ejercicio 2005. Por líneas de actividad, todos los negocios de la compañía muestran importantes crecimientos, destacando los ingresos por servicios satelitales (+57,9%), venta de capacidad y ancho de banda (+27,6%, en línea con la buena evolución de la banda ancha en todo el Grupo), RPVs Internacionales (+20,0%) e IP Internacional (+18,0%), estos últimos con un peso del 52% sobre las ventas de la compañía.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) acumulado a diciembre ascendió a 79 millones de euros, lo cual representa un crecimiento del 35,8% sobre el año anterior en moneda constante, impulsado por el crecimiento de ingresos.

La inversión acumulada (CapEx) asciende a 45 millones de euros. Esta cifra supone un fuerte incremento respecto al año anterior (+65,9%), que viene derivado de las ampliaciones del cable SAM1 necesarias para extender su cobertura en Colombia, Ecuador y Perú.

Grupo Telefónica Latinoamérica

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Miles)

enero-diciembre

		2006	2005	% Var	% Var M Local
Telesp	Importe neto de la cifra de negocios	5.565	4.980	11,7	1,5
	OIBDA	2.637	2.281	15,6	5,1
	Margen OIBDA	47,4%	45,8%	1,6 p.p.	
Telefónica de Argentina	Importe neto de la cifra de negocios	989	925	6,9	13,6
	OIBDA	473	552	(14,3)	(8,9)
	Margen OIBDA ¹	40,7%	50,9%	(10,2 p.p.)	
Telefónica Chile	Importe neto de la cifra de negocios	1.006	962	4,6	0,2
	OIBDA	417	396	5,4	1,0
	Margen OIBDA	41,4%	41,1%	0,3 p.p.	
Telefónica del Perú	Importe neto de la cifra de negocios	1.097	1.072	2,3	2,6
	OIBDA	467	449	4,0	4,3
	Margen OIBDA	42,6%	41,9%	0,7 p.p.	
Telefónica Telecom²	Importe neto de la cifra de negocios	397	-	n.c.	n.c.
	OIBDA	203	-	n.c.	n.c.
	Margen OIBDA	50,9%	-	n.c.	n.c.
TIWS	Importe neto de la cifra de negocios	232	188	23,4	24,1
	OIBDA	79	58	35,8	35,8
	Margen OIBDA	34,1%	31,0%	3,1 p.p.	

Nota: A partir del 1 de enero de 2006, las cuentas de las operadoras de telefonía fija del Grupo Telefónica Latinoamérica incluyen los negocios de Telefónica Empresas en sus respectivos países. Los resultados de 2005 se muestran de manera comparable.

El OIBDA se muestra antes de ingresos de gerenciamiento. Telefónica de Argentina incluye el negocio ISP de Advance y Telefónica del Perú incluye CableMágico.

¹ Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

² Telefónica Telecom (antes Colombia Telecom) incluye los resultados del periodo mayo-diciembre 2006.

Grupo Telefónica Latinoamérica

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

octubre-diciembre

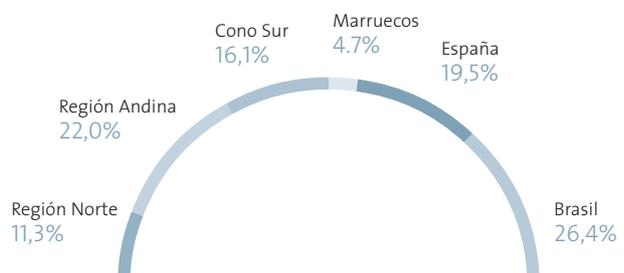
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	9.537	8.352	14,2	2.487	2.351	5,8
Trabajos para inmovilizado ¹	48	47	1,8	13	16	(18,8)
Gastos por operaciones	(5.351)	(4.539)	17,9	(1.452)	(1.282)	13,3
Otros ingresos (gastos) netos	(21)	(207)	(90,0)	(34)	(41)	(17,8)
Resultado de enajenación de activos	(2)	107	c.s.	(2)	29	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(2)	6	c.s.	(1)	(0)	192,5
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	4.209	3.766	11,7	1.011	1.073	(5,8)
Amortizaciones de inmovilizado	(1.957)	(1.799)	8,8	(497)	(484)	2,6
Resultado operativo (OI)	2.251	1.967	14,4	514	589	(12,8)

¹ Incluye obra en curso.

Nota: Los resultados del Grupo Telefónica Latinoamérica incorporan los resultados de las operaciones de Terra Networks desde el 1 de enero de 2005.

Total clientes: 109.899.704

Diciembre 2006



Total clientes: 94.447.943

Diciembre 2005



Grupo Telefónica Móviles

El Grupo Telefónica Móviles ha alcanzado a finales de 2006 un parque de clientes gestionados cercano a los 110 millones, con un crecimiento interanual del 16,4%. Lo más destacado del ejercicio ha sido el elevado nivel de actividad comercial en todas las regiones en donde el grupo está presente, motivando un fuerte crecimiento en los principales mercados de operaciones.

Así, y tras captar 5,9 millones de clientes en el cuarto trimestre de 2006, la ganancia neta en el conjunto del año alcanza los 15,5 millones de nuevos clientes. América Latina aporta el 83% del crecimiento de la base de clientes, que a diciembre de 2006 se situaba en 83,3 millones (+18,1% respecto a diciembre de 2005).

Telefónica Móviles España acelera este trimestre el crecimiento de su base de clientes, con una ganancia neta de 426.000 clientes (+65,8% vs cuarto trimestre 2005), y que le lleva a cerrar el año con casi 21,5 millones de clientes (+7,8% respecto a finales de 2005).

Los ingresos consolidados alcanzan los 18.403 millones de euros hasta diciembre, con un crecimiento interanual del 11,4% en los doce meses, explicando el efecto de los tipos de cambio 0,2 p.p. de dicho crecimiento. De esta forma, el crecimiento de los ingresos¹ se sitúa en la parte alta del rango establecido como objetivo¹ (+9%/+12%). En el cuarto trimestre los ingresos se sitúan en los 4.866 millones de euros, con una mejora del 9,0% respecto al cuarto trimestre de 2005.

En cuanto a la división por regiones, los ingresos se reparten a final de año en partes iguales entre Telefónica Móviles España (9.199 millones de euros, +4,1% vs 2005) y los procedentes de las operadoras latinoamericanas consolidadas (9.240 millones de

euros, +19,9% vs 2005). En el acumulado de los últimos doce meses los tipos de cambio reducen su impacto positivo hasta 0,5 p.p.. El mejor comportamiento relativo de América Latina se apoya un trimestre más en Venezuela, Perú, Argentina y México.

El Grupo Telefónica Móviles ha registrado a final de año un OIBDA consolidado de 6.443 millones de euros, con un crecimiento del 10,8% en los doce meses. Los tipos de cambio no tienen prácticamente efecto en el OIBDA consolidado, cuya variación interanual se situaría, excluyendo su impacto, en el 10,7% respecto a 2005, cumpliendo el objetivo¹ del año (+9%/+12%). En el cuarto trimestre de 2006 el OIBDA suma 1.743 millones de euros, un 9,6% más que en el mismo periodo del año anterior.

La fuerte actividad comercial registrada en la campaña de Navidad sitúa el margen OIBDA consolidado del cuarto trimestre de 2006 en el 35,8%, permitiendo la mayor eficiencia operativa una mejora de 0,2 p.p. respecto al mismo periodo de 2005, y que alcance el 35,0% en el acumulado de 2006 (-0,2 p.p. respecto a 2005).

El OIBDA de Telefónica Móviles España ha mostrado un comportamiento plano en 2006, a pesar del incremento de la competencia y los costes comerciales, alcanzando 4.128 millones de euros a final de año. En el cuarto trimestre alcanzó los 1.002 millones de euros, con una caída interanual del 3,4%. En acumulado de 2006 el margen se sitúa en el 44,9%, 1,9 p.p. por debajo del obtenido hace un año.

Es por lo tanto América Latina, la que con un crecimiento del OIBDA consolidado del 38,5% en euros en 2006 (+38,3% excluyendo el impacto de los tipos de cambio), contribuye a la totalidad de la mejora del OIBDA del Grupo. La región sumó en el acumulado del año 2.429 millones de euros, que en el cuarto

¹ Las previsiones para 2006 asumen tipos de cambio constantes de 2005 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. Para el cálculo de los objetivos financieros el OIBDA excluye otros ingresos/gastos no previsibles en 2006. A efectos comparativos, el equivalente de otros ingresos/gastos no previsibles registrados en 2005 ha sido deducido de las cifras publicadas.

Grupo Telefónica Móviles

Clientes totales

diciembre

Datos no auditados (Miles)

	2006	2005	% Var
España y Marruecos	26.601,3	23.913,2	11,2
Prepago	14.321,3	13.059,8	9,7
Contrato	12.278,3	10.853,4	13,1
Fixed Wireless	1,7	0,0	n.s.
Latinoamérica	83.298,4	70.534,7	18,1
Prepago	67.329,9	56.459,9	19,3
Contrato	14.705,4	13.066,3	12,5
Fixed Wireless	1.263,1	1.008,5	25,2
Total	109.899,7	94.447,9	16,4

trimestre ascienden a 775 millones de euros (+40,1% vs el mismo periodo de 2005 en euros). De esta forma, la contribución de las filiales latinoamericanas consolidadas al OIBDA consolidado² alcanzó el 37,1% (+7,1 p.p. por encima de la registrada hace un año). La tendencia positiva de la región está apoyada con carácter general en la mayor escala de la base de clientes en GSM y los menores costes de adquisición unitarios, y en particular en la significativa aportación de México, Venezuela y Argentina. Esto se traduce en un avance de 6,0 p.p. en el margen respecto al cuarto trimestre de 2005, hasta el 30,5%, y de 3,5 p.p. frente al obtenido en el acumulado de 2006, hasta el 26,3%.

El flujo de caja operativo obtenido en la región latinoamericana, medido como OIBDA menos CapEx, asciende en el conjunto del año hasta los 904 millones de euros, con un crecimiento interanual del 250%.

España

Los resultados obtenidos por Telefónica Móviles España en 2006 reflejan el éxito obtenido en la estrategia comercial de la compañía con una clara apuesta por la fidelización, lo que ha permitido incrementar la ganancia neta del año un 70% frente a un crecimiento de las altas del 18%. Así, la ganancia neta en 2006 asciende a 1,6 millones de nuevos clientes (93% en contrato), destacando el bajo churn en el segmento de contrato del 1,0%.

De esta forma Telefónica Móviles España ha consolidado su posición competitiva marcando el ritmo del mercado y terminando el ejercicio con una cuota de mercado estimada superior al 45%.

El crecimiento del parque de clientes, las iniciativas para impulsar el consumo y la eficiencia comercial han permitido alcanzar en el año un crecimiento de los ingresos totales del 4,1% (objetivo +3%/+6%), apoyado en el buen comportamiento de los ingresos

de clientes (+6,5%), revertir la tendencia de caída del OIBDA absoluto y alcanzar un margen de OIBDA del 45%.

El sector de la telefonía móvil en España en el año 2006 ha venido marcado por un incremento de la intensidad competitiva a lo largo del año y más concretamente en el cuarto trimestre, con campañas de Navidad agresivas y la entrada de tres nuevos agentes. De este modo, a diciembre de 2006 el mercado supera los 47 millones de clientes, estimándose una penetración del 104% (+7,7 p.p. vs. 2005).

En este contexto, la estrategia comercial de Telefónica Móviles España ha obtenido unos resultados muy positivos, alcanzando una ganancia neta de más de 426.000 clientes en el cuarto trimestre (+66% vs. el cuarto trimestre de 2005) hasta captar en el acumulado del año 1,6 millones de líneas. La cuota de ganancia neta estimada de la compañía asciende a más de un 39% en el año (+16 p.p. vs. 2005). Este buen comportamiento de la ganancia neta ha permitido superar los 21,4 millones de clientes a finales de 2006, un crecimiento del 7,8% respecto a 2005. Conviene destacar el buen comportamiento del parque de contrato de Telefónica Móviles España, que muestra un crecimiento anual del 13,4%, situando el peso del parque de contrato en el 57%, 2,8 p.p. por encima de lo que representaba hace un año.

El buen desempeño comercial en el cuarto trimestre se apoya en el éxito de la campaña de Navidad (promoción 100x1 hasta 31 de diciembre y fines de semana gratis hasta abril 2007), a la que se han suscrito más de 1,2 millones de clientes, lo que, unido a la campaña especial de fidelización lanzada en el mes de octubre, ha hecho que en el cuarto trimestre de 2006 se hayan realizado más de 3,1 millones de acciones comerciales, un 17% más que en el cuarto trimestre de 2005. En el acumulado del año las acciones comerciales ascienden a 11,6 millones (+8,3% vs. 2005).

² Datos consolidados antes de Resto y eliminaciones intragrupo.

Telefónica Móviles España

Datos operativos

Datos no auditados	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Clientes celulares (miles)	19.889,9	20.276,8	20.655,0	21.019,7	21.446,0	7,8	
Prepago	9.186,4	9.231,9	9.261,2	9.290,7	9.303,0	1,3	
Contrato	10.703,5	11.044,9	11.393,8	11.729,0	12.142,9	13,4	
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var Anual	
MOU (minutos)	152	153	156	158	157	3,6	
Prepago	67	66	64	71	66	(0,7)	
Contrato	226	227	231	228	228	0,8	
ARPU (EUR)	33,2	31,8	33,0	33,9	33,0	(0,8)	
Prepago	16,7	15,7	16,4	17,6	15,9	(4,9)	
Contrato	47,7	45,5	46,6	46,9	45,7	(4,0)	
ARPU de datos	4,7	4,4	4,2	4,6	5,0	5,2	
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	41,1%	43,6%	42,5%	43,9%	45,3%	4,1 p.p.	

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

Telefónica Móviles España

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	9.199	8.834	4,1	2.333	2.213	5,4
OIBDA	4.128	4.128	(0,0)	1.002	1.038	(3,4)
Margen OIBDA	44,9%	46,7%	(1,9 p.p.)	43,0%	46,9%	(3,9 p.p.)

Telefónica Móviles España

Ingresos

Datos no auditados	diciembre	
	2006	2005
Ingresos de clientes	69,1%	67,5%
Interconexión	16,3%	17,3%
Venta de terminales	11,5%	11,8%
Roaming - In	2,7%	3,0%
Otros	0,4%	0,4%

Esta positiva evolución de las acciones comerciales está respaldada por el comportamiento de las altas, que en el cuarto trimestre de 2006 superaron los 1,5 millones (+21% vs. el cuarto trimestre de 2005) y en el acumulado del año alcanzan los 5,9 millones (+18% respecto al acumulado del año anterior). Destacar además el importante crecimiento de las altas de contrato en el año, que presentan un crecimiento del 10,1% frente al año 2005, lo que confirma la apuesta de Telefónica Móviles España por los clientes de valor.

La portabilidad durante el cuarto trimestre de 2006 vuelve a presentar un buen resultado situándose la ganancia neta en 61.500 líneas, casi seis veces la obtenida en el mismo trimestre de 2005, lo que permite en términos acumulados ganar 174.700 líneas (-116.000 en 2005). Destaca el excelente comportamiento del contrato, con 103.100 líneas de ganancia en el cuarto trimestre y más de 278.000 en el conjunto del año, como resultado del foco de la compañía en los clientes de mayor consumo.

El churn desempeña un papel clave en los sólidos resultados comerciales de Telefónica Móviles España. Durante el cuarto trimestre se sitúa en el 1,74%, continuando la tendencia decreciente de todos los trimestres de este año y prácticamente en línea con el alcanzado en el cuarto trimestre de 2005. A nivel acumulado el churn asciende a 1,74%, ligeramente por debajo del obtenido en 2005. Conviene mencionar el comportamiento del churn de contrato, que se reduce en el cuarto trimestre hasta el 0,9% (-0,2 p.p. vs. el mismo trimestre en 2005), permitiendo situar el acumulado del año en el 1,0% (-0,1 p.p. vs. 2005). Los canjes de terminales a través del programa de fidelización han contribuido a esta buena evolución del churn.

En relación al consumo, los minutos gestionados en la red durante el último trimestre del año muestran un crecimiento del 11,2% respecto al cuarto trimestre de 2005, alcanzando más de 56.800 millones de minutos en el conjunto del año (+11,4% vs. 2005). El tráfico on-net registra un crecimiento en el conjunto del

año del 13,5% vs. 2005. Así, el MOU en el cuarto trimestre de 2006 alcanza los 157 minutos (+3,6% respecto al mismo trimestre de 2005). A nivel acumulado el MOU crece un 4,4% situándose en 156 minutos.

A pesar de la disminución de las tarifas de interconexión en octubre (-6,9%), el ARPU de voz alcanza en el cuarto trimestre 28 euros, presentando una reducción del 1,8% frente al mismo trimestre de 2005 y limitando la caída en el conjunto del año al 1,2% hasta alcanzar los 28,4 euros. El ARPU de salida de voz en el conjunto del año 2006 muestra un crecimiento de +0,8% frente a 2005.

Por su parte, el ARPU de datos en el cuarto trimestre del año presenta un crecimiento del 5,2% frente al mismo trimestre de 2005 hasta los 5,0 euros y en el conjunto del año 2006 de 4,6 euros, incrementando un 2,9% en términos anuales respecto a 2005. Este comportamiento se apoya en el crecimiento de los ingresos de datos excluyendo los SMS interpersonales en un 24%. Conviene destacar que la compañía cuenta ya con más de 1,1 millones de clientes 3G y más de 100.000 clientes apuntados a las tarifas semi-planas de datos como son los bonos de 5Gb, 1Gb y 30 Mb, que han contribuido a la buena evolución del ARPU de datos.

De este modo, el ARPU total asciende en el cuarto trimestre a 33,0 euros y en el conjunto del año 2006 a 32,9 euros, mostrando una ligera reducción del -0,8% frente al cuarto trimestre de 2005 y del -0,7% con respecto al año 2005. Respecto a los resultados del último trimestre y cierre del año 2006 cabe destacar:

- Los ingresos de la compañía en el conjunto del año 2006 ascienden a 9.199 millones de euros, un crecimiento del 4,1% vs. 2005, como resultado de la evolución de los ingresos de servicio (+4,5%) que se apoya en la buena evolución de los ingresos de clientes (+6,5%).

Marruecos

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Medi Telecom	4.023,3	4.185,6	4.167,9	4.245,6	5.155,3	28,1	
Prepago	3.873,4	4.040,5	4.029,8	4.111,0	5.018,3	29,6	
Contrato	149,9	145,1	137,7	133,3	135,4	(9,7)	
Fixed Wireless	0,0	0,0	0,4	1,2	1,7	n.s.	

En el último trimestre los ingresos totales ascienden a 2.333 millones de euros, con un crecimiento interanual del 5,4%. Este comportamiento se explica por los mayores ingresos del servicio (+4,2%), y por el buen comportamiento de los ingresos por venta de terminales (+15,7%) frente al cuarto trimestre de 2005 como resultado de la exitosa campaña comercial de Navidad que ha tenido un mayor peso en terminales 3G.

El buen comportamiento de los ingresos de servicio en el cuarto trimestre de 2006 se apoya especialmente en la positiva evolución de los ingresos de clientes, que han superado en un 4,7% a los del cuarto trimestre de 2005, manteniéndose prácticamente estables los ingresos de roaming y de interconexión frente al mismo trimestre del año anterior (0,8%).

- A nivel acumulado el OIBDA de 2006 asciende a 4.128 millones de euros, en línea con el obtenido en 2005, a pesar de la mayor actividad comercial registrada durante el año 2006 (+8,3%) y revirtiendo la caída registrada el año anterior. De este modo el margen OIBDA en el conjunto del año 2006 se sitúa en el 44,9% 1,9 p. p. menor a 2005 por la mayor actividad comercial y los mayores gastos de gestión de red y de clientes.

El incremento del número de acciones comerciales en el cuarto trimestre de 2006, +17% respecto al mismo trimestre del año anterior, impacta en el OIBDA del cuarto trimestre que presenta una ligera caída (-3,4%) frente al mismo trimestre de 2005, situándose el margen en el 43,0% (46,9% en cuarto trimestre de 2005).

- La inversión acumulada en 2006 alcanza los 750 millones de euros, presentando un crecimiento del 3% frente a la inversión de 2005. Telefónica Móviles España ha continuado con el despliegue de su red UMTS desplegando más de 1.000 estaciones base durante el año 2006 hasta superar las 6.000 estaciones base.

- De este modo la generación libre de caja (OIBDA-CAPEX) acumulado en el año asciende a 3.378 millones de euros, manteniéndose un nivel similar a 2005.

Marruecos

A cierre de 2006 Médi Telecom presenta un parque de 5,2 millones de clientes, mostrando un crecimiento del 28,1% vs. diciembre de 2005.

En cuanto a los resultados, los ingresos totales del año 2006 alcanzan 425 millones de euros (+7,2% vs. 2005 en moneda local).

El OIBDA a diciembre de 2006 incrementa un 7,9% en moneda local hasta alcanzar 167 millones de euros, situando el margen en el acumulado del año en el 39,2%, en línea con el obtenido en 2005.

Brasil

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Vivo	29.804,6	30.137,7	28.524,7	28.725,7	29.053,1	(2,5)	
Prepago	24.060,8	24.377,2	23.256,5	23.481,5	23.543,4	(2,2)	
Contrato	5.743,8	5.760,5	5.268,1	5.244,1	5.509,6	(4,1)	

A cierre de 1So6 se realizó un ajuste de 1,8 millones de líneas inactivas en Brasil.

Latinoamérica

Brasil

Los resultados de Vivo durante el cuarto trimestre mantienen la tendencia de mejora iniciada en el tercer trimestre, apoyados en el mejor comportamiento operativo, gracias a la mejor percepción de la oferta comercial por parte del mercado. A esto se unen los resultados positivos de las acciones definidas en su plan de actuación, concretadas en la reducción durante el año 2006 en un 95% del número de casos de clonaje y la integración de los sistemas de facturación y la plataforma de prepago.

El parque de Vivo al cierre del cuarto trimestre de 2006 se situó en 29,1 millones de clientes, en un mercado que alcanza una penetración del 55%, que supone un crecimiento respecto al cuarto trimestre de 2005 de 6 p.p., manteniéndose la ralentización observada en trimestres anteriores. La ganancia neta de Vivo en el trimestre fue de 327.000 clientes de los que 266.000 clientes correspondieron al segmento de contrato, afectado de la contención del churn derivada de la aplicación de iniciativas para la recuperación de clientes de empresas.

Los indicadores de consumo y tráfico recogen el impacto positivo de la nueva estrategia comercial. En el mes de octubre, Vivo lanzó los nuevos planes en contrato "Vivo Escolha", flexibilizando su oferta. A cierre de ejercicio cuentan con el 10% del parque y con un mix de planes que, en el 60% de los casos, han supuesto un incremento del compromiso mensual de consumo.

Adicionalmente, Vivo ha mantenido las campañas dirigidas a incrementar el tráfico de prepago ("Promocao Natal 2006 Mil Reais") con promociones de tráfico on-net variables según la recarga. En este sentido, el MOU en el cuarto trimestre de 2006 se sitúa en 82 minutos, con un repunte respecto al mismo periodo del año anterior del 10,6%, efecto que se traslada al ARPU situándose en 31,2 reales (+6,8% vs. el cuarto trimestre de 2005).

Los ingresos totales del año ascienden a 2.005 millones de euros (-3,5% en moneda local frente al ejercicio anterior). Los ingresos de servicio en moneda local decrecen un 0,6% vs. 2005, mientras que en el cuarto trimestre de 2006 se incrementan en un 2,0% con respecto al mismo periodo del año anterior, por los mayores ingresos de interconexión (+20,5%), consecuencia de la supresión de la regla Bill & Keep. Sin tener en cuenta el efecto del Bill & Keep los ingresos operativos anuales de 2006 se reducirían un 9,3% respecto al 2005.

Es importante destacar los buenos resultados en el segmento de prepago, tras la positiva acogida de las promociones para incentivar el tráfico con un incremento de los ingresos de salida del 15,2% frente al mismo trimestre del 2005, (+6,1% en el conjunto del año). La nueva estrategia comercial, junto con la mayor eficiencia operativa y la contención de costes, permite a la compañía alcanzar un OIBDA en el cuarto trimestre de 103 millones de euros (-5,7% en moneda local). En términos de costes comerciales, cabe destacar el menor gasto en comisiones consecuencia del mayor porcentaje de altas en tiendas propias, así como el menor subsidio unitario afectado por el cambio en el mix de terminales. Este OIBDA está afectado por el impacto extraordinario de la baja de equipamiento de red de 51 millones de euros correspondiente al 50% de Vivo. En el acumulado del año el OIBDA alcanza los 438 millones de euros, con una caída del 19,8% en moneda local, y del -11,4% excluidos los impactos del Bill & Keep y de la baja de equipamiento. El margen se sitúa en el 21,9%, y sería un 24,1% excluyendo este impacto. En el cuarto trimestre el margen operativo asciende hasta el 19,9%. El impacto positivo del Bill & Keep suma alrededor de 5,5 millones de euros al OIBDA de la compañía en el acumulado del año.

Por último destacar que se está finalizando el despliegue de la red GSM, cuyo lanzamiento comercial masivo está previsto para finales del primer trimestre. La inversión prevista para el despliegue de la red se mantiene en línea con lo indicado, habiéndose ejecutado hasta diciembre el 65% de los 1.080 millones de reales previstos.

Región Norte

México

Durante el cuarto trimestre de 2006 Telefónica Móviles México aceleró su actividad comercial de forma significativa, apoyándose en la buena aceptación de su campaña de Navidad y la mejora de su red comercial, de los procesos de atención al cliente y la calidad de la red.

A diciembre de 2006, la penetración estimada en el mercado mexicano alcanza el 53% (+9 p.p. vs. diciembre 2005). La base de clientes de Telefónica Móviles México ha superado a final de año los 8,5 millones de clientes, con un crecimiento del 34,3% respecto al cierre del ejercicio 2005. Esta buena evolución del parque se apoya en las ofertas comerciales de diciembre, que han permitido alcanzar 1,8 millones de altas en el cuarto trimestre de 2006, un 30% superiores a las registradas en el mismo periodo del año anterior. La mejora en la calidad de las altas ha permitido mantener estable el nivel de bajas a pesar de la mayor captación. De esta forma, la ganancia neta en el cuarto trimestre asciende hasta 1,1 millones de clientes y permite que el churn mejore en el cuarto trimestre hasta situarse en el acumulado del año en el 3,5%. A lo largo del año 2006 la ganancia neta de Telefónica Móviles México alcanza los 2,2 millones de clientes, de los que más de 210.000 corresponden al segmento contrato. La reducción del churn acumulado en este segmento (-3,5 p.p. vs. 2005) hasta el 2,0% y las mayores altas, permiten superar los 530.000 clientes de contrato.

A nivel operativo destaca el fuerte crecimiento del tráfico, especialmente de salida y en el segmento contrato. De este modo, el MOU en el cuarto trimestre de 2006 asciende a 104 minutos, más que duplicando el consumo del cuarto trimestre de 2005. Esta mejora se traslada al ARPU, que repunta un 21,6% hasta 136,3 pesos mexicanos. En el acumulado del año, el MOU se sitúa en 80 minutos (+55,8% respecto al ejercicio 2005) y el ARPU en 121,5 pesos (+12,1% respecto al año anterior).

Como resultado de la buena evolución comercial de la compañía ("Tarifa única por llamada" y "Plan tarifa única"), los ingresos acumulados del ejercicio 2006 ascienden a 988 millones de euros y muestran un crecimiento del 28,2% en moneda local respecto al ejercicio 2005. Los ingresos de servicio mantienen la tendencia positiva de trimestres anteriores (+34,3% interanual), reflejando el crecimiento del parque medio del ejercicio, y la mayor calidad y consumo de los clientes. Este buen comportamiento de los ingresos de servicio se apoya en la evolución de los ingresos de salida (+45,0% en moneda local), por la mejora del tráfico on-net. Los ingresos de entrada (+16,6% en moneda local), si bien siguen reflejando el recorte de las tarifas de interconexión de principios de año, han tenido un repunte este trimestre derivado de la entrada en servicio del sistema "El que llama paga nacional" el 4 de noviembre, en virtud del acuerdo de fecha 11 de octubre alcanzado entre las operadoras Telcel, Telmex, Iusacell, Unefon y Movistar. En el cuarto trimestre los ingresos de servicio muestran un crecimiento del 57,9% vs. el cuarto trimestre de 2005.

El resultado operativo del cuarto trimestre muestra la buena evolución tanto de los ingresos, como de las mejoras de eficiencia alcanzadas. La intensa actividad comercial de la campaña de Navidad no ha impedido que el OIBDA alcanzara los 22 millones de euros en el cuarto trimestre, reduciendo las pérdidas en OIBDA en el ejercicio 2006 hasta los 10 millones de euros, frente a las pérdidas en OIBDA de 159 millones de euros de 2005.

La tendencia positiva del OIBDA se traslada al Cash Flow operativo, que en el ejercicio 2006 reduce sus pérdidas en moneda local en un 53% frente al año anterior, situándose en -190 millones de euros.

Región Norte

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM México	6.368,1	6.559,4	6.865,6	7.443,3	8.553,2	34,3	
Prepago	6.047,7	6.189,1	6.439,0	6.950,7	8.017,8	32,6	
Contrato	319,9	369,3	425,3	490,9	533,4	66,8	
Fixed Wireless	0,6	0,9	1,2	1,6	2,0	n.s.	
TEM Guatemala	1.040,7	1.149,1	1.281,4	1.385,6	1.490,6	43,2	
Prepago	864,4	965,8	1.078,8	1.175,8	1.264,5	46,3	
Contrato	69,9	71,2	82,1	88,9	100,6	43,9	
Fixed Wireless	106,3	112,1	120,6	120,9	125,5	18,0	
TEM Panamá	849,4	904,8	889,4	948,7	939,2	10,6	
Prepago	781,5	836,2	815,9	872,1	859,8	10,0	
Contrato	67,9	68,5	73,5	76,7	79,4	17,0	
TEM El Salvador	537,8	626,4	693,9	743,6	846,9	57,5	
Prepago	435,3	513,6	568,8	607,3	691,1	58,8	
Contrato	79,0	79,9	82,5	86,2	92,0	16,4	
Fixed Wireless	23,5	32,9	42,6	50,0	63,7	171,2	
TEM Nicaragua	371,6	414,7	458,7	486,9	552,8	48,8	
Prepago	310,4	354,6	397,2	423,7	487,6	57,1	
Contrato 45	45,3	43,4	43,2	43,2	43,5	(4,0)	
Fixed Wireless	15,9	16,7	18,3	20,0	21,7	36,6	
Total Accesos	9.167,6	9.654,3	10.188,9	11.008,1	12.382,8	35,1	

México

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	988	779	26,8	28,2	299	216	38,7
OIBDA	(10)	(159)	(93,7)	(93,7)	22	(29)	c.s.
Margen OIBDA	(1,0%)	(20,4%)	19,4 p.p.		7,5%	(13,2%)	20,7 p.p.

México

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM México	6.368,1	6.559,4	6.865,6	7.443,3	8.553,2	34,3	
Prepago	6.047,7	6.189,1	6.439,0	6.950,7	8.017,8	32,6	
Contrato	319,9	369,3	425,3	490,9	533,4	66,8	
Fixed Wireless	0,6	0,9	1,2	1,6	2,0	n.s.	

Venezuela

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	2.040	1.438	41,9	45,7	590	445	32,8
OIBDA	815	585	39,2	42,9	236	178	32,7
Margen OIBDA	39,9%	40,7%	(0,8 p.p.)		39,9%	39,9%	(0,0 p.p.)

Venezuela

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Venezuela	6.160,3	6.683,3	7.820,6	8.025,9	8.826,2	43,3	
Prepago	5.203,7	5.659,0	6.665,7	6.813,6	7.520,2	44,5	
Contrato	347,8	371,7	399,2	431,6	469,4	35,0	
Fixed Wireless	608,8	652,7	755,7	780,7	836,6	37,4	

Región Andina

Venezuela

En el último trimestre de 2006 se ha acelerado el crecimiento del mercado venezolano, alcanzando aproximadamente el 70% de penetración, lo que supone una mejora de más de 20 p.p. respecto al año anterior. En diciembre 2006 el parque de Telefónica Móviles Venezuela superó los 8,8 millones de clientes (+43,3% respecto a diciembre de 2005), tras registrar una ganancia neta de 2,7 millones de líneas en los doce meses del año (+45,4% frente a 2005). El cuarto trimestre registró una fuerte captación, que junto al buen comportamiento del churn, ha situado la ganancia neta en el periodo en más de 800.000 nuevos clientes.

A nivel operativo destaca la mejora interanual del ARPU acumulado (+6,8% en moneda local), destacando los ingresos de datos que mejoran un 25% vs. el trimestre anterior. Esto, unido al crecimiento del parque, lleva a los ingresos de servicio en el conjunto del año 2006 a crecer un 46,1%, en línea con el crecimiento del parque.

De esta forma los ingresos en el acumulado del ejercicio alcanzan los 2.040 millones de euros (+45,7% vs. 2005 en moneda local), que en el cuarto trimestre suponen 590 millones de euros (+41,6% vs. el cuarto trimestre de 2005 en moneda local).

El resultado operativo antes de amortizaciones e impuestos alcanza los 815 millones de euros en 2006, un 42,9% por encima del año anterior en moneda local. La ralentización del crecimiento observada en el cuarto trimestre respecto al trimestre anterior (+41,5% en moneda local vs. +60,4% en el tercer trimestre de 2006) viene explicada en gran parte por la mayor actividad comercial registrada en noviembre y diciembre. El margen del ejercicio se sitúa en el 39,9%, lo que supone un empeoramiento limitado a 0,8 p.p., ya que los mayores gastos comerciales se han visto compensados por el buen desempeño de los ingresos de servicio. En el cuarto trimestre el margen es del 39,9% (en línea con el cuarto trimestre de 2005). Finalmente cabe destacar que la compañía ha empezado el

despliegue de la red GSM, habiéndose producido su lanzamiento comercial en las últimas semanas de enero 2007

Colombia

El mercado celular colombiano asciende a 27,7 millones de clientes lo que supone una penetración del 67% (+20 p.p. con respecto a diciembre de 2005). Comparado con el tercer trimestre de 2006 el tamaño de mercado total se reduce en 1,5 millones de clientes tras el cambio de criterio del regulador, lo que supone una menor base de clientes (-2,3 millones) de Comcel y Millicom.

Las altas se han ralentizado durante el cuarto trimestre de 2006. La menor agresividad comercial, unida al repunte del churn asociado a la agresividad de las campañas de los trimestres anteriores, se traduce en una ganancia neta de 73.000 líneas en el periodo (-91,6% vs. el cuarto trimestre de 2005). En términos acumulados la cifra asciende a 1,7 millones en 2006, un 36,9% inferior a la obtenida en el año anterior. A final de año el parque se sitúa en 7,8 millones de clientes (+28,6% frente al cierre de 2005), con un 60% de la base en GSM (+5,0 p.p. vs. el tercer trimestre de 2006).

Los ingresos alcanzan los 779 millones de euros a final de año, reflejando un crecimiento en moneda local del 6,4%, que referido al cuarto trimestre se convierte en un descenso del 1,2% respecto al mismo periodo del año anterior. Los ingresos de servicio muestran un crecimiento del 0,4% respecto al cuarto trimestre de 2005 y del 4,4% en el acumulado del ejercicio, afectado por las reducciones en las tarifas de interconexión y el crecimiento acelerado de la base de clientes.

El estricto control de los gastos unido a la contención del coste comercial en los últimos meses, permite alcanzar un OIBDA de 138 millones de euros en el acumulado del ejercicio, lo que supone una mejora del 28,2% a nivel acumulado en moneda local y del 12,3% con respecto al cuarto trimestre 2005. El margen registra una mejora de 3,0 p.p. respecto a 2005, situándose en el 17,7% en el ejercicio (27,4% en el cuarto trimestre de 2006).

Región Andina

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Venezuela	6.160,3	6.683,3	7.820,6	8.025,9	8.826,2	43,3	
Prepago	5.203,7	5.659,0	6.665,7	6.813,6	7.520,2	44,5	
Contrato	347,8	371,7	399,2	431,6	469,4	35,0	
Fixed Wireless	608,8	652,7	755,7	780,7	836,6	37,4	
TEM Colombia	6.033,0	6.817,8	7.474,0	7.687,0	7.759,7	28,6	
Prepago	4.657,9	5.283,6	5.721,4	5.883,5	5.960,5	28,0	
Contrato	1.375,1	1.534,1	1.752,7	1.803,5	1.799,2	30,8	
TEM Perú	3.455,0	3.680,9	4.048,9	4.513,8	5.129,8	48,5	
Prepago	2.804,3	3.007,6	3.331,1	3.749,7	4.353,3	55,2	
Contrato	579,5	603,3	648,1	691,9	705,2	21,7	
Fixed Wireless	71,1	70,1	69,8	72,2	71,3	0,2	
TEM Ecuador	1.884,6	2.328,4	2.554,7	2.393,1	2.490,0	32,1	
Prepago	1.517,5	1.948,3	2.161,7	1.984,0	2.133,0	40,6	
Contrato	364,7	377,7	390,6	406,9	355,3	(2,6)	
Fixed Wireless	2,4	2,4	2,3	2,2	1,7	(29,4)	
Total Accesos	17.532,8	19.510,5	21.898,2	22.619,8	24.205,6	38,1	

Colombia

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	779	750	4,0	6,4	195	213	(8,5)
OIBDA	138	110	25,3	28,2	53	50	7,0
Margen OIBDA	17,7%	14,7%	3,0 p.p.		27,3%	23,4%	4,0 p.p.

Colombia

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Colombia	6.033,0	6.817,8	7.474,0	7.687,0	7.759,7	28,6	
Prepago	4.657,9	5.283,6	5.721,4	5.883,5	5.960,5	28,0	
Contrato	1.375,1	1.534,1	1.752,7	1.803,5	1.799,2	30,8	

Perú

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	447	367	21,9	22,2	129	103	24,6
OIBDA	129	118	9,8	10,1	38	33	14,7
Margen OIBDA	28,9%	32,1%	(3,2 p.p.)		29,3%	31,9%	(2,5 p.p.)

Perú

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Perú	3.455,0	3.680,9	4.048,9	4.513,8	5.129,8	48,5	
Prepago	2.804,3	3.007,6	3.331,1	3.749,7	4.353,3	55,2	
Contrato	579,5	603,3	648,1	691,9	705,2	21,7	
Fixed Wireless	71,1	70,1	69,8	72,2	71,3	0,2	

Perú

El mercado celular peruano mantiene en este trimestre el fuerte dinamismo mostrado desde principios de año. De esta forma, la penetración registra un incremento de más de 12 p.p. respecto a diciembre de 2005, hasta el 32%. La mayor agresividad comercial de la compañía se refleja en la evolución positiva del parque, especialmente durante la campaña de Navidad con una gran variedad de terminales GSM, regalo de tráfico de hasta 3 veces el precio de venta del equipo, regalo de SMS y la posibilidad de elegir un número con tráfico ilimitado durante un mes. Esto se ha traducido en un significativo incremento de la ganancia neta de la compañía, que alcanza en el trimestre los 616.000 clientes (+140,7% vs. el mismo trimestre de 2005). El parque de Telefónica Móviles Perú supera los 5,1 millones clientes (+48,5% respecto a diciembre de 2005), con un 42% de los mismos en GSM.

Además de la agresividad comercial en captación, destaca el buen comportamiento del consumo, especialmente en prepago, asociado al éxito de las campañas de promociones basadas en duplicar o triplicar el valor de las recargas, y que queda reflejado en un crecimiento del MOU de prepago en el cuarto trimestre del 36% respecto al mismo periodo del año anterior.

Los ingresos alcanzan 447 millones de euros, aumentando un 27,8% respecto al cuarto trimestre del ejercicio anterior y un 22,2% en términos acumulados, ambos crecimientos en moneda local. Cabe destacar el buen comportamiento de los ingresos de servicio, que siguen acelerando el ritmo de crecimiento (+33,5% respecto al cuarto trimestre de 2005 y del 21,4% en términos acumulados). Este crecimiento se apoya en el buen comportamiento de los ingresos de salida de prepago, que más que duplican los del ejercicio anterior, debido en gran medida a la elasticidad lograda con las promociones de tráfico anteriormente mencionadas.

El crecimiento de los ingresos y la mejora de la eficiencia operativa, a pesar de la mayor actividad comercial, llevan al OIBDA a registrar un incremento del 17,6% frente al cuarto

trimestre del ejercicio anterior y un 10,1% en términos acumulados, ambos en moneda local. De este modo el margen en el trimestre alcanza el 29,4%, situándose en el 28,9% en el acumulado del año (-3,2 p.p. frente al registrado en 2005).

Región Cono Sur

Argentina

Durante el cuarto trimestre de 2006 el mercado móvil argentino experimentó un fuerte crecimiento, alcanzándose una penetración del 78%, lo que supone un crecimiento de más de 8 p.p. en el último trimestre y de cerca de 23 p.p. superior a la de diciembre 2005. Cabe destacar, que el cuarto trimestre es el de mayor actividad comercial en Argentina por la celebración del día de la madre en octubre y de la campaña de Navidad.

La ganancia neta en el cuarto trimestre de 2006 asciende casi 1,1 millones de nuevos clientes, apoyada en un crecimiento de la actividad comercial del 12,5% frente al mismo trimestre de 2005 y el buen comportamiento del churn. La compañía termina el año con 2,9 millones de nuevos clientes, lo que significa un incremento del parque de clientes del 34,4% hasta los 11,2 millones. El peso de GSM sobre el parque total alcanza el 73% (+22 p.p. respecto a 2005).

Los ingresos mantienen el sólido comportamiento registrado en trimestres anteriores, presentando un crecimiento en moneda local del 29,2% en el último trimestre del año 2006 vs. el cuarto trimestre de 2005. En el acumulado hasta diciembre se alcanzan los 1.260 millones de euros lo que supone un 32,5% más que en el año anterior en moneda local. Los ingresos de servicio, con un crecimiento del 30,5% en moneda local en el cuarto trimestre de 2006 frente al mismo periodo de 2005, se apoyan una vez más en la buena evolución de los ingresos de salida, y en particular de los ingresos de prepago. En el conjunto del año los ingresos de servicio alcanzan un crecimiento del 32,3%. Los ingresos de datos mantienen el crecimiento de trimestres anteriores hasta duplicar

Cono Sur

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Argentina	8.335,0	8.914,4	9.486,1	10.150,2	11.199,4	34,4	
Prepago	5.035,8	5.535,2	5.951,4	6.498,1	7.315,8	45,3	
Contrato ¹	3.119,2	3.210,0	3.373,8	3.499,4	3.742,9	20,0	
Fixed Wireless	179,9	169,2	160,8	152,7	140,7	(21,8)	
TEM Chile	5.275,8	5.335,0	5.515,1	5.618,1	5.680,2	7,7	
Prepago	4.384,1	4.396,0	4.501,9	4.491,6	4.507,6	2,8	
Contrato	891,7	938,9	1.013,2	1.126,5	1.172,7	31,5	
TEM Uruguay	418,9	500,4	584,4	655,4	777,3	85,6	
Prepago	356,5	434,7	511,9	569,8	675,3	89,4	
Contrato	62,4	65,6	72,5	85,6	102,0	63,5	
Total Accesos	14.029,7	14.749,8	15.585,6	16.423,8	17.657,0	25,9	

¹ Incluye clientes de la modalidad Ahorro, los cuales prepagan un abono mensual.

Argentina

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	1.260	1.010	24,8	32,5	354	303	16,5
OIBDA	339	151	123,9	137,9	121	44	175,7
Margen OIBDA	26,9%	15,0%	11,9 p.p.		34,3%	14,5%	19,8 p.p.

Argentina

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Argentina	8.335,0	8.914,4	9.486,1	10.150,2	11.199,4	34,4	
Prepago	5.035,8	5.535,2	5.951,4	6.498,1	7.315,8	45,3	
Contrato ¹	3.119,2	3.210,0	3.373,8	3.499,4	3.742,9	20,0	
Fixed Wireless	179,9	169,2	160,8	152,7	140,7	(21,8)	

Chile

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre				octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	% Var M Local	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	796	661	20,3	15,3	215	202	6,4
OIBDA	294	235	24,9	19,7	107	86	24,2
Margen OIBDA	36,9%	35,5%	1,4 p.p.		49,6%	42,5%	7,1 p.p.

Chile

Datos operativos: clientes celulares

Datos no auditados (Miles)

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
TEM Chile	5.275,8	5.335,0	5.515,1	5.618,1	5.680,2	7,7	
Prepago	4.384,1	4.396,0	4.501,9	4.491,6	4.507,6	2,8	
Contrato	891,7	938,9	1.013,2	1.126,5	1.172,7	31,5	

a cierre de ejercicio los obtenidos en 2005, alcanzando los 260 millones de euros en el conjunto del año.

El fuerte crecimiento de los ingresos, unido a los menores costes comerciales unitarios, ha permitido incrementar el OIBDA un 137,9% hasta diciembre en moneda local, lo que supone alcanzar 339 millones de euros en el acumulado del año 2006. El margen OIBDA se sitúa en el 26,9% a final de año, mejorando 11,9 p.p. frente al año anterior.

Chile

En Chile, el elevado nivel de competencia en el mercado ha acelerado el crecimiento del mismo, hasta alcanzar en diciembre de 2006 una penetración estimada del 82%, con un avance de más de 10 p.p. frente al año anterior.

El parque de Telefónica Móviles Chile, que mantiene el liderazgo del mercado, alcanza los 5,7 millones de clientes a cierre de 2006, impulsado por las altas en GSM, con un 73% del parque en esta tecnología. Los clientes de contrato (1,2 millones, +31,5% vs. 2005) empujan un crecimiento de la base de clientes del 7,7% en el acumulado del año, que se refleja en una ganancia neta en el cuarto trimestre de 62.000 nuevos clientes, (+36,1% vs. mismo período de 2005). La mayor actividad comercial de la campaña de Navidad y un mejor comportamiento de la tasa de bajas, llevan la ganancia neta acumulada hasta los 404.000 clientes.

Los ingresos del ejercicio muestran un crecimiento en moneda local del 15,3% en el año, alcanzando 796 millones de euros. Por su parte, los ingresos de servicio crecen un 18,5% en moneda local en 2006 frente a 2005 (+12,4% en el cuarto trimestre de 2006 vs. el cuarto trimestre de 2005), destacando los ingresos de salida muy por encima del crecimiento de la base de clientes. Este comportamiento refleja la evolución positiva del ARPU (+11,8% respecto al acumulado de 2005), apoyada en el mayor porcentaje de clientes contrato, tanto por la captación como por la política de migración proactiva de prepago a contrato, el "upgrade" de planes y la venta de paquetes de minutos y SVAs.

El OIBDA a final de año, con un crecimiento acumulado del 19,7% en moneda local, alcanza los 294 millones de euros, recogiendo el buen comportamiento de los ingresos y la mayor eficiencia en costes. En el cuarto trimestre de 2006 muestra un crecimiento del 28,7% respecto al mismo periodo de 2005 en moneda local. El margen OIBDA acumulado alcanza el 36,9%, 1,4 p.p. por encima del obtenido en 2005 gracias a la mayor eficiencia y a pesar del mayor esfuerzo comercial realizado por las acciones derivadas de la migración tecnológica. En el cuarto trimestre el margen alcanza el 49,6%, mejorando en 7,1 p.p. el obtenido el mismo periodo del año anterior.

Resto Países

Además de las operaciones descritas anteriormente, el grupo Telefónica Latinoamérica mantiene operaciones de negocio móvil en Centroamérica (Salvador, Guatemala, Panamá y Nicaragua), en Ecuador y en Uruguay. En su conjunto estas operaciones alcanzan a cierre del ejercicio 2006 un parque que supera los 7 millones de clientes lo que supone un crecimiento del 39% respecto al cierre del ejercicio anterior, una cifra de negocios de 923 millones de euros creciendo un 14% respecto al ejercicio anterior y un resultado operativo antes de amortizaciones de 287 millones lo que supone un crecimiento de un 31,9% respecto al ejercicio anterior.

Grupo Telefónica Móviles

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

		2006	2005	% Var M Local
España	Importe neto de la cifra de negocios	9.199	8.834	4,1
	OIBDA	4.128	4.128	(0,0)
	Margen OIBDA	44,9%	46,7%	(1,9 p.p.)
Latinoamérica	Importe neto de la cifra de negocios	9.240	7.705	19,9
	OIBDA	2.429	1.755	38,5
	Margen OIBDA ¹	26,3%	22,8%	3,5 p.p.
Brasil	Importe neto de la cifra de negocios	2.005	1.889	6,1
	OIBDA	438	496	(11,7)
	Margen OIBDA	21,9%	26,3%	(4,4 p.p.)
Región Norte	Importe neto de la cifra de negocios	1.544	1.264	22,2
	OIBDA	195	(1)	c.s.
	Margen OIBDA	12,6%	(0,1%)	12,7 p.p.
Región Andina	Importe neto de la cifra de negocios	3.557	2.837	25,4
	OIBDA	1.146	866	32,3
	Margen OIBDA	32,2%	30,5%	1,7 p.p.
Cono Sur	Importe neto de la cifra de negocios	2.133	1.714	24,4
	OIBDA	650	393	65,5
	Margen OIBDA	30,5%	22,9%	7,6 p.p.
Resto y eliminaciones	Importe neto de la cifra de negocios	(36)	(25)	44,2
	OIBDA	(114)	(65)	74,1
	Margen OIBDA	n.s.	n.s.	n.c.
Total	Importe neto de la cifra de negocios	18.403	16.514	11,4
	OIBDA	6.443	5.817	10,8
	Margen OIBDA	35,0%	35,2%	(0,2 p.p.)

Grupo Telefónica Móviles

Inversión por áreas geográficas

Datos no auditados (Millones de euros)

enero-diciembre

	2006	2005	% Var M Local
España	750	727	3,0
Latinoamérica	1.525	1.499	1,8
Brasil	389	367	5,9
Región Norte	288	331	(12,9)
México	180	245	(26,6)
Guatemala	38	25	49,5
El Salvador	28	18	51,7
Panamá	32	26	22,1
Nicaragua	11	16	(31,3)
Región Andina	556	494	12,7
Venezuela	232	141	65,0
Colombia	192	254	(24,3)
Perú	84	48	75,7
Ecuador	48	51	(6,0)
Cono Sur	291	307	(5,0)
Argentina	102	130	(21,6)
Chile	176	154	14,2
Uruguay	13	22	(40,7)
Resto y eliminaciones	1	1	(32,8)
TOTAL	2.275	2.227	2,2

Capex del Grupo en 2006 a tipo de cambio promedio acumulado. A efectos comparativos, el Capex del ejercicio 2005 se ha recalculado a tipo de cambio promedio acumulado del período

Grupo Telefónica Móviles

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	18.403	16.514	11,4	4.866	4.463	9,0
Trabajos para inmovilizado ¹	124	124	0,6	37	38	(3,4)
Gastos por operaciones	(11.849)	(10.634)	11,4	(3.110)	(2.849)	9,2
Otros ingresos (gastos) netos	(199)	(175)	14,1	(14)	(52)	(72,3)
Resultado de enajenación de activos	15	0	n.s.	16	1	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(51)	(11)	n.s.	(51)	(11)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	6.443	5.817	10,8	1.743	1.590	9,6
Amortizaciones de inmovilizado	(2.432)	(2.374)	2,4	(606)	(694)	(12,6)
Resultado operativo (OI)	4.012	3.443	16,5	1.136	896	26,8

(1) Incluye obra en curso.

Telefónica O2 Europa

Telefónica O2 Europe incluye los resultados del Grupo O2 del periodo de once meses finalizado el 31 de diciembre de 2006, así como los resultados de Telefónica O2 Czech Republic y Telefónica Deutschland del periodo de doce meses finalizado en diciembre de 2006. El Grupo O2 incluye los resultados de be* desde el 1 de julio de 2006 y de Decision Focus desde el 1 de agosto de 2006 y de The Link desde mediados de septiembre de 2006. Al finalizar el mes de diciembre de 2006, la contribución de Telefónica O2 Europe al importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Telefónica ha sido de 13.159 millones de euros, mientras que al resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), dicha contribución ascendió a 3.708 millones de euros.

El CapEx total registrado por Telefónica O2 Europe a diciembre de 2006 ascendió a 2.553 millones de euros. En el periodo febrero-diciembre 2006, el Grupo O2, excluyendo adquisiciones, contribuyó con 2.238 millones de euros a la cifra anteriormente mencionada. El CapEx del Grupo O2 se situó en línea con el guidance para el periodo anunciado por la Compañía (2.000-2.300 millones de euros).

Entre las acciones comerciales llevadas a cabo en el trimestre, cabe destacar:

- El lanzamiento comercial de Telefónica O2 Eslovaquia el pasado 2 de Febrero de 2007, consiguiendo más de 110.000 clientes activos en los primeros 12 días de operaciones. La oferta inicial, bajo el nombre "O2 Jednotky", incluye llamadas on-net prepago por 2 coronas/minuto y llamadas al resto de redes y a la República Checa por 8 coronas/minuto, a cualquier hora del día. Desde el 2 de febrero hasta el 31 de marzo todos los clientes recibirán un bono con un crédito del 100% por el importe de la primera recarga. Las tarjetas de recarga están disponibles por valor de 250 coronas y 350 coronas (válidos por tres meses), y por valor de 550 coronas y 950 coronas (válidos

por seis meses). Las tarjetas de recarga se venderán a través de una amplia red de distribución de más de 2.000 puntos de venta en Eslovaquia.

- O2 lanzó su servicio ADSL y renovó sus tarifas Genion Homezone, permitiendo a la compañía dar una oferta integrada de servicios móviles y de banda ancha. Los paquetes de ADSL, O2 DSL S/M/L, se mueven en un rango de precios que oscila entre los 40 euros/mes y los 55 euros/mes e incluyen una conexión ADSL de 4 a 16 megabits por segundo con tarifa plana de acceso a internet, con llamadas a números fijos bien con tarifa plana o bien con una tarifa por minuto. Los clientes del servicio ADSL de O2 que ya sean clientes de servicios celulares recibirán un descuento de 5 euros/mes.

Las tarifas Genion renovadas - S/M/L – se encuentran perfectamente integradas con la nueva oferta de ADSL. Estas nuevas tarifas simplifican y reducen los precios para realizar llamadas tanto dentro como fuera de la Homezone. La tarifa Genion S es una tarifa de contrato sin compromiso de permanencia y sin cuota mensual, la tarifa Genion M ofrece una tarifa plana para las llamadas realizadas dentro de la Homezone, mientras que la tarifa Genion L ofrece una tarifa plana para realizar llamadas en todo el país por una cuota mensual de 25 euros.

- Be* continuó con el despliegue de red en Reino Unido, disponiendo ya de 500 centrales en el país a febrero de 2007, lo que le permite dar servicios de banda ancha a casi un tercio de la población. Be* posee una de las redes de banda ancha más innovadoras y técnicamente avanzadas del Reino Unido, basada en tecnología ADSL 2+, que ofrece velocidades de descarga de hasta 24 Mbps.

Por otra parte, Be* también ha lanzado "Upload Plus" durante el trimestre, un servicio que permite a los clientes de banda ancha del segmento corporativo el envío de datos a velocidades mucho más altas, de hasta 2,5 Mbps, que más que duplican la del

Telefónica O2 Europa

Resultados consolidados

enero-diciembre

Datos no auditados (Millones de euros)

2006

Importe neto de la cifra de negocios	13.159
Trabajos para inmovilizado ¹	219
Gastos por operaciones	(9.570)
Otros ingresos (gastos) netos	(83)
Resultado de enajenación de activos	(8)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(9)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	3.708
Amortizaciones de inmovilizado	(3.399)
Resultado operativo (OI)	309

¹ Incluye obra en curso.

Nota: Telefónica O2 Europa incluye Grupo O2 (febrero-diciembre), Telefónica O2 Rep. Checa y Telefónica Deutschland (enero-diciembre).

Telefónica O2 Europa

Accesos

Datos no auditados (Miles)

2005

2006

	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Accesos Clientes Finales	35.730,1	36.361,9	37.055,8	37.566,3	38.311,1	7,2
Accesos de telefonía fija ¹	3.021,6	2.971,4	2.894,9	2.598,3	2.462,9	(18,5)
Accesos de datos e internet	613,5	596,5	572,7	564,6	607,1	(1,0)
Banda estrecha	366,9	292,4	224,3	178,6	143,7	(60,8)
Banda ancha	233,7	291,5	335,9	373,9	451,9	93,4
Otros	12,8	12,6	12,5	12,1	11,6	(9,7)
Accesos celulares	32.095,0	32.794,0	33.588,2	34.400,7	35.225,4	9,8
TV de Pago	0,0	0,0	0,0	2,8	15,6	n.s.
Accesos Mayoristas (2)	597,3	573,0	527,2	620,0	881,7	47,6
Total Acceso	36.327,4	36.934,8	37.583,0	38.186,3	39.192,8	7,9

¹ RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.² Incluye conexiones en régimen de reventa minorista correspondientes a T. Deutschland.

Nota: Los Accesos Celulares, Accesos de telefonía fija y Accesos de Banda ancha incluyen los clientes de MANX.

Grupo O2

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

febrero-diciembre

2006

Importe neto de la cifra de negocios	10.733
Trabajos para inmovilizado ¹	187
Gastos por operaciones	(8.069)
Otros ingresos (gastos) netos	(67)
Resultado de enajenación de activos	(10)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	2.773
Amortizaciones de inmovilizado	(1.770)
Resultado operativo (OI)	1.003

¹ Incluye obra en curso.

competidor más próximo. Be* es el primer operador de ISP que ofrece este servicio, estando prevista su extensión al segmento residencial en el segundo trimestre. Los planes de lanzamiento de un servicio integrado de servicios celulares y de banda ancha mediados de 2007 siguen avanzando, teniendo como base tres objetivos: facilitar la vida de los clientes; ofrecer la mejor calidad de servicio y la mejor atención al cliente del mercado; y ofrecer una buena relación calidad-precio.

- Durante el trimestre O2 UK finalizó el rebranding de 96 tiendas de The Link, alcanzando el canal minorista de O2 alrededor de 400 tiendas. Esta expansión es parte de un enfoque creciente por parte de los operadores en el mercado del Reino Unido hacia la distribución directa. A medida que el foco se centra en la retención y los programas de fidelidad en un mercado cada vez más maduro, O2 se encuentra bien posicionado para mejorar la experiencia del cliente a través de su cadena minorista.
- En diciembre, O2 Irlanda también anunció la creación de una JV con Tesco en Irlanda, Tesco Mobile, para ofrecer de forma exclusiva móviles bajo la marca Tesco en las tiendas de la cadena a nivel nacional. El servicio de móvil virtual utilizará la red de O2 y se espera que su lanzamiento se lleve a cabo en el verano de 2007.

En octubre, O2 y Arqiva anunciaron conjuntamente el primer lanzamiento en pruebas de retransmisión de TV a través del móvil, ofreciendo todos los principales canales de TV irlandeses además de contenidos de Sky y otros canales. 350 clientes de O2 de Dublín y alrededores podrán tener acceso a retransmisiones de TV a través de su móvil durante el periodo de prueba, utilizando el terminal de Nokia N92 DVB-H. O2 ha llevado a cabo pruebas iniciales de retransmisión de TV a través del móvil en la Ryder Cup 2006, con contenidos de RTE1, RTE2, TV3, TG4 y Sky. Las pruebas comenzarán a principios de marzo.

- Como ya se anunció en diciembre de 2006, se ha solicitado a JP Morgan Cazenove su asesoramiento para explorar las alternativas en relación a la participación que O2 plc tiene en Airwave O2 Ltd, incluyendo la posible desinversión (venta) total o parcial en esta sociedad. Desde esa fecha, JP Morgan Cazenove ha estado trabajando con todas las partes interesadas, incluyendo el Gobierno, para revisar las opciones y preparar un Information Memorandum, que se espera que se publique a principios de la primavera.

Con el cierre del contrato con el servicio de ambulancias de Gales, Airwave ya tiene contratos con todos los servicios de emergencia en el Reino Unido, si bien continúa explorando otras oportunidades, tales como la obtención de nuevos contratos y la provisión de servicios adicionales a los clientes existentes, como se ha demostrado con los recientes contratos anunciados con el Metro de Londres y el Channel Tunnel Rail, así como con el lanzamiento de nuevos servicios de datos.

O2 UK

Datos operativos

Datos no auditados

	2005				2006		% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre		
Clientes celulares (miles)	15.980,9	16.340,6	16.814,3	17.337,7	17.633,2		10,3
Prepago	10.479,2	10.654,4	10.940,5	11.255,8	11.415,1		8,9
Contrato	5.501,6	5.686,2	5.873,8	6.081,9	6.218,1		13,0
	4T	1T	2T	3T	4T		% Var Anual
MOU (minutos)	165	162	169	175	180		9,1
ARPU (EUR)	33,3	32,3	33,1	34,0	34,1		2,5
Prepago	17,2	16,8	17,3	17,9	18,2		5,7
Contrato	63,7	61,6	62,7	63,9	63,5		(0,4)
ARPU de datos	10,0	9,8	10,0	10,6	10,7		6,7
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	12,2%	12,5%	13,3%	13,1%	12,5%		0,3 p.p.

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

Grupo O2

O2 UK

En el cuarto trimestre del ejercicio 2006, los ingresos de servicio presentaron un crecimiento interanual del 13,7%. A nivel acumulado, en el periodo febrero-diciembre 2006, los ingresos han crecido un 14,7% en términos interanuales hasta alcanzar 3.885 millones de libras, en línea con el guidance facilitado para 2006 (rango de 14%-15%). Este crecimiento se ha visto impulsado por el fuerte y continuado crecimiento de la base de clientes y del ARPU.

El margen OIBDA para el periodo de once meses finalizado en diciembre de 2006 se ha situado en el 28,4% frente al 29,3% registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior, reflejando el elevado ritmo actual de crecimiento de clientes. O2 UK ha obtenido una ganancia neta de 1,65 millones de clientes en el año. La caída en el margen OIBDA reportada para el periodo de once meses hasta Diciembre se encuentra en línea con el último guidance proporcionado por la compañía (-1 p.p.). El OIBDA del periodo de once meses hasta diciembre se situó en 1.211 millones de libras, mostrando un crecimiento de un 10,2% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

A pesar de que durante el trimestre ha continuado la presión competitiva en el mercado, el negocio continúa presentando un buen comportamiento, manteniéndose estable el nivel de altas brutas respecto al trimestre anterior, si bien a nivel interanual las altas brutas se redujeron un 5% debido a la creciente madurez del mercado. La ganancia neta de clientes en el trimestre se situó en 295.500, alcanzando la base de clientes de O2 UK los 17,6 millones, lo que supone un 10,3% de crecimiento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior (excluyendo la base de clientes de Tesco Mobile).

La ganancia neta de clientes contrato en el trimestre se situó en 136.200, representando los clientes de este segmento un 35,3% de

la base total de clientes al final del periodo, frente al 34,4% del mismo periodo del ejercicio anterior. El ARPU de contrato de los últimos doce meses se ha situado en 513 libras, 2 libras por debajo del trimestre anterior y 4 libras por debajo del registrado en el cuarto trimestre del ejercicio anterior, como resultado de las nuevas ofertas existentes y de la creciente presión competitiva. El churn de los últimos doce meses fue del 23%, frente al 27% del mismo periodo del ejercicio anterior, mostrando su sexta caída consecutiva y reflejando el continuo enfoque de la compañía en premiar la fidelidad del cliente.

La ganancia neta de clientes de prepago en el cuarto trimestre ha sido de 159.300, mientras que el ARPU de prepago de los últimos doce meses se ha situado en 143 libras, 7 libras por encima del registrado en el cuarto trimestre de 2005 y 1 libra por encima del trimestre anterior, impulsado por las promociones realizadas, tales como O2 Long Weekends.

El ARPU de datos de los últimos doce meses se ha situado en 84 libras, 7 libras más que en el mismo periodo del año anterior y 1 libra más que en el trimestre anterior, impulsado fundamentalmente por los mensajes de texto, que han presentado un crecimiento interanual del 30% en el cuarto trimestre, así como por el creciente uso de otros servicios, como el servicio de contenidos generados por el usuario "Look at Me".

El ARPU total de los últimos doce meses para O2 UK ha sido de 273 libras, 6 libras por encima del presentado en el cuarto trimestre del ejercicio anterior y 1 libra superior al del trimestre previo, lo refleja el continuo crecimiento en el ARPU de datos unido al mantenimiento del ARPU de voz.

El MOU trimestral se ha visto incrementado un 9,1% interanualmente hasta 180 minutos/mes, impulsado por promociones tales como el regalo de un 50% extra de minutos en los contratos de 18 meses, Treats y O2 Long Weekends.

El porcentaje de altas brutas realizadas a través de los canales propios de distribución de O2 UK, alcanzó el 60%. O2 UK también

O2 Alemania

Datos operativos

Datos no auditados

	2005				2006	
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Clientes celulares (miles)	9.768,8	10.099,0	10.335,3	10.628,9	11.024,8	12,9
Prepago	4.798,9	4.986,9	5.143,3	5.340,7	5.544,1	15,5
Contrato	4.970,0	5.112,1	5.192,1	5.288,0	5.480,7	10,3
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var Anual
MOU (minutos)	124	127	128	124	129	4,0
ARPU (EUR)	26,5	24,1	24,2	25,3	23,7	(10,6)
Prepago	10,4	9,2	8,9	9,0	8,3	(20,5)
Contrato	41,4	38,6	39,1	41,7	39,2	(5,3)
ARPU de datos	6,1	5,9	5,4	5,8	5,9	(3,6)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	21,7%	23,0%	21,5%	21,4%	22,6%	0,9 p.p.

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

completó el re-branding de 96 tiendas de The Link, expandiendo su red de distribución minorista alrededor de 400 tiendas. Los costes de adquisición de clientes (SAC) cayeron alrededor del 9% interanualmente.

El CapEx acumulado en los once meses hasta diciembre (excluyendo la adquisición de be* y The Link) se ha situado en 518 millones de libras, destinado fundamentalmente a incrementar la cobertura de la red 3G y a la inversión en la red existente de 2G para asegurar una alta calidad del servicio.

Adicionalmente a lo anterior, O2 UK ha lanzado una serie de productos y servicios durante el trimestre, dirigidos tanto a la adquisición y retención de clientes como al crecimiento de ingresos. Entre ellos se incluyen:

- Promoción "O2 Long Weekends", que ofrece llamadas on-net gratis de sábado a lunes para clientes existentes y clientes nuevos de O2 Pay & Go, que recarguen más de 15 libras al mes, así como llamadas gratis a cualquier red de Reino Unido para los nuevos clientes de "Pay Monthly" o los clientes que migren a este contrato;
- O2 Treats, que ofrece a los clientes paquetes de mensajes de texto, minutos de voz o servicios de valor añadido gratuitos, para clientes que lleven más de seis meses con O2, con el objetivo de premiar su fidelidad;
- O2 Rewards, que ofrece a los clientes de prepago la devolución del 10% del total de recargas realizadas en un periodo de tres meses;
- Bluebook, que permite a los clientes almacenar información de contactos, mensajes de texto, fotos y video-clips en una cuenta personal accesible a través de una web gratuita. El servicio convergente es prioritario para cualquier operador móvil en Reino Unido;

- La Xda Orbit, el último modelo dentro de la gama de Xda, un dispositivo elegante ultraligero con sistema Global Positioning System (GPS) integrado. La Xda Orbit ofrece Microsoft® Windows® Mobile 5.0, con botón directo al correo electrónico facilitando el acceso directo en tiempo real al buzón de entrada de Microsoft® Outlook®, agenda, contactos y tareas. The Xda Orbit cuenta también con radio FM, reproductor MP3, cámara de 2.0 megapixel y teléfono móvil cuatri-banda;

O2 Alemania

Durante el cuarto trimestre de 2006, los ingresos de servicio han presentado un crecimiento interanual del 3,3%. A nivel acumulado, en el periodo febrero-diciembre 2006, los ingresos de servicio han alcanzado 2.808 millones de euros, lo que supone un incremento interanual de un 6,7% frente al guidance de crecimiento en la "parte alta de un dígito" facilitado por la Compañía para el periodo. Este crecimiento se ha visto impulsado por la expansión sostenida en la base de clientes, que ha compensado parcialmente la débil evolución del ARPU en el mercado alemán. El recorte de las tarifas de terminación de diciembre de 2005 y de noviembre de 2006 ha reducido el crecimiento de ingresos de servicio del cuarto trimestre en 5 p.p..

El margen OIBDA para el periodo de once meses hasta diciembre se ha situado en el 20,7%, 1 p.p. inferior al registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior. El OIBDA registrado en el periodo de once meses hasta diciembre 2006 se ha situado en 631 millones de euros, prácticamente plano respecto al obtenido en el mismo periodo de 2005.

El OIBDA y, como consecuencia, el margen OIBDA se han visto negativamente impactados por la inclusión de un gasto relacionado con un reajuste de plantilla hacia el área comercial. Excluyendo este gasto, el margen OIBDA para el periodo de once meses finalizado en diciembre 2006 se situaría en un 21,8%, estable en comparación con el mismo periodo del ejercicio del año pasado y en línea con el guidance facilitado por la Compañía.

En este entorno competitivo, O2 Alemania continúa presentando un buen comportamiento. La ganancia neta de clientes en el trimestre se ha situado en cerca de 396.000, alcanzando la base total de clientes los 11,0 millones, lo que supone un crecimiento de un 13% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. La base de clientes de Tchibo Mobile creció en 55.000 clientes hasta situarse en 827.000 al final del trimestre.

O2 Alemania ha registrado una ganancia neta de 192.700 clientes de contrato en el trimestre, su mayor nivel desde el cuarto trimestre del ejercicio anterior. El ARPU de contrato de los últimos doce meses al final del trimestre se ha situado en 475 euros, 6 euros por debajo del trimestre anterior y 33 euros por debajo de la cifra registrada en el mismo trimestre del ejercicio anterior. Este comportamiento refleja el impacto de la reducción de las tarifas de terminación realizadas en diciembre de 2005 y noviembre de 2006, así como el incremento de la competencia en el mercado alemán y la introducción de nuevas ofertas para los clientes.

La ganancia neta de clientes de prepago ha sido de 203.400 en el trimestre. El ARPU de prepago de los últimos doce meses se ha situado en 105 euros, 6 euros por debajo del trimestre anterior y 25 euros por debajo del cuarto trimestre del año anterior, reflejando el impacto de las tarifas de terminación, la creciente competencia, la mayor penetración del mercado, el incremento de usuarios con múltiples tarjetas SIM y el consecuente descenso en el tráfico.

El ARPU de datos de los últimos doce meses ha sido de 69 euros, 1 euro por debajo del trimestre anterior y 8 euros inferior al del mismo periodo del año anterior, debido a la mayor proporción de clientes prepago, de menor consumo, en la base total de clientes así como a un cambio en el consumo, sustituyéndose servicios de SMS por tráfico de voz. Los usuarios de datos (no SMS) han crecido un 12% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

El ARPU total de los últimos doce meses continúa siendo el más alto del mercado alemán, situándose en 290 euros, por debajo de los 299 euros registrados en el trimestre pasado y de los 332 euros del mismo periodo del ejercicio anterior. Esta tendencia refleja el impacto de la reducción de las tarifas de interconexión, el rápido crecimiento de clientes prepago en los últimos doce meses, que ahora representan más del 50% de la base total de clientes y la creciente presión competitiva. El recorte en las tarifas de interconexión ha reducido el ARPU de los últimos doce meses aproximadamente 13 euros en el trimestre. Los costes de adquisición de clientes (SAC) cayeron alrededor de un 8% interanualmente.

El MOU trimestral ha presentado un crecimiento interanual del 4% hasta alcanzar los 129 minutos, impulsado por nuevos servicios como la tarifa plana Genion. O2 Alemania cuenta con 3,9 millones de clientes de Genion (71% de la base total de contrato), habiendo optado por este servicio el 51% de las altas netas de contrato.

El CapEx acumulado en el periodo de once meses hasta diciembre se ha situado en 1.139 millones de euros, explicado básicamente por las inversiones en redes 3G y 2G. Adicionalmente a lo anterior, O2 Alemania ha lanzado una serie de productos y servicios durante el trimestre, entre los que se incluyen:

- LOOPS/M/L, una nueva tarifa prepago que premia las recargas de importe significativo. Por una recarga de 30 euros, el cliente recibe un bono de 20 euros;
- O2 Business Flat, tarifa plana nacional para llamadas on-net y llamadas a fijos. Esta tarifa está disponible por 25 euros al mes si se adquiere sólo la tarjeta SIM y por 35 euros si se adquiere terminal. Las llamadas fuera de la red se tarifican a 15 céntimos/minuto. Las tarifas de Genion-Option para O2 Business y O2 Business Prodi también se redujeron hasta los 2,5 céntimos/minuto para llamadas locales y de larga distancia;

O2 Irlanda

Datos operativos

Datos no auditados

	2005				2006	
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Clientes celulares (miles)	1.601,8	1.593,0	1.598,6	1.603,0	1.632,0	1,9
Prepago	1.173,2	1.154,0	1.146,9	1.134,9	1.146,9	(2,2)
Contrato	428,6	439,0	451,7	468,1	485,1	13,2
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var Anual
MOU (minutos)	224	220	237	241	246	9,8
ARPU (EUR)	46,1	44,6	45,8	45,2	45,0	(2,4)
Prepago	30,5	28,9	29,4	29,8	29,6	(3,0)
Contrato	88,1	87,1	88,2	83,5	81,4	(7,6)
ARPU de datos	9,6	9,5	9,5	9,9	10,0	4,2
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	11,8%	13,8%	15,6%	18,4%	19,6%	7,8 p.p.

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

- La Xda Orbit, también lanzada en Reino Unido;
- AOL Mobile. AOL Alemania lanzó un servicio móvil durante el trimestre en colaboración con O2 Alemania. La tarifa básica se tarifica a 19 céntimos/minuto para llamadas a todas las redes, siendo el precio de los SMS 16 céntimos/minuto. Se pueden añadir tres opciones adicionales a la tarifa básica: Plus Family (4,99 euros/mes) que ofrece llamadas gratis entre un grupo de hasta cinco números y un teléfono de AOL; AOL Plus Friends (2,99 euros) que permite realizar llamadas nacionales dentro de la comunidad por 5 céntimos/minuto; Plus Web, que ofrece 20 Mb de consultas en WAB y Web por 4,99 euros;
- Lanzamiento de HSDPA el 1 de diciembre de 2006. Descargas de datos a velocidades de hasta 1,8 Mbit/segundo, disponibles en Hamburgo, Colonia, Dusseldorf, Frankfurt y Munich. No se cobra recargo sobre las tarifas UMTS existentes.

O2 Irlanda

Los ingresos de servicio del cuarto trimestre de 2006 han presentado una caída interanual del 1,5%, debido a la regulación de la tarifa de terminación, la creciente competencia y la introducción de nuevas ofertas para los clientes. El recorte de las tarifas de terminación del IPC-11% en enero de 2006 ha impactado en el crecimiento de los ingresos de servicio en el cuarto trimestre en aproximadamente un 2%. En el periodo de once meses finalizado en diciembre, los ingresos de servicio han mostrado un crecimiento interanual del 1,1% hasta alcanzar 824 millones de euros, impulsados por el crecimiento en la base de clientes.

A pesar del entorno competitivo, O2 Irlanda ha registrado un buen comportamiento, situándose las altas brutas y netas aproximadamente en el mismo nivel que el registrado en el cuarto trimestre del año anterior. La ganancia neta del cuarto trimestre se situó en 29.000 clientes, alcanzando la base total 1,6 millones de clientes, un 1,9% por encima de la registrada en el mismo periodo del ejercicio anterior.

La ganancia neta de clientes de contrato en O2 Irlanda se ha situado en 17.000 en el cuarto trimestre del ejercicio. El ARPU de los últimos doce meses de contrato, 1.020 euros, ha sido 53 euros inferior al registrado en el cuarto trimestre del ejercicio anterior, y 20 euros inferior al del trimestre previo, reflejando el impacto de las nuevas tarifas de terminación.

O2 Irlanda ha registrado una ganancia neta de 12.000 clientes de prepago en el cuarto trimestre, situándose el ARPU de los últimos doce meses de prepago en 353 euros, 7 euros por debajo del obtenido en el mismo periodo del ejercicio anterior y 3 euros por debajo del registrado en el tercer trimestre de 2006.

El ARPU de datos de los últimos doce meses ha sido de 117 euros, 4 euros superior al registrado en el cuarto trimestre del año anterior y 1 euro por encima del registrado en el tercer trimestre. Los usuarios de datos (no SMS) crecieron interanualmente un 53%.

El ARPU total, de 542 euros, se ha visto reducido en aproximadamente 7 euros debido al recorte de tarifas de terminación, situándose 8 euros por debajo del registrado el mismo trimestre del año pasado e inferior también 3 euros al del tercer trimestre de 2006.

El MOU trimestral se ha visto incrementado interanualmente en un 9,8% hasta 246 minutos, principalmente gracias al éxito de las promociones para incrementar el uso, tales como la tarifa de 1 céntimo/minuto los fines de semana en prepago.

Adicionalmente a lo anterior, O2 Irlanda ha lanzado una serie de iniciativas comerciales durante el trimestre, de entre las que se incluyen:

- Extensión del programa de reparaciones de dispositivos Swap Out Service (SOS). De una prueba inicial en seis tiendas el programa se ha extendido a todas las tiendas de la cadena. Con este nuevo servicio, se proporciona a los clientes de forma inmediata un terminal sustitutivo en caso de que presenten un terminal defectuoso que esté dentro del periodo de garantía;

Telefónica O2 República Checa

Datos operativos negocio móvil

Datos no auditados

	2005				2006	
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	% Var Anual
Clientes celulares (miles)	4.676,0	4.695,0	4.770,2	4.759,7	4.864,5	4,0
Prepago	3.130,4	3.051,8	3.043,1	2.978,3	2.989,7	(4,5)
Contrato	1.545,6	1.643,2	1.727,1	1.781,3	1.874,8	21,3
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var Anual
MOU (minutos)	97	96	102	102	109	12,4
ARPU (EUR)	17,5	17,1	17,9	18,3	18,8	7,6
Prepago	8,3	7,9	8,4	8,6	8,8	6,5
Contrato	36,8	34,8	34,8	34,9	35,0	(4,9)
ARPU de datos	3,8	3,7	3,7	3,8	4,0	6,0
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	40,2%	39,1%	38,7%	43,0%	40,0%	(0,2 p.p.)

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

1 Base de clientes activos 13 meses

- Adicionalmente, se lanza Napster Mobile en Europa en terminales 3G i-mode. El servicio permite a los clientes de O2 Irlanda realizar búsquedas, consultas, previsualizaciones y compras de contenidos del catálogo de música de Napster, que cuenta con más de dos millones de canciones.

O2 Irlanda también ha continuado promocionando las siguientes ofertas:

- La promoción de tarifa de 1 céntimo/minuto para llamadas y mensajes los fines de semana para los clientes de prepago se ha extendido hasta el 25 de febrero de 2007.
- La tarifa de roaming "My Europe" ofrece a los turistas una tarifa plana reducida de voz en la Unión Europea. A los clientes que se suscriban a este servicio se les cobra una tarifa plana de 59 céntimos/minuto por recibir o realizar llamadas en la Unión Europea con independencia del horario y de la red móvil utilizada.

O2 Airwave

Tras finalizar el trimestre, Airwave anunció la firma de un contrato de 10 años con el Servicio de Ambulancias de Gales, por importe de 32 millones de libras para prestarle sus servicios, así como un contrato con el Metro de Londres, valorado en 115 millones de libras, que proporcionará a Airwave cobertura para prestar servicios de emergencia en su red. Airwave tiene ahora contratos con todos los servicios de emergencia para proporcionarles un sistema digital de comunicaciones seguro.

En diciembre se firmó un contrato de 10 años con la Policía Local de Lancashire para proporcionarles una solución para la gestión de datos de móviles basada en el servicio Airwave Mobile Applications Gateway (MAG) y la red de Airwave. Este innovador desarrollo significa que la Policía Local se convertirá en la primera fuerza policial del Reino Unido en desarrollar una solución de datos de móviles extensible a todo el Cuerpo.

Durante el trimestre, Airwave también lanzó el servicio "Locator", un nuevo servicio de localización dirigido a todas las organizaciones de Seguridad Pública, incluyendo la policía, ya que necesita conocer la localización de su personal y activos. También se ha firmado un contrato por valor de 2,8 millones de libras con Channel Tunnel Rail Limited para proveer los servicios de comunicaciones de Airwave a los túneles y estaciones de Reino Unido. Airwave continúa mejorando la oferta a sus clientes con el desarrollo de servicios de buzón de voz y desvío de llamadas, incorporando así nuevas funcionalidades a los servicios de telefonía de Airwave.

Telefónica O2 República Checa

La contribución de los ingresos de Telefónica O2 República Checa al importe neto de la cifra de negocios de Telefónica en 2006 ha sido de 2.148 millones de euros. En moneda local, y teniendo en cuenta, además, otros ingresos recurrentes, se ha producido un incremento interanual del 0,4% (en el cuarto trimestre aislado, este incremento ha sido del 0,1%), en línea con el objetivo avanzado de crecimiento plano de ingresos para 2006. El negocio de telefonía móvil ha sido el principal impulsor del crecimiento, si bien el declive de ingresos procedentes del negocio de telefonía fija se ha ido reduciendo a lo largo del ejercicio.

Los gastos operativos han mostrado un crecimiento interanual del 2,8% en moneda local, siendo este crecimiento del 13,2% en el cuarto trimestre aislado, principalmente debido a costes incurridos en el cambio de marca y al lanzamiento de operaciones en Eslovaquia, cuya fecha de comienzo efectivo ha sido el 2 de febrero de 2007. Lo anterior queda reflejado en el crecimiento interanual del 12,4% en moneda local registrado en gastos por servicios exteriores. Los gastos por aprovisionamientos, que presentan un incremento interanual del 2,2% en moneda local contribuyeron también al crecimiento de los gastos operativos debido a la mayor actividad registrada en el negocio de tránsito y al crecimiento del tráfico generado por clientes de Telefónica O2 República Checa hacia el resto de

Telefónica O2 República Checa

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	2.148	1.035	n.c.	555	526	5,6
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	985	457	n.c.	206	204	0,9
Margen OIBDA	45,8%	44,1%	1,7 p.p.	37,1%	38,8%	(1,7 p.p.)

Nota: En 2005 Telefónica O2 República Checa incluye los resultados desde julio. En 2006 se incluyen costes del inicio de las operaciones en Eslovaquia.

operadoras. Los gastos de personal han mostrado una disminución interanual del 9,4% en moneda local como resultado tanto de gastos extraordinarios registrados en 2005 como de la reducción de personal de un 6,4% (el número total de empleados a 31 de diciembre de 2006 es de 9.416).

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanzó los 985 millones de euros, mostrando un incremento interanual en moneda local del 2,4%, así cumpliendo el objetivo para el conjunto del año que ya fue actualizado al alza en la presentación de resultados del tercer trimestre, incluso teniendo en cuenta el efecto del inicio de operaciones en Eslovaquia. Como resultado de lo anterior, el margen de OIBDA ha sido del 45,8% en 2006, 0,9 p.p. superior al de 2005, lo que muestra, por un lado, la continua mejora de eficiencia en costes y por otro, la mayor provisión por saneamiento de activos registrada en 2005 con respecto al presente ejercicio.

El CapEx total para Telefónica O2 República Checa alcanzó los 229 millones de euros en 2006, lo que supone un incremento interanual en moneda local del 7,0%. Mientras que el CapEx en la filial de telefonía fija, principalmente dedicado al despliegue de banda ancha y de IPTV, se ha visto incrementado interanualmente un 40,0% en moneda local, las inversiones en telefonía móvil han descendido interanualmente un 16,9% en moneda local, debido principalmente al importante despliegue de infraestructuras de banda ancha realizado durante el mismo periodo del ejercicio anterior. El ratio de CapEx sobre ingresos ha alcanzado el 10,6% en 2006.

1 Tras la fusión de Cesky Telecom y Eurotel en Telefónica O2 República Checa realizada el pasado 1 de julio, todas las transacciones entre ambas dejan de mostrarse, al tratarse de una única compañía. Por ello, los resultados financieros correspondientes al conjunto del ejercicio para los negocios fijo y móvil, así como los resultados comparables del ejercicio anterior, se reportan excluyendo ingresos y costes intragrupo. No obstante, el cálculo del ARPU para el negocio móvil tiene en cuenta la cifra total de ingresos (incluyendo ingresos procedentes del negocio de telefonía fija).

La generación libre de caja operativa (OIBDA-CapEx) acumulada a diciembre de 2006 alcanzó los 755 millones de euros, presentando un incremento del 1,1% en moneda local con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

Negocio de Telefonía Fija¹

Los ingresos correspondientes al negocio de telefonía fija ascienden a 1.057 millones de euros para el conjunto del ejercicio, con un descenso interanual en moneda local del 5,1%, en un proceso continuado de cambio desde los servicios tradicionales de voz que no han podido ser todavía compensados por el incremento de los ingresos procedentes de acceso a Internet de Banda Ancha, datos y servicios de valor añadido. En el lado positivo, es importante destacar el cambio de tendencia observado a lo largo del año en los ingresos de acceso a Internet (banda estrecha y banda ancha), así como la significativa mejora en los ingresos procedentes de la prestación de servicios de Tecnologías de la Información.

Los ingresos por acceso tradicional han sufrido un descenso interanual del 6,5% en moneda local, debido principalmente a la reducción de un 17,4% en el número de accesos de telefonía fija, hasta alcanzar los 2,4 millones al finalizar el ejercicio 2006, como resultado tanto del fuerte efecto de sustitución fijo-móvil como de la exclusión de las "IOL", o líneas que sólo permiten tráfico de entrada, acerca de las cuales ya se dio información en septiembre. El incremento de cuotas mensuales realizado a partir del 1 de mayo ha impactado positivamente en el comportamiento de estos ingresos, con descensos de alrededor del 2% en el tercer y cuarto trimestre, respectivamente, que se comparan con el descenso del 7,9% registrado en el segundo trimestre del ejercicio.

Los ingresos por servicios de voz tradicional (tráfico de voz e interconexión) se han visto reducidos interanualmente en moneda local un 9,6%. Los ingresos procedentes del tráfico de voz se han visto reducidos interanualmente un 16,2% en moneda local como resultado del menor tráfico generado por los clientes finales, con un descenso interanual del 7,0%. La unificación de tarifas locales y nacionales efectuada a partir del 1 de abril ha motivado que el tráfico de larga distancia permaneciera prácticamente en el mismo nivel que en el ejercicio anterior. Los ingresos por interconexión en 2006 han permanecido planos en moneda local con respecto al ejercicio anterior, debido principalmente al descenso de las tarifas de interconexión y al menor tráfico de entrada, parcialmente compensados por el incremento de ingresos procedentes de operadores internacionales como resultado de un mayor tráfico de tránsito internacional.

Los ingresos procedentes de servicios de Internet y Banda Ancha han registrado un incremento del 9,7% en moneda local en 2006, siendo este incremento del 17,9% en el cuarto trimestre aislado, reflejando el cambio de tendencia ya mostrado desde el primer trimestre del ejercicio, al tener los ingresos de Internet de banda estrecha un potencial de decrecimiento limitado.

El número total de accesos minoristas a Internet de banda ancha al final de diciembre asciende a 405.000 (representando el 86,2% del total de la base de ADSL mayorista), con una ganancia neta de 179.299 accesos en el conjunto del año.

Es importante destacar también que el número de clientes del servicio de televisión IP "O2 TV" basado en la plataforma Imagenio y lanzado en septiembre 2006 alcanzó la cifra de 15.600 al final del ejercicio.

Los ingresos por servicios de datos presentan una disminución interanual del 4,1% en moneda local debido a que la reducción de ingresos procedentes de líneas alquiladas (-10,9%) ha sido parcialmente compensada por el incremento de ingresos procedentes de redes privadas virtuales basadas en soluciones de conectividad IP de banda ancha (+6,2%).

Negocio de Telefonía Móvil

Los ingresos procedentes del negocio de telefonía móvil se han visto incrementados interanualmente un 6,1% en moneda local hasta alcanzar los 1.091 millones de euros.

En el mercado checo de telefonía móvil, con una penetración de tarjetas SIM de casi el 121% al finalizar el ejercicio, el número total de accesos celulares gestionados por Telefónica O2 República Checa se han incrementado interanualmente un 4,0% hasta alcanzar 4,9 millones al final de diciembre de 2006. La ganancia neta del ejercicio ha sido de 188.000 accesos, destacando el fuerte impulso registrado en el cuarto trimestre aislado (93.000 nuevos clientes en contrato y 11.000 en prepago). Continuando con el proceso de migración de clientes de prepago a contrato, el número de estos últimos se ha visto incrementado interanualmente un 21,3% hasta alcanzar 1,9 millones, representando el 38,5% de la base total de clientes, que se compara con el 33,1% al finalizar 2005. El churn total medio para el conjunto del ejercicio ha sido del 1,5%, superior al 1,3% registrado en 2005.

Los ingresos por servicios de voz (cuotas mensuales, tráfico de clientes e interconexión) se han visto incrementados interanualmente en moneda local un 4,4%, principalmente por el incremento de los ingresos por cuotas mensuales un 9,0% debido a la mayor base de clientes de contrato y ayudados por el incremento interanual del 1,4% en ingresos por tráfico como resultado de iniciativas de estímulo de tráfico. El tráfico total en la red móvil se ha visto incrementado interanualmente un 21,0%, reflejando tanto un incremento del uso medio por cliente como del tráfico de entrada a la red (el MOU total en el conjunto del ejercicio es de 102 minutos en 2006, superior a los 92 minutos registrados en el ejercicio anterior).

En el cuarto trimestre de 2006, el ARPU total ha registrado un incremento interanual en moneda local del 2,7% hasta alcanzar 19 euros, debido al continuo proceso de migración de clientes de prepago a contrato.

Los ingresos procedentes de servicios de valor añadido (SMS, MMS y Contenidos) se han visto incrementados interanualmente en moneda local un 8,5%, destacando el ARPU de datos (no-SMS) como porcentaje del ARPU de datos del 41,0%, en comparación con el 39,0% alcanzado en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El número de clientes del servicio Data Express (servicio de acceso a Internet de banda ancha basado en tecnología CDMA) alcanzó los 94.000, con un incremento con respecto al ejercicio anterior del 34,3%. Esto, junto con el incremento del 10,4% del número de clientes del servicio Data Nonstop (servicio de acceso a Internet basado en tecnología GPRS), que en diciembre alcanzaron 74.000, ha hecho que los ingresos de Datos e Internet procedentes de este tipo de clientes presenten un incremento interanual en moneda local del 24,5%.

Los ingresos por venta de terminales (incluyendo tasas de activación) han registrado una disminución interanual en moneda local del 0,6%, en parte debido a las menores cuotas de conexión para nuevos clientes de contrato.

Telefónica Deutschland

Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	297	281	5,4	76	73	4,8
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	(50)	(3)	n.s.	(25)	(4)	n.s.
Margen OIBDA	(16,8%)	(1,1%)	(15,7 p.p.)	(32,1%)	(5,7%)	(26,4 p.p.)

Telefónica Deutschland

Telefónica Deutschland ha alcanzado en el cuarto trimestre del ejercicio un importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 76 millones de euros, un 4,8% superior al obtenido en el mismo periodo del ejercicio anterior, resultando en una cifra acumulada en el año 2006 de 297 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 5,4%.

El crecimiento a nivel acumulado ha sido debido principalmente al aumento significativo en los ingresos procedentes de servicios de voz que han compensado el declive del negocio mayorista de acceso a Internet de banda estrecha. Los ingresos procedentes de servicios de voz en el ejercicio 2006 alcanzaron los 93 millones de euros, lo que representa un incremento de un 82% comparado con el acumulado a 2005, habiendo transportado la red IP de Telefónica Deutschland 5,4 miles de millones de minutos, posicionándose la compañía como líder en el mercado alemán mayorista de Voz sobre IP. En el cuarto trimestre aislado, los ingresos de voz se incrementaron un 28% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior hasta alcanzar 23 millones de euros, con un tráfico transportado de 1,6 miles de millones de minutos.

A pesar de la intensidad competitiva en el mercado alemán de acceso a banda ancha minorista, el número total de accesos minoristas equivalentes de banda ancha operados por la compañía se incrementó hasta situarse en 618.000 a cierre del ejercicio 2006. Los ingresos de acceso a banda ancha basados en la propia infraestructura de bucles desagregados de Telefónica Deutschland alcanzaron los 25 millones de euros para el ejercicio 2006, frente a los 0,2 millones de euros registrados en 2005. Estos ingresos ascendieron en el cuarto trimestre a 14 millones de euros. Telefónica Deutschland continúa prestando servicios a los principales proveedores de acceso a Internet en Alemania y mantiene una fuerte posición en el mercado.

Telefónica Deutschland ha registrado un resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) negativo de 50 millones de euros en el ejercicio 2006, frente al OIBDA negativo de 3 millones de euros reportado en el ejercicio 2005, como consecuencia fundamentalmente de las pérdidas incurridas en la puesta en marcha del despliegue de ULL a nivel nacional. A cierre de diciembre 2006, Telefónica Deutschland tenía cobertura en el 42% de los hogares, teniendo como objetivo alcanzar una cobertura del 60% de hogares a finales de agosto de 2007. En el cuarto trimestre de 2006, Telefónica Deutschland registró un OIBDA negativo de 25 millones de euros, frente al OIBDA de -4,0 millones de euros reportado en el cuarto trimestre de 2005.

Grupo Atento

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	1.027	856	19,9	269	248	8,3
Trabajos para inmovilizado ¹	0	0	n.s.	0	0	n.s.
Gastos por operaciones	(882)	(742)	18,9	(228)	(214)	6,6
Otros ingresos (gastos) netos	(3)	1	c.s.	(2)	(1)	n.s.
Resultado de enajenación de activos	(0)	0	c.s.	0	0	34,3
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	0	n.s.	0	0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	142	116	21,8	39	34	16,5
Amortizaciones de inmovilizado	(28)	(28)	1,4	(7)	(7)	(0,2)
Resultado operativo (OI)	113	88	28,2	32	27	21,1

¹ Incluye obra en curso.

Otros negocios

Grupo Atento

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Atento ha alcanzado 1.027 millones de euros al cierre del ejercicio 2006, lo que supone un crecimiento de 19,9% respecto al mismo período del ejercicio 2005. La evolución de los ingresos del Grupo viene motivada por aumento de actividad de los principales clientes, así como por la captación de nuevas cuentas en casi todos los países, fundamentalmente en Brasil, México, Venezuela, Chile y España.

El porcentaje de los ingresos generados por clientes diferentes al Grupo Telefónica muestra un crecimiento interanual de 2,2 p.p. hasta el 47,0% al cierre de diciembre de 2006. Los principales clientes que han contribuido a este crecimiento han sido:

- En Brasil: Incremento de actividad principalmente en el sector financiero con Banco IBI, Badresco, Itaú, y la consecución de nuevos clientes como Santander y Aon.
- En México: Se experimentó crecimiento en las ventas con el BBVA específicamente en los servicios Telecobranza Hipotecaria, Seguros Zodiaco y Financia.
- En Venezuela: Crecimiento de los ingresos motivado a la entrada de nuevos clientes en el sector financiero como: Banco de Venezuela, Banpro y Sicobank e incremento de la gestión con Grupo CANTV y Movilnet.
- En Chile: Incremento de actividad con el cliente VTR Interamericana.
- En España: Crecimiento en los ingresos en los Servicios 012 Cataluña, Repsol, Agencia Estatal de Administración Tributaria y BBVA.

En cuanto a la distribución geográfica de ingresos, Brasil supone el 38,7% y España el 29,1% del total, que en su conjunto representan 1,8 p.p. menos que a diciembre de 2005; Atento México continúa con un significativo crecimiento y llega al 10,2% de los ingresos frente al 8,7% del ejercicio anterior, Chile aporta un 6,3% frente al 6% registrados el año anterior y Venezuela alcanza el 3,9% frente al 2,5% a diciembre de 2005.

Los gastos operativos han presentado un crecimiento interanual del 18,9%, totalizando 882 millones de euros principalmente como consecuencia del aumento de los gastos de personal (+19,6% interanual) ante el crecimiento de actividad del Grupo.

El OIBDA del Grupo Atento asciende a 142 millones de euros, equivalente a un crecimiento interanual del 21,8% generado por el aumento de la actividad y por la contención en los costes de estructura. En términos de rentabilidad, el margen de OIBDA ha sido del 13,8%, 0,2 p.p. superior al registrado en el cierre del ejercicio anterior. En relación a la aportación al OIBDA, Atento Brasil con 62 millones de euros, representa el 44,0%. El resto de operaciones con mayor porcentaje de aportación al OIBDA Consolidado son México con un 13,5% (19 millones de euros), Chile con un 9,8% (14 millones de euros), España con un 9,2% (13 millones de euros), Venezuela con un 8,3% (12 millones de euros), y Perú con un 6,5% (9 millones de euros).

El resultado operativo a diciembre asciende a 113 millones de euros presentando un crecimiento del 28,2 % interanual.

El capex a diciembre de 2006 alcanza los 35 millones de euros frente a los 40 millones de euros del mismo período del año anterior, concentrándose principalmente en Brasil, México, Venezuela y España.

La generación libre de caja (OIBDA-Capex) ha mejorado sustancialmente con respecto a la cifra acumulada a diciembre de 2005, situándose en los 106 millones de euros, un 39,9% respecto al 2005.

Negocio de contenidos y media

Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero-diciembre			octubre-diciembre		
	2006	2005	% Var	2006	2005	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	1.608	1.269	26,7	483	390	23,8
Trabajos para inmovilizado ¹	0	0	n.s.	(0)	0	n.s.
Gastos por operaciones	(1.411)	(1.052)	34,1	(404)	(325)	24,5
Otros ingresos (gastos) netos	24	6	n.s.	15	(3)	c.s.
Resultado de enajenación de activos	143	47	n.s.	(0)	40	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(2)	(1)	159,0	(2)	(1)	169,1
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	362	269	34,4	92	102	(10,1)
Amortizaciones de inmovilizado	(26)	(29)	(9,2)	(5)	(8)	(40,4)
Resultado operativo (OI)	336	240	39,6	87	94	(7,4)

¹ Incluye obra en curso.

A nivel operativo, el Grupo Atento contaba al 31 de diciembre de 2006 con 46.847 posiciones construidas, un 18,0% más que en el ejercicio 2005. Las posiciones ocupadas promedio del ejercicio 2006 alcanzan 35.343. En términos de productividad financiera, ésta se ha situado en el 77,6% lo que supone una disminución respecto a diciembre de 2005 de 2,2 p.p.

Negocio de contenidos y media

El negocio de Contenidos y Media ha obtenido al cierre del cuarto trimestre de 2006 un importe neto de la cifra de negocio (ingresos) de 1.608 millones de euros, 26,7% por encima de la cifra alcanzada en el mismo periodo del ejercicio anterior. Este incremento tiene su origen en la evolución positiva de los resultados de las principales líneas de negocios.

El resultado operativo antes de amortizaciones consolidado (OIBDA) en el periodo enero-diciembre asciende a 362 millones de euros, frente a los 269 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del ejercicio 2005. Este importante crecimiento en el año 2006 viene motivado fundamentalmente por los ingresos derivados de la venta por parte del Grupo Telefónica de una parte del capital de Sogecable, en la OPA lanzada por el Grupo Prisa.

ENDEMOL NV

Endemol ha registrado durante el ejercicio 2006 un buen comportamiento, alcanzando el importe neto de la cifra de negocios un crecimiento del 24,1% hasta los 1.117 millones de euros. La compañía ha experimentado un crecimiento de ingresos en todos sus géneros. El crecimiento de los formatos Non-Scripted ascendió al 22,2% y los formatos Scripted al 8,5%. Asimismo, Digital Media registró un buen comportamiento experimentando un crecimiento del 65,3%. Tanto los formatos Non-scripted y Digital Media se han visto fuertemente impulsados por el éxito del formato del programa Deal or No Deal.

El crecimiento orgánico representó casi la totalidad del crecimiento, alcanzando el 20,9% de un total del 24,1%, en línea con el objetivo del guidance de crecer por encima del 15% en términos orgánicos.

Este desarrollo orgánico se debe principalmente al notable comportamiento de las operaciones en Reino Unido, EEUU e Italia. Si bien Gran Hermano se mantiene como el principal formato con unos buenos índices de audiencia globales, es destacable el comportamiento de Deal or No Deal, que ha impulsado la demanda de los programas de juegos, uno de los principales elementos de la cartera de productos de Endemol. Esta mayor demanda ha generado acuerdos en varios territorios de otros programas de juegos como 1 vs. 100, Show me the Money y Set For Life.

El EBITDA del 2006 alcanzó los 177 millones de euros, 15,9% por encima de la cifra alcanzada en el mismo periodo del ejercicio anterior de 153 millones de euros. En términos de margen EBITDA, se ha reducido del 17,0% sobre los ingresos del 2005 al 15,9% en 2006, prácticamente en la mitad del rango del guidance (15-17%).

ATCO

El mercado publicitario en Argentina (regiones de Capital y Gran Buenos Aires) ha experimentado en el año 2006 un incremento del 10,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Este dato contrasta con el incremento del 20,7% registrado en el mismo periodo de 2005 que reflejaba la recuperación que dicho mercado registró a lo largo de los ejercicios 2004 y 2005.

En este contexto de mercado, en el último trimestre del año Telefé ha continuado manteniendo su liderazgo en audiencia sobre el total de individuos, lo que le ha permitido finalizar el año 2006 como líder de audiencia con un 38,8% frente al 30,3% obtenido por Canal 13, su principal competidor. La cuota de mercado acumulada por Telefé al cierre del ejercicio 2006 es del 41,6%, ligeramente superior a la alcanzada en el mismo periodo de 2005, de nuevo seguida por Canal 13, con el 38,1%.

Telefónica, S.A.
Informe anual 2006

El presente informe está disponible en el sitio web de Telefónica en internet: www.telefonica.es

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de este informe al **Servicio de Atención al Accionista** a través del teléfono gratuito **900 111 004** (para España), o por correo electrónico a: accion.telefonica@telefonica.es

Así mismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general la información exigida por la legislación vigente

Edición

Secretaría General Técnica de la Presidencia

Diseño

Publicis Dialog

Maquetación

Addison

Fotografías

Detalles del Distrito C:

Manel Esclusa

Aitor Ortiz

Impresión:

T.F. Artes Gráficas

Fecha de edición: mayo de 2007

Depósito Legal: M-19240-2007